

Alô, alô radiouvintes: no ar e na web, transformações de linguagem, modelos, formatos e fazer radiojornalísticos na era do virtual e digital¹

Valci Regina Mousquer Zuculoto²
Universidade Federal de Santa Catarina

Resumo

Este artigo apresenta análises iniciais dos impactos e mudanças na linguagem, modelos, formatos e práticas atuais do radiojornalismo, decorrentes de um novo rádio que emerge a partir das inovações e convergências tecnológicas das últimas décadas. Faz parte de pesquisas mais amplas que realizo sobre as transformações do jornalismo radiofônico na era digital. E aborda, em especial, resultados de investigações de suporte ao estudo “Radiojornalismo público brasileiro: experiências contemporâneas de redes, sistemas e produções conjuntas”. Sob o impacto das últimas novas tecnologias da comunicação e suas convergências, o rádio precisou reinventar-se e se adequar, transformando ou criando novos modelos, formatos, linguagem, recursos e práticas como também ampliando seus conceitos, seus suportes, ofertas e serviços da programação, entre outros de suas propriedades e características.

Palavras-chave

História do Rádio no Brasil; Radiojornalismo; Linguagem Radiofônica; Programação de Rádio; Modelos Radiofônicos

Introdução

As últimas novas tecnologias da comunicação, a informática, a digitalização vêm transformando cada vez mais o processo técnico de produzir rádio e, por consequência, também provocando impactos e mudanças no radiojornalismo. Retomando e dando seguimento à minha pesquisa de mestrado, intitulada “A notícia no radiojornalismo brasileiro: transformações históricas técnicas”, neste artigo apresento dados, tendências detectadas e produzo análises e reflexões ainda preliminares sobre grandes e principais mudanças ocorridas na última década com o rádio e a sua comunicação jornalística .

Também se referem a evidências que venho recolhendo, como suporte, a outro estudo que realizo sobre “Radiojornalismo público brasileiro: experiências contemporâneas

¹ Trabalho apresentado ao DT 4, GP Rádio e Mídia Sonora, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora Dra. e pesquisadora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, coordenadora da Rádio Ponto UFSC, diretora da FENAJ- Federação Nacional dos Jornalistas, vice-presidente do Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina, conselheira do FNPJ – Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo.

de redes, sistemas e produções conjuntas”. Como acompanhamento da construção histórica desta fase que já se chama de o novo rádio, aqui busco evidenciar de que maneira linguagem, modelos, formatos, concepções e práticas do radiojornalismo foram impactados pelas recentes inovações tecnológicas nas comunicações, pela informatização e digitalização. Procuro ainda evidenciar quais as mudanças mais determinantes para que se considere que o rádio, mais uma vez, venha conseguindo se reinventar ao ter novamente sua morte decretada, em função do advento da internet.

Para esta busca, utilizo observações e acompanhamento de emissoras e, principalmente, nestas primeiras análises, referências em estudiosos do novo rádio, entre os quais Cebrián Herreros (2007 e 2011), Eduardo Meditsch (2007 e 2010), Luiz Artur Ferraretto (2010), Nélia Del Bianco (2009) e Clóvis Reis (2010).

Diferenças, convergências e conexões: o novo radiojornalismo da era digital

O radiojornalismo da era digital vem evidenciando transformações na técnica de produção, na form, no conteúdo e na linguagem, modificando tanto as suas características quanto suas formas de audição. Estamos em tempos de novas sintonias e navegações nas ondas do rádio, seja na radiodifusão convencional, hertziana, seja na grande rede virtual.

E neste ponto é de se sublinhar que em tempos virtuais, mesmo na rede, a convergência vem permitindo o funcionamento de dois novos tipos de rádio. Na rede, é possível ouvir o que classifico de rádio na internet. Constitui-se este do rádio convencional que, além da transmissão como emissora AM ou FM, mantém um site na internet onde veicula a mesma programação do dial e também pode agregar e/ou disponibilizar mais programação, informações, inclusive em convergência com texto e imagem. O outro tipo é a webemissora, caracterizado pelo rádio produzido e transmitido exclusivamente na internet.

Ressalto esta distinção por considerar necessária para a análise das transformações no radiojornalismo tendo como referência a discussão de Eduardo Meditsch (2007, p. 27-43) para o rádio dentro deste novo ambiente da comunicação e da informação. Além de um

“alargamento” na conceituação do que é informação no meio, para ele, inclusive deve-se mudar a designação de radiojornalismo para rádio informativo:

Na língua portuguesa, o jornalismo produzido e veiculado pelo rádio tem sido designado geralmente como radiojornalismo. O termo radiojornalismo, originalmente, remete à palavra impressa e embora historicamente a tenha superado, com a transposição da atividade aos meios eletrônicos, essa mudança não se fez sem que trouxesse, em sua esteira, uma série de tradições, normas, hábitos e técnicas daquele outro tipo de suporte material. Na medida, porém, em que os novos suportes modificaram a atividade, a fixação na designação anterior – o congelamento do conceito – por vezes obscurece as diferenças estabelecidas nessa mutação. O rádio informativo não é apenas um novo canal para a mesma mensagem do jornalismo, é também um jornalismo novo, qualitativamente diferente, e a designação diversa procura dar conta dessa transformação. (MEDITSCH, 2007, p. 30)

Mesmo continuando a designá-lo como radiojornalismo, em recentes estudos venho adotando a compreensão de Meditsch em relação à ampliação da informação jornalística radiofônica bem como a de Herreros (2007, p.28) sobre a “rádio itinerante” que se produz nestes tempos virtuais e digitais. Em artigo apresentado no 4º Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia, sob o título “As fases da história do rádio brasileiro e as transformações da notícia radiofônica”, propus uma atualização da periodização histórica da radiodifusão nacional já com primeiras análises sobre modificações que agora impactam o meio.

O radiojornalismo não se limita mais a postos fixos de produção, cenário que começou a mudar principalmente a partir do advento do celular. O jornalismo radiofônico busca e persegue fisicamente o desenvolvimento dos fatos, da notícia, da informação. [...] o radiojornalismo brasileiro já se desenvolve sob uma conceituação mais ampla. Já se faz sem distinção entre informação e jornalismo radiofônicos [...] Além da informação puramente jornalística, noticiosa, veicula como jornalismo, também, por exemplo, prestação de serviços, utilidade pública, informação institucional. E com o livre acesso ao uso da web para a implantação de emissoras de rádio exclusivas na internet ou para simplesmente transmissão de informações ou produções em áudio, ameaças de morte voltam a pairar sobre o veículo. Mas também, mais uma vez, se estrutura um novo rádio. Novo na forma de produzir, a partir da convergência multimídia que permite

avançar na captação, investigação, reflexão, interatividade, em novos e mais modelos e formatos, experimentação criativa, ofertas de programação e serviços. Profundas transformações que, entretanto, como aconteceu até agora na história do rádio brasileiro, não são definitivas. Linguagem, texto, formato e recursos de fazer jornalismo radiofônico vão continuar a se transformar. (ZUCULOTO, 2012, p.7)

Em função da digitalização da produção e também da possibilidade de veiculação e transmissão virtual, tanto um tipo quanto outro modificam a tradicional linguagem do rádio, porque perdem ou adquirem características, recursos e também mudam as necessidades e interesses das audiências. O novo rádio, sob estas transformações, está dispensado, por exemplo, de atender fielmente algumas de suas principais características, antes de atendimento essencial e obrigatório: a instaneidade e a fugacidade da mensagem. Já não se precisa ouvir rádio no exato momento em que se transmite e, acessando-o pela internet, pode-se voltar atrás, ouvir a qualquer momento ou de novo.

Além disso, outra modificação que se reflete diretamente na linguagem e no formato, especialmente, deve-se ao fato de, na internet, permitir agregar dados, informações em texto e imagens que podem complementar, oferecer mais ou simplesmente reforçar a comunicação.

Clóvis Reis (2010, p.257 -271)) chama bem a atenção para esta transformação em “Os impactos da digitalização na propaganda radiofônica”. As reflexões de Reis sobre a publicidade no rádio podem ser transportadas e aplicadas integralmente para análises do radiojornalismo nesta perspectiva.

[...] a linguagem radiofônica se situa entre o texto escrito e o oral, porque baseia sua carga expressiva tanto na palavra como em outros elementos sonoros e não sonoros. [...] O ponto de partida é o fato de que o rádio é, atualmente, exclusivamente sonoro. [...] Toda a sua possibilidade de comunicação se funda na capacidade de transformar a realidade física em imagens mentais, [...] o rádio é o meio que permite ver com os ouvidos. [...] Com a transmissão digital, a linguagem radiofônica incorpora o texto escrito e a imagem, o que lhe outorga uma nova configuração como meio de comunicação e mídia publicitária.[...] Efetivamente, o emprego do texto escrito e da imagem constitui um novo âmbito de caracterização para a identificação e a descrição dos relatos publicitários veiculados no rádio. (REIS, 2010, p. 266 -267)

Reforçando as formulações acima, com base em Reis é possível identificar no radiojornalismo um afastamento da linguagem inaugurada pelo Esso e que reinou absoluta por décadas de história radiofônica: entre muitos exemplos, um primeiro que aqui evidencio é o de que a aproximação das informações com o aqui e agora, em programações que ficam disponíveis na internet já não podem ser tão rígidas. Já não se pode mais simplesmente informar que tal fato ocorre daqui a pouco, sem situar de que dia, de que turno.

Nos formatos e modelos, outra grande transformação – ou reinvenção – ocorre na grade de programação linear. No rádio convencional, mesmo que transmitindo também pela internet, a linearidade continua para a programação ao vivo, mas com alternativas de audição e acesso não linear, possíveis pelas diversas ferramentas que permitem a disponibilização, os podcast e os downloads. É a personalização, a individualização da programação.

A necessidade hoje, em função desta nova característica, é de produção de uma rádio para um público abrangente, mas a partir desta programação ampla, cada ouvinte pode “fazer” sua própria emissora, consumindo somente os programas, as informações, as músicas que lhe agradam e lhe interessam.

Sintonias e navegações nas ondas do novo rádio

As mais recentes novas tecnologias também vêm provocando mudanças de formas e espaços de audiência. E estes - os novos modos, condições, ambientes e suportes em que se ouve rádio na atualidade igualmente constituem fatores que impactam linguagem, formatos e modelos do radiojornalismo.

Hoje se ouve rádio em AM, FM, no rádio do carro, no celular, no MP4, na internet. E a mobilidade para a audiência – uma das grandes vantagens do rádio que continua a fazer deste meio um dos mais apropriados para receber informação – ao mesmo tempo em que garante a sua permanência como veículo informativo necessário, também passa a exigir mudanças e adequações da produção radiojornalística – na forma, na linguagem e no conteúdo, entre outros.

Embora cada vez mais se ampliem as possibilidades e meios de o público buscar informação e mesmo que entre 2007 e 2011, o total de brasileiros conectados à internet tenha aumentado de 27% para 48%, de acordo com pesquisa encomendada pela Fecomércio do Rio de Janeiro ao instituto Ipsos, o rádio convencional vem mantendo audiência.

Em alguns anos da última década inclusive evidenciou crescimento médio de público, em torno 44% no Brasil. Perto de 90% das casas brasileiras possuem um aparelho de rádio e conforme a “Revista Rádio e Negócios.com”, 76% da população brasileira entre 18 e 24 anos ouve rádio AM ou FM.

Outra pesquisa que oferece dados bastante necessários para identificar e analisar necessárias transformações do radiojornalismo é sobre Hábitos de Informação e Formação de Opinião da População Brasileira II, produzida pela Meta Pesquisas de Opinião para a Secom – Secretaria de Comunicação do governo federal. (<https://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/pesquisas/2010-12-habitos-ii/2010-12-habitos-de-informacao-e-formacao-de-opinio-da-populacao-brasileira-ii.pdf>) Segundo o relatório desta pesquisa, disponível na página da Secom, a maioria dos entrevistados – um total de 69,6% - ouve rádio em FM. O rádio AM é escutado por 27,9%. A casa ainda permanece como o principal local em que a audiência ouve rádio (64,4%), seguido do carro - 21,4% - e celular -19,0%.

Quanto à preferência em relação ao tipo de programação, a maioria ouve a musical - 72,8% -, enquanto 16,2% ligam o rádio para escutar notícia, números que, de acordo com o relatório, em comparação com dados de 2009, demonstram que “houve um aumento na preferência pela programação musical e uma diminuição pela preferência dos noticiários (68,9% e 19,2%, respectivamente)”. Quanto aos períodos de maior audiência, a pesquisa

aponta que a manhã continua sendo o chamado “horário nobre” para programas noticiosos, com 40,2% ligando o rádio entre 6h e 11h para buscar informações.

Reflexões finais: tendências em construção

Com base nas referências teóricas, dados e evidências analisadas neste artigo, dando seguimento a reflexões ainda preliminares sobre o novo rádio, uma das principais rupturas aqui possíveis de se identificar é quanto a instantaneidade e seu impacto sobre a linguagem jornalística. Em decorrência de se encontrar mais imediato, mais simultâneo ao fato que relata, o radiojornalismo está também cada vez mais ao vivo, mais produzido e veiculado de improviso.

E como já apontei em outro recente artigo sobre a temática, o aprofundamento destas características desde meados da década de 90 vem transformando o modo Esso de fazer notícia no rádio, que por pelo menos 50 anos reinou absoluto no jornalismo radiofônico brasileiro.

[...]Nas transformações evidenciadas no radiojornalismo desta época, destacam-se o desenvolvimento dos modelos “all news” e “talk and news”, que muito mais baseados nas informações transmitidas ao vivo, começam a produzir modificações mais profundas no modo de construir a notícia. O estilo Esso já não é hegemônico no rádio jornalístico brasileiro. (ZUCULOTO, 2012, p. 6)

Ao mesmo tempo, porém, em contraposição com a não mais obrigatoriedade de a audiência ser instantânea, simultânea, a linguagem e a forma da informação jornalística atual tende, precisa se transformar para ficar disponível no novo rádio – na internet ou na webemissora. Ou seja, tanto um quanto outro destes novos tipos de rádio mudam a tradicional linguagem do rádio, porque também mudam as necessidades e interesses das audiências.

No livro “O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital” (MAGNONI e CARVALHO, 2010), Almeida e Magnoni refletem assim sobre “Rádio e internet: recursos proporcionados pela web ao radiojornalismo”:

[...] O rádio sobreviveu. Ficou mais pobre, mas continuou influente, popular e muito cobiçado como instrumento de formação de opinião. As três décadas finais do século XX estiveram sob o domínio da televisão. Todo o arsenal imagético não conseguiu desvencilhar a televisão do estigma inicial: de rádio com imagens; de um meio híbrido com mensagens que podem ser vistas e ouvidas juntas, ou, então, só escutadas por ouvintes criados pelo rádio. A internet, por mais sedutora que se apresente, ainda não conseguiu superar a herança dialógica do rádio. Há coisa nova no contexto digital: ouvir rádio na web é muito cativante. (ALMEIDA e MAGNONI, in MAGNONI e CARVALHO, 2010, p. 289)

São estas, então, as primeiras evidências ou tendências aqui detectadas no sentido de que, sim, sob o impacto das últimas novas tecnologias da comunicação e suas convergências, o radiojornalismo está adequando-se, transformando-se ou criando novos modelos, formatos, linguagem, recursos e práticas. Por conta de um novo rádio que se constrói na contemporaneidade, o jornalismo radiofônico, assim como o meio, também vem ampliando seus conceitos, seus suportes, ofertas e serviços da programação, entre outros de suas propriedades e características. E da mesma forma que ocorreu em vários momentos de seus 90 anos de história no Brasil, o rádio e seu jornalismo se reformulam, se adequam e se reconstróem. Mais uma vez o futuro do rádio ainda está em experimentação, está por vir.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Ana Carolina e MAGNONI, Antônio Francisco. Rádio e internet: recursos proporcionados pela web ao radiojornalismo. In.: MAGNONI, Antônio Francisco e CARVALHO, Juliano Maurício. **O novo rádio - cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Editora Senac, 2010. p. 273-290.

DEL BIANCO, Nélia R. **Promessas de mudanças na programação e na linguagem das emissoras digitalizadas**. In.: MAGNONI, Antônio Francisco e CARVALHO, Juliano

Maurício. **O novo rádio - cenários da radiodifusão na era digital.** São Paulo: Editora Senac, 2010. p. 203-238.

HERREROS, Cebrián Mariano. **Modelos de Radio, desarrollos e innovaciones. Del diálogo y participación a la interactividad.** Madrid: Editorial Fragua, 2007.

MEDITSCH, Eduardo Barreto Vianna. **O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo.** Florianópolis: Insular/Edufsc, 2ª. Ed., 2007.

_____. **A informação sonora na webemergência: sobre as possibilidades de um radiojornalismo digital na mídia e pós mídia.** In.: MAGNONI, Antônio Francisco e CARVALHO, Juliano Maurício. **O novo rádio - cenários da radiodifusão na era digital.** São Paulo: Editora Senac, 2010. p. 203-238.

ZUCULOTO, Valci. **As fases da história do rádio brasileiro e as transformações da notícia radiofônica.** In: Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia, 4, GT História da Mídia Sonora, 2012. São Borja. **Anais...** São Borja: Alcar, Unipampa, 2012.

Sites

<https://www.secom.gov.br> (acessos em março e junho de 2012)

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.