

SENTIDO, RELEVÂNCIA E PAPEL DO RÁDIO NO ECOSSISTEMA MIDIÁTICO DIGITAL EM CENÁRIO DE PLATAFORMIZAÇÃO

Nair Prata

■ Jornalista (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil), doutora em Linguística Aplicada (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil), com estágio pós-doutoral em Comunicação (Universidad de Navarra, Espanha). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (Brasil). Professora do curso de Jornalismo da Universidade FUMEC (Brasil). Coordena o Grupo de Interesse Rádio e Mídia Sonora da ALAIC. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor) da Universidade Federal de Ouro Preto.

■ *Periodista (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil), doctora en Linguística Aplicada (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil), con estancia posdoctoral en Comunicación (Universidad de Navarra, España). Profesora del Programa de Postgrado en Comunicación de la Universidade Federal de Ouro Preto (Brasil). Profesora de la carrera de Periodismo de la Universidade FUMEC (Brasil). Coordina el Grupo de Interés Radio y Medios Sonoros de ALAIC. Investigadora del Grupo de Investigación en Convergencia y Periodismo (Conjor) de la Universidad Federal de Ouro Preto.*

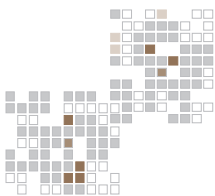
■ Email: nairprata@uol.com.br

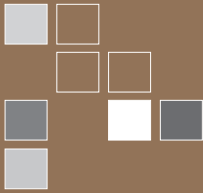
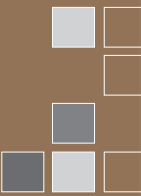
Nélia Del Bianco

■ Jornalista (Universidade Federal de Goiás, Brasil), doutora em Comunicação (Universidade de São Paulo, Brasil), com estágio pós-doutoral em Políticas de Comunicação (Universidad de Sevilla, Espanha). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor) da Universidade Federal de Ouro Preto.

■ *Periodista (Universidade Federal de Goiás, Brasil), doctora en Comunicación (Universidade de São Paulo, Brasil), con estancia posdoctoral en Políticas de Comunicación (Universidad de Sevilla, España). Profesora del Programa de Postgrado en Comunicación de la Universidade de Brasília (Brasil). Investigadora del Grupo de Investigación en Convergencia y Periodismo (Conjor) de la Universidad Federal de Ouro Preto.*

■ Email: neliadelbianco@gmail.com





Graciela Martínez Matias

■ Doutora em Ciências Políticas e Sociais pela Universidad Nacional Autónoma de México. Professor-pesquisador da Universidad Autónoma de la Ciudad de México e professora do doutorado no curso de pós-graduação da FCPyS da UNAM. Coautora dos livros: ¡Enseñar y aprender la radio en América Latina y el Caribe”, “¡Lógicas y Antilógicas del Siglo XXI”, “¡El Nuevo Marco Regulatorio en Telecomunicaciones y Radiodifusión”, “La radio vive! Mutaciones culturales de lo sonoro”, “Análisis de las reformas en telecomunicaciones en México 2013- 2016: alcances y limitaciones”, “La radio comunitaria en tiempos de pandemia”, “Las telecomunicaciones en México en el contexto del nuevo orden global” e Vários artigos publicados em revistas internacionais, incluindo a Revista Chasqui do Ciespal.

■ *Doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesora-investigadora de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y catedrática en el doctorado en el Posgrado en la FCPyS de la UNAM. Coautora de los libros: “¡Enseñar y aprender la radio en América Latina y el Caribe”, “¡Lógicas y Antilógicas del Siglo XXI”, “¡El Nuevo Marco Regulatorio en Telecomunicaciones y Radiodifusión”, “La radio vive! Mutaciones culturales de lo sonoro”, “Análisis de las reformas en telecomunicaciones en México 2013- 2016: alcances y limitaciones”, “La radio comunitaria en tiempos de pandemia”, “Las telecomunicaciones en México en el contexto del nuevo orden global” y de artículos varios publicados en revistas internacionales, entre ellas la Revista Chasqui de Ciespal.*

■ Email: graciela.martinez@politicas.unam.mx

23

Agustín Espada

■ Doutor em Ciências Sociais (Universidade de Buenos Aires), Mestre em Indústrias Culturais (Universidade Nacional de Quilmes) e Graduado em Comunicação Social (UNQ). Atualmente é Pesquisador Assistente do Conselho Nacional de Pesquisas Científicas e Técnicas (CONICET) e Diretor do Mestrado em Indústrias Culturais (UNQ). Seu trabalho de pesquisa é especializado na análise e estudo do ecossistema de áudio digital onde estão localizados o rádio, os podcasts, os audiolivros e a indústria musical.

■ *Doctor en Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires), Magíster en Industrias Culturales (Universidad Nacional de Quilmes) y Licenciado en Comunicación Social (UNQ). Actualmente es Investigador Asistente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y Director de la Maestría en Industrias Culturales (UNQ). Su trabajo de investigación se especializa en el análisis y estudio del ecosistema de audio digital donde se encuentran la radio, los podcast, los audiolibros y la industria musical.*

■ Email: aeespada@gmail.com



O convite da Revista da ALAIC para a edição de um dossiê sobre o rádio nos impôs ao desafio de buscar um tema que refletisse as discussões atuais sobre o campo e que pudesse fazer um convite aos pesquisadores latino-americanos a uma reflexão não apenas sobre o presente, mas também acerca do futuro da área. A partir dessas premissas, propomos o tema “Sentido, relevância e papel do rádio no ecossistema midiático digital em cenário de plataformização”. Diante desta temática, apontamos que seriam bem-vindas pesquisas sobre credibilidade e confiança do rádio; novas formas de interação no rádio; o rádio no enfrentamento da desinformação; rádio e desinformação; rádio em novos cenários; rádio hipermediático; rádio e plataformização midiática e sentido e relevância social do rádio.

O retorno dos pesquisadores à proposta do dossiê reflete, em grande medida, a pujança do campo e o grande número de pesquisas que são realizadas hoje, na América Latina, sobre o rádio neste novo ecossistema midiático digital. De forma inédita, recebemos um número expressivo de submissões e o conjunto dos textos desta edição da Revista aponta para um cenário de reflexões que traça um desenho teórico e empírico do que se pesquisa hoje sobre o tema.

Embora as formas de consumo de mídia tenham se diversificado, em um ecossistema moldado por algoritmos e plataformas, o rádio tem se adaptado, permanece relevante e continua a ser uma fonte valiosa de informação e entretenimento para um público cativo e fiel. Mesmo em um cenário convergente e hipermediático (Lopez, 2010), é uma mídia que continua a desempenhar um papel importante, oferecendo acesso universal, atualizações em tempo real, entretenimento, conexão com a comunidade local e integração com as redes sociais.

Na entrevista especial deste dossiê, a pesquisadora da Universidad de Navarra Maria del Pilar Martínez-Costa lembra que as características centenárias do rádio “são agora

adaptadas e amplificadas em novas plataformas, formatos e ferramentas de interação de áudio digital, que ultrapassam as barreiras espaço-temporais da radiodifusão. No novo ecossistema dos meios digitais, o rádio encontra novos atores e concorrentes, mas é chamado a continuar a ser um espaço privilegiado de serviço público, de cumplicidade, de proximidade e de interação pessoal e direta com o público através da voz”.

O rádio nasce como uma mídia em torno da qual as famílias se reuniam para fruição da programação que incluía música, humor, novelas e jornalismo, numa experiência imersiva, coletiva e familiar (Kochhann *et al*, 2011). Um século depois, embora tenha tido sua popularidade desafiada com os avanços tecnológicos e o surgimento de novas formas de comunicação, ainda continua presente na vida das pessoas como fonte importante de notícias, informações e atualizações, desempenhando um papel crucial em situações de emergência, conectando-se com as comunidades atingidas (Zuculoto, 2012). Oferece uma ampla variedade de programas de entretenimento, como música, programas de entrevistas, debates, esporte e humor (Cebrián Herreros, 2001). Mesmo em áreas rurais ou em regiões com acesso limitado à internet, é possível sintonizar uma emissora da região com um simples aparelho, pois o rádio, caracteristicamente local, tem conteúdos úteis e de serviço público como parte crucial da sua produção jornalística (Meditsch, 2007). Os ouvintes encontram um espaço de identificação no rádio, por meio da participação nos programas, com pedidos de música, envio de mensagens, interação com os comunicadores, gerando senso de comunidade e pertencimento (Ferraretto, 2014).

Mas, como aponta Orihuela (2015, p. 12), “os meios mudam quando muda a cultura da audiência”. Dessa forma, diante da reconfiguração dos públicos, o rádio tem se reinventado e, nesse exercício, aprendeu que as audiências mudam muito rapidamente e que, por isso, seus esforços de inovação devem ser direcionados para



melhorar a experiência dos ouvintes que formam comunidades de relacionamento no ambiente digital (García Avilés; Martínez-Costa, Sábada; 2016). Kischinhevsky (2016) lembra que a relação com os ouvintes ganha agora novos contornos com as mídias sociais, que passam a remediar estas interações e, nesses novos cenários voltados para a ação algorítmica, as emissoras podem ampliar a audiência por meio da propagabilidade (Jenkins; Ford & Green, 2014).

Sintonizadas com novos modos de escuta e distribuição de conteúdo, emissoras estão aderindo às plataformas de streaming de áudio e agregadoras de conteúdos sonoros para distribuir conteúdos diversificados. Imerso no fenômeno de plataformação midiática (Poell, Nieborg & Van Dijck, 2019), como estratégia para conquistar o público que não desenvolveu o hábito de ouvir a transmissão linear, o rádio entra vivencia uma transição de uma cultura da portabilidade – que remonta aos aparelhos portáteis – para uma cultura do acesso, como define Kischinhevsky (2015). O fenômeno da plataformação desafia as lógicas editoriais da mídia tradicional baseadas nas escolhas de profissionais, governada por uma disputa de mercado, para outra em que a visibilidade depende das escolhas dos usuários, as quais passam a alimentar algoritmos que

interpretam as preferências passando a guiá-los numa espécie de curadoria algorítmica afetando, por consequência, a escuta/visibilidade do conteúdo (Nieborg, Poell & Deuze, 2019).

Estes novos cenários, para além dos desafios tecnológicos, trazem novas práticas e uma delas é a construção da credibilidade diante do crescimento da desinformação, um fenômeno coletivo vinculado à informação, como aponta Rêgo (2020). Como avanço da desinformação, o rádio tem buscado estratégias para se manter relevante e preservar seu sentido de permanência.

As estratégias empreendidas pelo rádio nos novos cenários são a tônica desse dossiê, ao apontar os movimentos da pesquisa que se dá na América Latina. Como explicam os pesquisadores Débora Cristina Lopez e Álvaro Bufarah Júnior, na seção Estudos desta edição da Revista, “pensar o rádio em 2023 é considerar o seu caráter múltiplo, diverso e multidimensional. Significa considerar camadas complexas de interação e camadas expandidas de significado. Significa considerar diferentes caminhos de leitura construídos por um público que potencializa, retoma e ressignifica produtos e processos sonoros”. Podem ser entendidos, assim, o sentido, a relevância e o papel do rádio no ecossistema midiático digital em cenário de plataformação.

Referências

- Cebrián Herreros, M. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa.
- Ferraretto, L. A. (2014). *Rádio – Teoria e prática*. São Paulo: Summus.
- García Avilés, J. A.; Martínez-Costa, M. P.; Sábada, C. (2016). *Luces y sombras sobre la innovación en los medios españoles*. In: Sábada, C., García Avilés, J. A.; Martínez-Costa, M. P. *Innovación y desarrollo de los cibermedios en España*. Pamplona: Eunsa.
- Jenkins, H.; Ford, S.; Green, J. (2014). *Cultura da Conexão*. São Paulo: Aleph.
- Kischinhevsky, M. (2015). *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, M. (2016). *Rádio e mídias sociais*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Kochhann, R.; Freire, M.; Lopez, D. C. (2011) *Rádio: convergência tecnológica e a evolução dos dispositivos*. Guarapuava. Anais VIII Encontro Nacional de História da Mídia.
- Lopez, D. C. (2010). *Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio allnews brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Covilhã: UBI/LabCom Books.
- Meditich, E. (2007). *O rádio na era da informação*. Florianópolis: Insular.
- Nieborg, D.; Poell, T. & Deuze, M. (2019). *The Platformization of Making Media in Deuze, Mark; Prenger, Mirjam (eds). Making Media*, Amsterdam University Press.
- Orihuela, J. L. (2015). *Los medios después de internet*. Barcelona: Editorial UOC.
- Poell, T.; Nieborg, D. & Van Dijck, J. (2019). *Platformization*. *Internet Policy Review*, 8(4).
- Rêgo, A. R. (2020). *Vigilância, controle e atenção: a desinformação como estratégia*. *Organicom*. Ano 17, número 34, Setembro/Dezembro 2020.
- Zuculoto, V. (2012). *No ar a história da notícia de rádio no Brasil*. Florianópolis: Insular.

