

RÁDIO EXPANDIDO? IMAGINÁRIOS, PLATAFORMAS E ACESSIBILIDADES PARA IDOSOS EM AMBIENTES DIGITAIS

EXPANDED RADIO? IMAGINARIES, PLATFORMS AND ACCESSIBILITY FOR THE ELDERLY IN DIGITAL ENVIRONMENTS

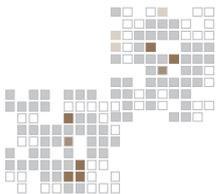
¿RADIO AMPLIADA? IMAGINARIOS, PLATAFORMAS Y ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS MAYORES EN ENTORNOS DIGITALES

Sônia Caldas Pessoa

■ Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Bolsista Produtividade do CNPQ (Bolsa PQ); Bolsista Capes-Print como professora visitante no Institut Mines-Telecom (2023/2024). Co-Coordenadora do Afetos: Grupo de pesquisa em Comunicação, Discursos e Experiências; do Laboratório de Experimentações Sonoras (LES/FAFICH UFMG) e da Rádio Terceiro Andar (UFMG). Coordena o projeto Eu existo e me movo: experiências e mobilidade de pessoas com deficiência, que tem financiamento da Fapemig.

■ Profesora del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG), Becario de Productividad del CNPQ (Beca PQ); Becario Capes-Print como profesor visitante en el Institut Mines-Telecom (2023/2024). Co-coordinadora de Afetos: Grupo de Investigación en Comunicación, Discursos y Experiencias; del Laboratorio de Experimentos Sonoros (LES/FAFICH UFMG) y de Rádio Terceiro Andar (UFMG). Coordina el proyecto Eu existo e me movo: experiencias e mobilidade de pessoas com deficiência, financiado por Fapemig.

■ E-mail: soniacaldaspessoa@gmail.com



RESUMO

O objetivo deste texto é estabelecer um diálogo, articulando tensões e possibilidades, para a reflexão sobre mudanças tecnológicas e culturais no rádio, tanto do ponto de vista teórico-metodológico quanto do ponto de vista pragmático das emissoras, e a presença de idosos como público ouvinte e seus desafios para uma vida plataformizada. Propomos uma articulação entre as discussões sobre o rádio expandido (Kischinhevsky, 2015, 2016) e hipermediático (Lopez, 2010; Kochhann, Freire e Lopez, 2011; Orihuela, 2015) às perspectivas de acessibilidade comunicativa (Bonito, Dos Santos 2020) e acessibilidade afetiva (Pessoa, 2019; Pessoa et alii, 2023).

PALAVRAS-CHAVE: RÁDIO EXPANDIDO; PLATAFORMIZAÇÃO; IDOSOS; ACESSIBILIDADE.

ABSTRACT

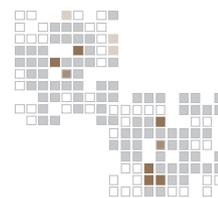
The objective of this text is to establish a dialogue, articulating tensions and possibilities, for reflection on technological and cultural changes in radio, both from a theoretical-methodological point of view and from a pragmatic point of view of broadcasters, and the presence of elderly people as listening public and their challenges for a platformed life. We propose an articulation between the discussions on expanded radio (Kischinhevsky, 2015, 2016) and hypermedia (Lopez, 2010; Kochhann, Freire and Lopez, 2011; Orihuela, 2015) with the perspectives of communicative accessibility (Bonito, Dos Santos, 2020) and affective accessibility (Pessoa, 2019; Pessoa et alii, 2023).

KEY WORDS: EXPANDED RADIO; PLATFORMIZATION; ELDERLY; ACCESSIBILITY.

RESUMEN

El objetivo de este texto es establecer un diálogo, articulando tensiones y posibilidades, para la reflexión sobre los cambios tecnológicos y culturales en la radio, tanto desde el punto de vista teórico-metodológico como desde el punto de vista pragmático de las emisoras, y la presencia de las personas mayores como público escucha y sus desafíos para una vida basada en plataformas. Proponemos una articulación entre las discusiones sobre radio ampliada (Kischinhevsky, 2015, 2016) e hipermedia (López, 2010; Kochhann, Freire y López, 2011; Orihuela, 2015) con las perspectivas de accesibilidad comunicativa (Bonito, Dos Santos, 2020) y afectiva. accesibilidad (Pessoa, 2019; Pessoa et alii, 2023).

PALABRAS CLAVE: RADIO AMPLIADA; PLATAFORMAIZACIÓN; ANCIANO; ACCESIBILIDAD.



1. Início do percurso

Os dedos apertam insistentemente as teclas do telefone celular como se o movimento repetitivo não fosse suficiente para acessar o conteúdo. São muitas as tentativas de clicar no link enviado por uma das netas pelo WhatsApp para tentar acessar, em outra plataforma, a música que chamou a atenção da menina. Essa era mais uma oportunidade de compartilhar com a avó uma canção que remete a experiências que as duas vivenciaram em conjunto. A neta indica ainda que a avó pode baixar um aplicativo no qual pode acompanhar a emissora de rádio que sempre toca a música. Além da dificuldade com a migração e o trânsito ágil entre as plataformas digitais, há outros desafios, tais como definir o melhor volume do áudio, por exemplo, para contemplar a audição que já sofreu algumas perdas.

A partilha frustrada ocorre com frequência com a senhora, 82 anos, professora aposentada na rede estadual de ensino de Minas Gerais, residente na cidade de Paracatu, noroeste de Minas Gerais, interior do Brasil. Ela preferiu não divulgar o nome porque teme ser tomada como inábil. Desistiu de acessar o aplicativo sugerido pela neta e retorna à escuta da emissora local, no *dial*, no antigo rádio de pilha. Mas não se trata de uma exclusividade dela. Imaginamos que vocês que nos leem já tenham presenciado, em seus cotidianos, cena semelhante entre pessoas de idade igual ou superior a 60 anos, consideradas idosas pelo Estatuto da Pessoa Idosa (Brasil, 2022)¹.

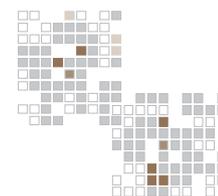
A descrição da cena (Rancière, 2021) nos inquieta no início deste texto, mas não tem o intuito de depreciar as habilidades de pessoas idosas. Pelo contrário, se a trazemos aqui com

autorização de quem a protagonizou, é para que contribua com a indicação de pistas sobre a abordagem que desejamos apresentar: reflexões, a partir de noções teóricas, para um pensar as mídias sonoras, em *dial* e suas expansões em plataformas digitais, a partir de uma ótica mais hospitaleira e acolhedora com a população idosa. Mas a descrição da cena pode suscitar diversos tipos de interpretação e afetações, afinal, cada um de nós está atravessado por distintas influências, crenças, filosofias de vida e modos de ocupar o mundo.

Nossa proposta é trazer o diálogo, apresentando tensões e possibilidades, em busca de uma reflexão sobre a temática para a qual as mudanças do rádio nos últimos anos, tanto do ponto de vista teórico-metodológico quanto pragmático das emissoras, não se têm debruçado ou ainda o fazem de modo tímido. Estamos nos referindo à articulação entre as discussões sobre o rádio expandido (Kischinhevsky, 2015, 2016) e hipermediático (Lopez, 2010; Kochhann, Freire e Lopez, 2011; Orihuela, 2015), às perspectivas de acessibilidade comunicativa (Bonito e Dos Santos, 2020) e acessibilidade afetiva (Pessoa, 2019).

Se, por um lado, assumimos, como Orihuela (2015), que o rádio vem passando por inúmeras transformações, em fluxo constante, que acompanham as mudanças da cultura da audiência, e em um exercício necessário para a sua própria sobrevivência no ecossistema midiático, por outro lado, podemos, a partir da leitura de García Avilés, Martínez-Costa, Sábada (2016) e Kischinhevsky (2016), propor um questionamento: os esforços de inovação endereçados para melhorar a experiência dos ouvintes têm contemplado a população considerada idosa e operado a partir de uma lógica de acessibilidade que leve em conta parcela economicamente ativa de sociedades diversas? Falamos sobre o Brasil, mas podemos ampliar a nossa reflexão a partir de uma visada teórico-

¹ Pesquisa realizada com apoio financeiro da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) e Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig).



metodológica a outros países.

Antes de incursionarmos pelas relações às quais nos referimos, porém, faz-se necessário que a reflexão se localize a partir da abordagem de inspiração etnográfica, conforme Letiche (2008) e Lingis (2015), e em consonância e no contexto da Campanha Mundial de Combate ao Idadismo. Para economia deste texto, que está inserido em contexto de uma pesquisa mais ampla, não traremos empiria. A análise empírica faz parte do planejamento da pesquisa e virá em outro texto, em momento posterior da investigação. Faremos um percurso, assim como os dois autores mencionados, sem conformação teórica que surja a priori com análise de *corpus*. Apresentamos, no entanto, reflexão na qual o idadismo é protagonista e seu combate potencializado por meio das experimentações sonoras associadas a outras possibilidades em diversas plataformas:

O Relatório mundial sobre o idadismo, desenvolvido pela OMS em colaboração com o Escritório do Alto Comissariado para os Direitos Humanos, o Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais e o Fundo de População das Nações Unidas, serve de subsídio para esta campanha ao apresentar as evidências sobre o que de fato funciona para prevenir e combater o idadismo. O idadismo está amplamente disseminado nas instituições, leis e políticas em todo o mundo. Ele prejudica a saúde e a dignidade dos indivíduos, bem como economias e sociedades de maneira escancarada. O idadismo nega às pessoas seus direitos humanos e a habilidade de cada indivíduo alcançar seu pleno potencial. (Organização Pan-Americana da Saúde, 2022, p.VII)

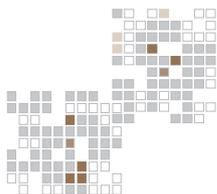
É sabido que muito se tem discutido sobre as mudanças culturais do público ouvinte e

a reconfiguração da produção sonora, que se expande em diversas possibilidades de acesso (Kischinhevsky, 2016). Expandido e/ou hipermidiático (Kochhann, Freire e Lopez, 2011), o rádio e os estudos sobre ele tem se preocupado nos últimos anos com a plataformação (Cebrián Herreros, 2001), os novos dispositivos e muitas adaptações tecnológicas e que deem conta da chamada era da conexão (Jenkins; Ford; Green, 2014). Estas preocupações são legítimas e dizem de um olhar cuidadoso para as mudanças culturais e tecnológicas dos diversos públicos de produções sonoras, incluindo aqui, em especial, o rádio hertziano, com a sua expansão para os ambientes digitais, bem como os podcasts.

Por outro lado, entendemos que a ampliação desta discussão deve contemplar a especificidade de públicos não somente jovens e pensarmos em outros, tais como os idosos brasileiros, que costumeiramente são considerados, a partir de imaginários sociais e estereótipos (Charaudeau, 2007; Pessoa, 2018) como ouvintes prioritariamente do *dial*, mas que, paradoxalmente, têm ocupado cada vez mais as plataformas digitais.

Pesquisa da Kantar Ibope Media de 2022 aponta o crescimento do público com mais de 65 anos nas redes sociais, como Facebook, YouTube, Instagram e aplicativos como WhatsApp. Apesar destes números, e considerando a diferença de metodologia e do número de entrevistados, em um país de grandes dimensões e desigualdades sociais, há inúmeros idosos, que continuam apartados do mundo digital. Uma outra pesquisa, realizada pelo Sesc São Paulo e pela Fundação Perseu Abramo, em 2020, revela que idosos no Brasil sentem-se excluídos do mundo digital e têm dificuldade em ler e escrever. Segundo a pesquisa, 72% da população da terceira idade nunca utilizou um aplicativo e 62% nunca utilizou redes sociais.

Para pensarmos na população idosa no Brasil é



importante considerarmos as interseccionalidades tendo em vista que, entre os idosos (60 anos ou mais), 24,8%, isto é, 8,5 milhões de pessoas, declararam ter alguma deficiência, de acordo com Pesquisa Nacional de Saúde (PNS, 2019). O percentual de homens foi de 6,9% (6,7 milhões) e o de mulheres, 9,9% (10,5 milhões). Os números são aqui apresentados para chamarmos a atenção sobre a centralidade da nossa discussão: o rádio expandido tem levado em consideração as necessidades específicas dos idosos, tais como a acessibilidade?

2. Entre imaginários, vidas cotidianas e mídias

Retornamos ao Relatório mundial sobre o idadismo para apontarmos a nossa chave de compreensão sobre a temática, também nomeada de etarismo ou ageísmo. Para a economia deste trabalho, adotamos o termo idadismo, assim como o relatório no qual nos baseamos.

O idadismo se refere a estereótipos (como pensamos), preconceitos (como nos sentimos) e discriminação (como agimos) direcionadas às pessoas com base na idade que têm. O idadismo pode ser institucional, interpessoal ou contra si próprio. O idadismo institucional se refere às leis, regras, normas sociais, políticas e práticas institucionais que restringem injustamente as oportunidades e prejudicam sistematicamente indivíduos em função da idade deles. O idadismo interpessoal surge em interações entre dois ou mais indivíduos, enquanto o direcionado contra si próprio ocorre quando o idadismo é internalizado pela pessoa e usado contra ela mesma (Organização Pan-Americana da Saúde, 2022, p.XVII).

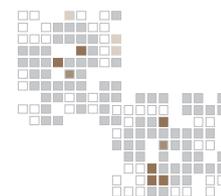
O idadismo não tem fronteiras. Pelo contrário, ele se alastra nas práticas sociais por meio das crenças e construções sociais, nas instituições, em locais de trabalho, de lazer e

de atendimento à saúde e à educação, assim como na mídia (Organização Pan-Americana da Saúde, 2022, p. XVII).

Pesquisas sobre o tema são ainda recentes e escassas e torna-se uma atitude política o incentivo a investigações científicas que se debruçam sobre o tema. Para que tenham uma ideia do cenário sobre o qual falamos, segundo o relatório que nos inspira neste texto, em escala mundial, de cada duas pessoas, uma se declara idadista contra as pessoas idosas. A Europa é a única região sobre a qual a Organização Pan-Americana de Saúde dispõe de dados: a cada três entrevistados, um afirma ter sido vítima de idadismo.

Debert (2018) avalia que até a década de 1970 os idosos foram percebidos na mídia como pessoas dependentes, inseguras e isoladas. Os estereótipos de idosos na propaganda nos Estados Unidos, entre os anos 1950 e 1990, foram analisados por Miller *et al* (2004). De acordo com a pesquisa, 78,2% dos personagens em fase de envelhecimento foram representados de modo positivo, como avós perfeitos, joviais grisalhos e nostálgicos, enquanto os demais foram associados ao pejorativo, desanimados, deprimidos, rabugentos ou reclusos. Nos últimos anos, o mercado midiático tem voltado o seu olhar para o público idoso por diversos motivos, entre os quais se destacam o poder aquisitivo e de consumo e as previsões de que a expectativa do IBGE (2021) é de que o número de pessoas com 65 anos ou mais praticamente triplique, chegando a 58,2 milhões em 2060 – o equivalente a 25,5% da população. Em 2012, o Brasil tinha 7,5 milhões de novos idosos. Em 2019 houve um aumento de 29,5% neste grupo etário, de acordo com o IBGE.

Os modos como pensamos, isto é, os estereótipos, os preconceitos ou como nos sentimos em relação a determinadas situações e a discriminação, se e como agimos em



relação à idade das pessoas, estão relacionados à produção midiática e em especial à produção radiofônica tanto do ponto de vista do discurso, das possibilidades de acessibilidade, quanto do espaço na programação para abordar o tema e das reflexões sobre a plataforma da vida e o idadismo.

3. Rádio: expansão entre plataformas, discursos e acessibilidades?

Inegável é a transformação significativa trilhada pelo rádio nos últimos anos, passando de um meio de transmissão ou mídia em torno da qual ouvintes se reuniam para uma experiência que pode se denominar de familiar e/ou coletiva (Kochhann, Freire e Lopez, 2011). Este imaginário romantizado de narrativas sobre a escuta nos primeiros anos do rádio ainda dá conta de cenas que se tornaram tão emblemáticas quanto inesquecíveis na história do rádio.

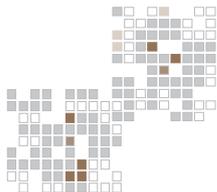
Aliada à ideia de um rádio que torna a experiência singular paradoxalmente coletiva está a associação do rádio à universalidade, isto é, o acesso é garantido a qualquer pessoa, em qualquer lugar, em especial com as contribuições em situações de emergências, como catástrofes naturais e grandes acidentes, ampliando ainda mais a sua tecnológicas. Também em contextos de guerras e revoluções, o rádio se mostra presente, como no caso da Rádio França Livre, durante a ocupação nazista na Segunda Guerra Mundial, ou na Revolução dos Cravos, em Portugal. O rádio é mesmo importante em contextos rurais e capacidade de conectar as pessoas (Zuculoto, 2012), fazer circular notícias e utilidade pública e garantir capilaridade a informações cruciais para a sobrevivência de atingidos nestas situações imprevistas e de grande ameaça à existência humana.

Gostaríamos de acrescentar uma provocação à reflexão: a universalidade atribuída ao rádio e a sua potência de chegar supostamente a todas

as pessoas, em contextos de plataformação, ainda são válidas? O questionamento não pretende invalidar ou minimizar a importância do rádio e a amplificação da sua presença em ambientes digitais. Pelo contrário. Pretendemos sim trazer à cena aspectos de uma mídia que apresente mais hospitalidade (Derrida, 2003) e que esteja conectada não apenas por meio de ações algorítmicas, mas sintonizado a uma série de aspectos. Entre eles, discursos articulados às discussões contemporâneas de gênero, sexualidade, raça e acessibilidade, entre outras temáticas sensíveis e tão necessárias para que o ecossistema midiático se mova para além do tecnológico.

Importante dizer que não se trata apenas de discurso, mas de ações. O fenômeno da plataformação (Poell, Nieborg & Van Dijck, 2019) e certo encantamento pela distribuição de conteúdos e ocupação sistemática de todos os ambientes digitais possíveis pode nos colocar em uma encruzilhada: aquela na qual há pouca reflexão sobre os modos como estes ambientes estão sendo ocupados e por quem estão sendo ocupados, seria o outro lado da hospitalidade, como reflete Derrida, o da hostilidade. Ao privilegiar o suposto acesso irrestrito às plataformas e todas as possibilidades ofertadas pelas tecnologias, o rádio contempla uma linguagem hospitaleira (Pessoa, 2019; Pessoa et alii, 2023,), acessibilidade comunicativa (Bonito, Dos Santos, 2020 a e b) e acessibilidade afetiva (Pessoa, 2019)?

Bonito e Dos Santos (2020) tratam a problemática da acessibilidade comunicativa atribuindo responsabilidade às emissoras de rádio e de televisão, que estariam focadas prioritariamente em interesses financeiros, o que impediria um olhar mais cuidadoso para o investimento não somente em tecnologia para aprimorar as redações e transmissões radiofônicas, mas também para possibilitar a utilização de tecnologias assistivas, necessárias,



em um primeiro momento para pessoas com deficiência, como pensaram os autores, e que nós consideramos importantes também para pessoas idosas, na discussão ora em tela.

Por tecnologias assistivas, entendemos aqui um conjunto de programas, *softwares* e elementos comunicativos que podem e devem ser associados às produções radiofônicas em ambientes digitais, contribuindo para ampliar o acesso das pessoas idosas, por exemplo. Como mencionamos no início do texto, além dos desafios de acesso de idosos às múltiplas plataformas, pesquisas refletem que parcela da população brasileira acima de 60 anos declara algum tipo de deficiência. Como tecnologia assistiva, podemos destacar alguns exemplos a serem usados em plataformas digitais. Entre eles, a opção de *QR code* com audiodescrição de imagens ao vivo em transmissões no YouTube ou outras plataformas de *streaming*, legendas em imagens em redes sociais digitais, com descrição para todos verem ou para cego ver, e janela de Libras, a Língua Brasileira de Sinais, que foi inspirada em modelo da França, e reconhecida em 2002, como língua oficial, no governo de Fernando Henrique Cardoso, pela Lei nº 10.436. Podemos considerar ainda gestos hospitalares como a transcrição em texto de programas em áudio ou podcasts, para pessoas com deficiência auditiva.

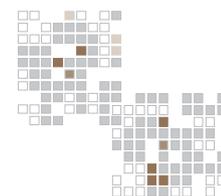
A acessibilidade comunicativa nos interpela a detalhar, não em uma relação lógica, pragmática e imediata, mas em uma reflexão mais aprofundada e atravessada por inúmeros fatores sociais, econômicos e políticos, sobre o tratamento a pessoas idosas e um comportamento idadista ou etarista, como é mais comum ser chamado. A concepção do idadismo pode ser percebida no cotidiano das redações midiáticas, incluindo-se aqui o rádio. Pesquisa realizada em 2019 pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) mostra que cerca de 30% dos jornalistas

demitidos no Brasil têm mais de 50 anos². A motivação, de acordo com o estudo, está ancorada na justificativa das organizações midiáticas da necessidade de redução de custos, o que significa corte de profissionais mais experientes, que teriam salários mais altos. Associada a esta problemática há que se considerar que as organizações, de modo geral, percebem a aquisição de tecnologia assistiva como custo e não como investimento.

Ainda é recente e pouca aplicada na prática, no Brasil, a aprovação da Lei 13.146, de 6 de julho de 2015, que instituiu o Estatuto da Pessoa com Deficiência e garantiu o direito da população brasileira à acessibilidade, abarcando condições de segurança e autonomia para espaços, equipamentos públicos, transportes, informações e comunicações, incluindo seus sistemas e tecnologias (Pessoa et alii, 2023). Não tão jovem quanto o Estatuto da Pessoa com Deficiência, foi criado em 2003 o Estatuto da Pessoa Idosa, pela Lei 1074, que prevê acesso a atividades comunicacionais, culturais, de lazer e entretenimento. Diz, em seu artigo 24, que “os meios de comunicação manterão espaços ou horários especiais voltados às pessoas idosas, com finalidade informativa, educativa, artística e cultural, e ao público sobre o processo de envelhecimento” (BRASIL, 2003).

Neste percurso no qual acionamos um circuito de acessibilidade em geral e de acessibilidade comunicativa, chegando a trilhas que passam pela programação de emissoras de rádio, nos parece inevitável uma parada estratégica no movimento reflexivo: o que dizer do discurso midiático que ainda representa idosos como pessoas incapazes para lidar com determinadas transformações sociais ou super heróis que conquistaram, a partir

2 [https://portaldacomunicacao.com.br/2023/07/redacoes-estao-
-ficando-cada-vez-mais-jovens-e-com-pouca-experiencia](https://portaldacomunicacao.com.br/2023/07/redacoes-estao-
-ficando-cada-vez-mais-jovens-e-com-pouca-experiencia)



de um discurso estereotipado de superação, corpos, atividades, trabalhos, amores, etc, que não estariam previstos para pessoas 60+? Ao questionar o discurso, estamos fazendo alusão à linguagem hospitaleira (Pessoa, 2019), aquela que respeita os grupos sociais, suas existências, autonomias, modos de ser e de ocupar o mundo, sem julgamentos ou preconceitos que podem vitimizar ou estabelecer comparações para supervalorizar estes grupos. A linguagem hospitaleira se consolida ao contemplar a diversidade e a necessidade de não violência no discurso. A linguagem hospitaleira não anda só; ela está intimamente conectada à acessibilidade afetiva, ou à disposição de cada um de nós nos relacionarmos, sem estereótipos e preconceitos com o outro, na escuta, na percepção, na presença, no rosto do outro (Levinas, 1974).

4. Reflexões para o futuro

Esperamos que os aspectos aqui apresentados contribuam para pensar nossa existência plataformizada e sua interlocução com a mídia sonora, o rádio hipermediático e expandido, e ainda em outras possibilidades de permanente expansão para os ambientes digitais, a partir de

uma lógica de universalidade não romantizada, mas ancorada, sobretudo, na perspectiva de acesso a pessoas que são consideradas à margem de um público jovem, cuja vida já se estabelece, de imediato, a partir de uma conexão internet e um *smartphone*.

A narrativa do episódio envolvendo uma pessoa idosa, com a qual iniciamos a nossa reflexão, é apenas um modo de concentrar esforços para pensarmos em tantas cenas cotidianas, que se repetem diariamente, em especial, em contextos de países nos quais as pessoas ainda revelam, em pesquisas, uma lacuna digital, como é o caso do Brasil.

A reflexão aqui em tela não pretende minimizar o impacto e a importância das transformações tecnológicas e culturais que atravessam o rádio (expandido) nos últimos anos. Pelo contrário, pretendemos associar a elas a inquietação a respeito da necessidade de se articular outras problemáticas sociais, complexificando estas discussões, como as perspectivas de produções sonoras, capilarizadas em outras plataformas, que tenham como foco a hospitalidade e a acessibilidade para mais e mais pessoas.

74

Referências

IBGE, 2021. <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/31445-pns-2019-pais-tem-17-3-milhoes-de-pessoas-com-algum-tipo-de-deficiencia>, acesso em 25 de agosto de 2023.

BONITO, Marco; DOS SANTOS, L. C. . *Jornalismo Digital reflexões teóricas e práticas educacionais a partir da acessibilidade comunicativa*.

REBEJ (BRASÍLIA), v. 10, p. 28-39, 2020. (a)

BONITO, Marco; DOS SANTOS, Larissa Conceição. *Produção narrativa sob a ótica da acessibilidade comunicativa*. La Rivada, v. 15, p. 107-119, 2020. (b)

BRASIL. Estatuto da Pessoa Idosa, 2022. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.741.htm, acesso em 30 de agosto de 2023.

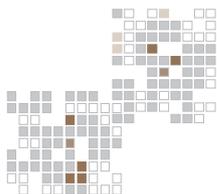
CHARAUDEAU, Patrick. Les stéréotypes, c'est bien. Les imaginaires, c'est mieux. in Boyer H. (dir.), *Stéréotypage, stéréotypes :*

fonctionnements ordinaires et mises en scène, L'Harmattan. Paris, 2007.

DEBERT, Guita Grin. A reprivatização do envelhecimento em imagens da mídia. In: CASTRO, Gisela; HOFF, Tânia. *Comunicação, Consumo e envelhecimento no contemporâneo: reflexões multidisciplinares*. Porto Alegre: Sulinas, 2018.

DERRIDA, Jacques. *Anne Dufourmantelle convida Jacques Derrida a falar da hospitalidade*. Trad. Antonio Romane. São Paulo: Escuta, 2003.

GARCÍA Avilés, J. A.; MARTÍNEZ-COSTA, M. P.; SÁDABA, C. *Luces y sombras sobre la innovación en los medios españoles*. In: Sádaba, C., García Avilés, J. A.; Martínez-Costa, M. P. *Innovación y desarrollo de los cibermedios en España*. Pamplona: Eunsa, 2016.



- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa, 2001.
- JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam *Cultura da Conexão*. São Paulo: Aleph, 2014.
- KANTAR IBOPE, 2022. <https://www.abert.org.br/web/notmenu/estudo-revela-que-oito-em-cada-dez-brasileiros-ouviram-radio-no-ultimo-mes.html>, acesso em 02 de setembro de 2023.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. Da cultura da portabilidade à cultura do acesso: a reordenação do mercado de mídia sonora. In: Congresso Internacional Ibercom, 14. *Anais...* São Paulo: USP, 2015, p. 6065-6073.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. *Rádio e mídias sociais*. Rio de Janeiro: Mauad, 2016.
- KOCHHANN, Rósceli; FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina. Rádio: convergência tecnológica e a evolução dos dispositivos. Guarapuava. *Anais VIII Encontro Nacional de História da Mídia*, 2011.
- LETICHE, Hugo. *Making Healthcare care*. Charlotte, NC: Information Age Publishing, 2008.
- LEVINAS, Emmanuel. *Autrement qu'être ou au-delà de l'essence*, La Haye : Martinus Nijhoff, 1974.
- LINGIS, Alphonso. Justice. In H. Letiche, G. Lightfoot & J-L. Moriceau, *Demos*, Peter Lang, New York, 2015.
- LOPEZ, Debora Cristina. *Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio allnews brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Covilhã: UBI/LabCom Books, 2010.
- ORIHUELA, José Luis. *Los medios después de internet*. Barcelona: Editorial UOC, 2015.
- PESSOA, Sônia Caldas. *Imaginários sociodiscursivos sobre a deficiência: experiências e partilhas*. Belo Horizonte: Selo PPGCOM, 2018.
- PESSOA, Sônia Caldas. Acessibilidade Afetiva? Da linguagem hospitaleira às redes de relações nas organizações. In: Ângela Salgueiro Marques; Daniel Reis Silva; Fábria Pereira Marques. (Org.). *Comunicação e Direitos Humanos*. 1 ed. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2019, v. U, p. 221-229.
- PESSOA, MANTOVANI, Camila, MARQUES, Ângela Salgueiro e JÁCOME, Phellipy. *Comunicação e acessibilidades: um guia para práticas hospitalieras*. Porto Alegre: Fi, 2023.
- NIEBORG, D.; POELL, T. & DEUZE, M. The Platformization of Making Media in Deuze, Mark; Prenger, Mirjam (eds). *Making Media*, Amsterdam University Press, 2019.
- RANCIÈRE, Jacques. *O método da cena*. Belo Horizonte: Editora Quixote Do, 2021.
- Relatório mundial sobre o idadismo. Washington, D.C.: Organização Pan-Americana da Saúde; 2022. Licença: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. <https://doi.org/10.37774/9789275724453>, acesso em 01 de setembro de 2023.
- ZUCULOTO, Valci. *No ar a história da notícia de rádio no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2012.

Artigo enviado em 14/09/2023 e aceito em 06/12/2023.

