

Apontamentos e reflexões em torno das relações entre emissoras radiofônicas “tradicionais” e seus ouvintes\internautas¹

Graziela Bianchi²

Universidade Estadual de Ponta Grossa- UEPG - Ponta Grossa, PR

Resumo

O presente trabalho articula reflexões em torno das possibilidades de interação que se estabelecem no âmbito dos usos e relações dos ouvintes das emissoras de rádios, nascidas no espaço analógico, e que hoje estão também presentes no espaço digital. É dada ênfase ao entendimento acerca das novas possibilidades de vínculos desses canais com seus públicos, sem desconsiderar importantes características relacionadas ao rádio desde seu desenvolvimento inicial. Busca-se situar características fundantes que possam, em passos seguintes do processo de investigação, promover a identificação, registro, caracterização e compreensão dos vínculos que se configuram entre os ouvintes, as emissoras de rádio com presença na internet e a utilização, em particular, das redes sociais como espaço para interações com os programas, emissoras, protagonistas radiofônicos, entre outros.

Palavras-chave: Rádio; Espaço Digital; Interação; Processos de Recepção.

1. Introdução

Há tempos o interesse que possui relação direta com os processos de constituição da cultura radiofônica, observada especialmente a partir do âmbito da recepção, tem se mostrado de maneira ainda um pouco tímida nos estudos empreendidos por algumas vertentes de pesquisa, seja no âmbito mundial ou mesmo brasileiro. Tal abordagem, de extrema relevância para investigações relacionadas ao campo da comunicação de forma geral, não se encontra esgotada, muito pelo contrário, carece de mais iniciativas que possam fortalecer os trabalhos em curso e também motivar novos estudos em torno do universo radiofônico e seus públicos. A partir da emergência e do desenvolvimento de novas possibilidades comunicativas, frutos, entre variadas questões, mas de maneira especial, do desenvolvimento tecnológico acelerado dos últimos anos, novos desafios foram sendo impostos à discussão acerca do rádio e seus ouvintes.

Pode-se dizer que esse desafio se apresenta ao campo da comunicação a partir de uma dupla abordagem: por um lado, o próprio entendimento do meio rádio envolto em tais

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora no Mestrado e Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa- UEPG. Email: grazielabianchi@yahoo.com.br

transformações: seus avanços, possíveis limites, transformações. Por outro, a maneira de se abordar e de se compreender esse público, que se antes já não cabia ser denominado por receptor, assim, de uma maneira simplista e muitas vezes até pejorativa, no atual contexto comunicacional passa a ser incompreensível e absolutamente fora de lugar considerá-lo como aquele que somente recebe as mensagens. Não só porque ele não possui, nunca possuiu, a passividade que algumas correntes de estudo em comunicação, as primeiras, pareciam preconizar em meados do século XX, mas porque hoje, em diversas circunstâncias, é possível considerar esses públicos também como produtores, disseminadores e reconfigurados de conteúdos a partir de mensagens que são apreendidas dos meios de comunicação, sejam eles tradicionais ou emergentes.

O trabalho aqui proposto caminha no sentido de realizar o esforço de suscitar o olhar, a reflexão, com vistas à melhor compreensão desses fenômenos, do entendimento, por um lado, das transformações e novas possibilidades comunicativas empreendidas pelo meio rádio no espaço digital, mas também pelo entendimento dos fenômenos que estão vinculados a uma noção de público que hoje, ainda mais que em outros tempos, se mostra de maneira complexa, múltipla, articulada a partir de perspectivas variadas, que conservam características de *habitus* observados, desenvolvidos, empreendidos e ancorados em formas e meios tradicionais de comunicação, mas que vivem em relação com as formas que foram propiciadas a partir da introdução e desenvolvimento de possibilidades relacionadas às tecnologias digitais de comunicação.

Nesse sentido, cabe uma reflexão de fundo, observada de um ponto de vista que problematiza não um meio de comunicação em particular, mas uma estrutura comunicativa na atualidade, marcada pela necessidade de amplo entendimento de formas comunicacionais que emergem no contexto de uma sociedade caracterizada por intensas e cruciais transformações. Para tanto, considera-se como fundamental a reflexão apresentada por Muniz Sodré (2013) para que se possa contextualizar melhor tais cenários de transformação, que não possuem origem somente no comunicacional, mas que implicam diretamente sobre ele.

Em seus atuais desdobramentos tecnológicos, o fenômeno comunicacional implica um alargamento da esfera pública, mas apenas em suas dimensões materiais ou funcionais, sem real correspondência histórica com o que antes significavam política e cultura. O seu funcionamento industrial não exige mais do que a eficácia dos fluxos informacionais – potencializados pelos artefatos eletrônicos – e a mobilização da atenção pública pela retórica diversificada do entretenimento. A sua realidade prática prescinde

de maiores horizontes intelectuais. Assim, conceber hoje outra plataforma interpretativa do fenômeno comunicacional exige uma pré-compreensão (na acepção heideggeriana deste termo) da comunicação como um horizonte humano não esgotado pela dimensão funcional, portanto, exige uma apreensão política (no melhor sentido desta palavra) da condição humana no âmbito das novas configurações do capital e da tecnologia. (SODRÉ, 2013, p. 71)

As concepções expostas por Sodré falam da necessidade de uma ampliação do que ele situa como horizontes intelectuais, no sentido de que a comunicação, hoje, precisa de um entendimento cada vez mais amplo, que se revela necessário a partir da existência de complexas configurações também sociais, políticas e culturais que são vividas e implicam diretamente no entendimento relacionado ao comunicacional.

É possível dizer então que o presente trabalho tem a preocupação expressa de situar também questões de cunho social, cultural, tecnológico em conformação com os fenômenos que se articulam e acabam por corresponder de maneira direta no âmbito dos processos comunicacionais vivenciados na atualidade, com o olhar e a atenção especial voltada para as relações entre rádio, espaços digitais e seus públicos.

Em uma perspectiva que se mostra afim às reflexões expostas por Sodré, Jiani Bonin (2013) procura relacionar tais transformações em um ponto de vista direcionado ao midiático, buscando mostrar que as repercussões de tais mudanças incidem de forma intensa nos diferentes formatos dos meios, bem como seus públicos.

As novas tecnologias midiáticas, conjugadas a outros fatores como novas articulações produtivas, estão permitindo que um mesmo conteúdo flua por canais diferentes e assumam formas distintas no ponto da recepção. Surgem, em resposta à convergência dos meios, produtos midiáticos com novas lógicas, como as chamadas narrativas transmídias, caracterizadas por uma nova estética, que faz novas exigências aos consumidores, dependentes da participação ativa de comunidades de conhecimento. Esses processos são configuradores de novas culturas midiáticas; os sujeitos são incentivados a procurar novas informações e a fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos; constituem-se culturas colaborativas, fidelidades mais móveis dos consumidores, comportamentos migrantes (BONIN, 2013, p. 25-26)

É importante pensar nesses aspectos expostos pelos autores acima citados como formas possíveis de se compreender questões que se mostram abrangentes e que estão presentes, mesmo que a partir de distintas perspectivas, em uma série de problemáticas comunicacionais vivenciadas na atualidade. São abordagens que se apresentam como

necessárias e pertinentes, independente do problema\objeto em questão, porque apontam para um processo de transformação em que diferentes questionamentos estão implicados, direta ou indiretamente.

Ao se pensar no desenvolvimento de uma perspectiva que relaciona o rádio e seus públicos em uma configuração contemporânea, é importante situar um enfoque onde esteja presente a consideração de uma análise que contemple o radiofônico desde a sua configuração inicial como meio de comunicação de massa, até as suas transformações mais recentes, com a utilização da internet como possibilidade de difusão, mas não só. Nessas características que se relacionam diretamente com o digital, observa-se a criação e a manutenção de outro espaço de interação entre o meio e seus públicos, desencadeando, dessa forma, uma série de outras características, novas, com possibilidades até então não experienciadas.

Se durante certo tempo, a articulação possível entre os Estudos de Recepção e o rádio esteve direcionada fundamentalmente à relação entre os ouvintes e a consideração de emissões realizadas a partir do sistema tradicional – aparelho radiofônico, seja com transmissões em AM ou FM, na atualidade, as transformações tecnológicas e comunicacionais dos últimos anos têm se mostrado tanto velozes como reconfiguradoras de modos e possibilidades comunicativas também no âmbito radiofônico. Se a partir da inclusão e utilização do espaço digital pelos meios considerados tradicionais, como é o caso do rádio, já observamos uma série de aspectos merecedores de investigação, por suas possibilidades de rearranjos (no ponto de vista da produção e divulgação de conteúdos, na perspectiva da organização econômica do meio, enfim, nos novos modos exigidos aos diferentes fazeres), no caso de um olhar voltado aos públicos desse meio, a questão se torna ainda mais complexa e instigante.

Não é um fato que passa a ser observado somente agora, nos primeiros anos do século XXI, nem mesmo pode ser atribuído totalmente aos processos que relacionam o desenvolvimento tecnológico cada vez mais exacerbado, mas sim, há que se considerar que o fenômeno de digitalização dos processos comunicacionais obrigou, de certa forma, os pesquisadores a direcionarem seus olhares e seus esforços investigativos para buscar a compreensão de práticas que mostram uma relevância crescente.

Sendo assim, no que se refere aos públicos radiofônicos, especialmente analisando suas posturas e seus modos de apropriação diante da oferta de novas possibilidades comunicativas, seja no que diz respeito aos conteúdos, seja no que se relaciona aos suportes

em questão, colocam-se importantes desafios no campo da pesquisa. Vale lembrar, uma vez mais, que se analisarmos, especialmente a partir das últimas décadas do século XX, já se tornava difícil aceitar a proposição dos públicos dos diferentes meios de comunicação como simples “receptores” de conteúdos e mensagens. Com as possibilidades de comunicação digital que se apresentam de maneira intensa no tempo em que vivemos, essa questão se coloca como impossível de se sustentar.

2. Perspectivas acerca de teorias e conceitos em discussão

Os autores e conceitos que serão trazidos e mobilizados para que se possa empreender uma discussão acerca do rádio em relação aos seus públicos em um contexto que não é mais o tradicionalmente instaurado e realizado em função de suporte analógicos, possuem articulação com as discussões e temáticas que envolvem as possibilidades de interação, tanto de um ponto de vista mais amplo, no que se refere ao espaço digital, quanto focado nos usos propiciados pelas redes sociais digitais, em particular. É de interesse fundamental também perspectivas que cercam as noções de usuário, receptor, participante, ouvinte, questionamentos pertinentes ao se considerar as configurações possíveis frente os processos de comunicação na atualidade. Tal discussão se mostra como crucial a partir do entendimento da importância de relacionar, nesse contexto com a presença de públicos e meios de comunicação no espaço digital, as transformações, possibilidades, continuidades e descontinuidades em uma realidade comunicacional em constante processo de desenvolvimento.

Dessa forma, cabe trazer à discussão uma série de abordagens e possibilidades de reflexão que auxiliam no entendimento do que ocorre, em última instância, nas relações entre o rádio e seus públicos em ambientes digitais. É importante pontuar que se reflete aqui acerca do que vem sendo observado, do ponto de vista comunicacional, há vários anos, e de maneira mais exacerbada, nas últimas décadas do século XX e primeiros anos do século XXI. É possível então compreender de maneira bastante clara, especialmente na atualidade, o que, já nos anos de 1990, a pesquisadora argentina Maria Cristina Mata (1991) chamava de *cultura midiática*. Para a autora, a necessidade do desenvolvimento dessa noção foi o reflexo mais intenso de uma centralidade que os meios foram adquirindo no cotidiano dos indivíduos. Pode-se dizer, também a partir de suas reflexões, que essa cultura tem se mostrado, ano após ano, de maneira cada vez mais forte, rápida e inserida no cotidiano dos indivíduos, de forma que é possível até considerá-la, em certo ponto, naturalizada.

Nesse sentido, lembra também que as sociedades são interpeladas a realizarem novos arranjos que deem conta da complexidade que esses formatos impõem. A cultura midiática propõe “un nuevo modo en el diseño de las interacciones, una nueva forma de estructuración de las prácticas sociales, marcada por la existencia de los medios” (MATA, 1991, p.84). E no interior desses arranjos, uma profusão de relações possíveis no âmbito dessa cultura, onde o rádio figura como o meio de comunicação que acionou o caráter verdadeiramente massivo dos meios de comunicação. Se trouxermos a reflexão exposta por Mata para o contexto atual, ou seja, estes primeiros anos do século XXI, temos também a obrigação de trazer à tona ainda mais componentes para essa discussão.

O desenvolvimento do rádio enquanto meio de comunicação impulsionou transformações que estiveram concentradas não apenas na perspectiva da produção de conteúdos. Em meados do século XX, mudanças do ponto de vista econômico também foram bastante marcadas, e muito marcaram esse contexto. Abriu-se mercado para os fabricantes de aparelhos transmissores, por exemplo, o que impulsionou a economia e o desenvolvimento do setor. Cabe também ressaltar a criação de um mercado vinculado à comunicação radiofônica, que esteve relacionado especialmente à publicidade. Ressalta-se também a criação de um mercado profissional, com a especialização cada vez maior dos envolvidos com as produções radiofônicas da época. A partir disso, foi possível a ampliação e consolidação do rádio como negócio, possibilitando a criação e expansão de gêneros radiofônicos, contratação e formação de mão de obra especializada, incremento da infraestrutura das emissoras. A regulamentação do setor publicitário no rádio acontece em 1932. Antes disso, seu caráter era tido como eminentemente cultural, e, de certa maneira, colaborativo, na perspectiva das rádios sociedades. Com o mercado de receptores em expansão e a aprovação de uma lei reguladora para o setor, o seu crescimento foi sendo garantido. (HAUSSEN, 2001)

Essas transformações pelas quais o rádio atravessou estão implicadas em mudanças de caráter econômico e tecnológico, mas também em reorganizações que influenciaram o âmbito cultural, social e histórico das sociedades em que se inseriu. O rádio, desde sua implantação, e posteriormente com seu desenvolvimento, atuou também como um fenômeno cultural, participando na transformação de modos de vida, costumes e *habitus* de indivíduos, famílias, grupos. Transformações estas que tiveram períodos de maior intensidade, como no princípio da comercialização de aparelhos radiofônicos, ou na transição para a portabilidade, por exemplo. No entanto, mesmo as mudanças que

apresentaram-se de maneira mais gradual, participaram de maneira importante na vida dos radiouvintes.

Ao longo de um percurso de convívio e desenvolvimento do rádio na sociedade brasileira, ele foi se constituindo como um fenômeno cultural de múltiplas dimensões e sentidos. Foi capaz de ir se adequando às mudanças que se operaram no tecido social e, com elas, às modificações que foram sendo manifestas na vida, no cotidiano das pessoas.

Essas características se devem a um conjunto de fatores múltiplos e interligados. O primeiro deles talvez seja o que se vincula à característica de oralidade, constitutiva desse meio de comunicação. Essa forte relação existente entre rádio e oralidade é uma marca que pode ser percebida especialmente nas culturas latino-americanas que possuem essa característica como parte de sua constituição. Entretanto, é importante ressaltar que não se está partindo de uma perspectiva em que a oralidade é tida como característica do passado ou até mesmo ultrapassada, de uma cultura que já se “desenvolveu”, mas é parte constituinte do presente, se mostra transformada, convivendo com uma série de outras características, sejam elas consideradas atuais ou não. Ao se trabalhar no âmbito da recepção, pressupõe-se que a cultura oral tem uma relevância bastante significativa. Alia-se então público e meio que possuem na oralidade uma marca comum.

Ressalta-se também a importância de se estabelecer uma relação entre a oralidade existente no âmbito da cultura e a oralidade midiaticizada pelo radiofônico. Para Jesús Martín-Barbero (1999), vivemos em um tempo que se observa uma co-existência entre as diferentes manifestações comunicativas.

Hablar de medios de comunicación en América Latina se ha vuelto entonces una cuestión de envergadura antropológica. Pues lo que ahí está en juego son hondas transformaciones en la cultura cotidiana de las mayorías, y especialmente en unas nuevas generaciones que saben leer, pero cuya lectura se halla atravesada por la pluralidad de textos y escrituras que hoy circulan. Lo que entonces necesitamos pensar es la profunda compenetración – la complicidad y complejidad de relaciones – que hoy se produce en América Latina entre la oralidad que perdura como experiencia cultural primaria de las mayorías y la visualidad tecnológica, esta forma de “oralidad secundaria” que tejen y organizan las gramáticas tecnoperceptivas de la radio y el cine, del vídeo y la televisión. (MARTÍN-BARBERO, 1999, p.34).

Seguindo nessa mesma perspectiva, Martín-Barbero destaca que na atualidade, há a relação de convivência entre construções como a oralidade e o que o autor denomina de visualidade tecnológica, onde estariam inscritas as experiências mediadas

tecnologicamente. O que se coloca então a partir do estabelecimento de relações desta natureza é a coexistência da oralidade com “novos” modos de se perceber e realizar a comunicação, nesse caso, especialmente via mídias. Além disso, mesmo as tradicionais práticas orais ainda mobilizadas passam por processos de reconfiguração, especialmente em função do midiático.

Na relação estabelecida entre significações de uma escuta midiaticizada pelo rádio, coloca-se a importância de se perceber também os sentidos gerados e o que se produz a partir deles. As múltiplas possibilidades ofertadas pelas produções radiofônicas colocam a necessidade de se observar e analisar os aspectos constituintes envolvidos. Essa voz que não é simplesmente composta pela fala humana, mas que integra outras sonoridades, como os efeitos, a música, sons que funcionam como marca para um programa, um locutor, um personagem, e que, juntas, passam a compor um quadro de oralidade e sonoridade midiaticizada. A mobilização que cria sentidos no ouvinte é feita de uma maneira muito forte pela voz, entre outros aspectos constituintes. Ela está intimamente direcionada também pela memória e por seu intermédio se dá o acionamento de referenciais simbólicos diversos, e entre eles os midiáticos. O direcionamento, as variações que abrangem intensidade, velocidade, ritmo, articulação fazem da voz midiática um elemento com características iguais a da voz utilizada na relação interpessoal, mas que carrega em si as referências simbólicas presentes no meio, no produto midiático e no papel representado por aquele que a possui.

Ninguno de los sistemas expresivos que constituyen el lenguaje radiofónico es por sí mismo fundamental para la producción de sentido. Sin embargo, porque es el instrumento habitual de expresión directa del pensamiento humano y vehículo de nuestra socialización, la palabra es indispensable en el conjunto del lenguaje radiofónico. Aquellos creadores que prescinden un éxito comunicativo, aunque, desde una perspectiva experimental, se les pueda reconocer un gran valor por lo que representa de aportación al desarrollo del lenguaje radiofónico. (BALSEBRE, 2007, p.33)

O caráter de vinculação intrínseca com a oralidade que o rádio institui é que o aproxima da vida, do cotidiano e da experiência dos indivíduos. É a manifestação de mesclas oriundas das mais diferentes vertentes e representa um movimento que é muito bem expresso por Martín-Barbero:

Lo que paradójicamente resulta, es lo que constituye la especificidad histórica de lo popular en América Latina: el ser espacio denso de interrelaciones, de intercambios y reappropriaciones, el movimiento del mestizaje. Pero de un mestizaje que es proceso no puramente “cultural”

sino dispositivo de interrelación social, económico y simbólico.
(MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 137)

Entende-se a oralidade como uma característica típica e configuradora do rádio, e, para além disso, que também propicia importantes vinculações entre a cultura, em uma concepção mais ampla, e a própria cultura midiática. Se prosseguirmos no raciocínio empreendido por Martín-Barbero (2002), conseguimos compreender a importância de se considerar esses vínculos e relacioná-los nas conformações que articulam a cultura, a oralidade e o rádio como expoente de um processo de mediação social. Nesse sentido, compartilha-se do pensamento do autor anteriormente citado quando considera a cultura como o lugar privilegiado desde o qual se pode compreender as diversas imbricações relacionadas aos fenômenos comunicacionais. Em busca da compreensão acerca das relações como as que se manifestam entre rádio e oralidade, é preciso observar imbricações no âmbito da cultura vivida pelos sujeitos.

Para se entender o papel desempenhado pela oralidade, especialmente em nossas culturas latino-americanas e buscar compreender os vínculos existentes com o desenvolvimento do rádio é preciso relacionar a trajetória descrita por esse traço de nossa formação cultural. Sem a tradição de uma “cultura letrada” por excelência, a oralidade foi se constituindo como um importante elemento de formação cultural, educacional e de sociabilidade em países como o Brasil, e se afirmando também como um traço identitário de um povo. Em algumas visões ortodoxas, essa característica poderia representar um “atraso cultural”, uma demonstração de subdesenvolvimento. No entanto, ao se relacionar a forte ligação existente entre rádio e oralidade, e a importância que este meio de comunicação teve e tem em nossas sociedades, é mais coerente, na perspectiva adotada neste trabalho, aproximar-se à visão exposta por Martín-Barbero ao refletir sobre essas características:

No letrada significa entonces una cultura cuyos relatos no viven en, ni del libro, viven en la canción y en el refrán, en las historias que se cuentan de boca en boca, en los cuentos y en los chistes, en el albur y en los proverbios. De manera que incluso cuando esos relatos son puestos por escrito no gozan nunca del estatus social del libro. (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.153).

Dentro desse universo expresso pela oralidade há a presença insubstituível do elemento sonoro. Sonoridade esta que se revela como uma importante marca que orienta, distingue e constitui não só o fazer radiofônico, mas que também mobiliza os sentidos da

escuta. É o som que advém da fala, do ruído, da música, de todo esse conjunto sonoro composto e múltiplo. Nesse contexto, o som opera das mais diferentes formas, marcando presença em distintos aspectos que participam na vida dos sujeitos. Entre eles, o que está vinculado ao caráter relacional entre a audição e a afetividade. Isso porque, sob o ponto de vista de uma abordagem psicológica dessa ligação, entende-se que o sentido auditivo está, em grande medida, ligado às vivências afetivas dos indivíduos. Tal consideração é feita pensando em uma perspectiva mais global de relevância sonora das vivências humanas.

Foram apresentadas até aqui características que relacionam a importância de elementos radiofônicos em movimentos comunicacionais analisados desde a sua origem. Percebeu-se, por exemplo, a importância exercida pela oralidade e sua utilização pelo rádio. Entretanto, é preciso pensar que hoje essa oralidade participa de maneira diferenciada ao que se viu e se relacionou aos primeiros anos vividos com o rádio. Essa oralidade hoje perpassa o espaço de emissão do aparelho e se transmuta para outras possibilidades comunicativas, como é o caso dos sites de redes sociais. No atual estágio do processo de investigação, ainda não é possível aprofundar questões de um ponto de vista mais analítico, o que se almeja com o desenvolvimento das próximas etapas do trabalho, mas é pertinente dizer que existe uma percepção relacionada às transformações de manifestações orais nos espaços digitais de interesse da pesquisa e isso é observado tanto do ponto de vista do movimento realizado pelas emissoras, quanto da parte de seus públicos. É preciso, sem dúvida, aprofundar essas reflexões que se apresentam como fundamentais na trajetória da comunicação radiofônica no espaço digital.

No que se refere ao processo que configura a linguagem radiofônica, ainda que de maneira breve, pode-se dizer que diferentes perspectivas estão presentes e podem ser observadas. Dentre elas, uma que se coloca como mais elementar, mas que possui um papel primordial, que define outras tantas atribuições. Trata-se do componente técnico\tecnológico que configura o próprio meio. Balsebre (2007) relaciona a maneira como essa participação se articula.

La noción tecnología, como un proceso de\formante de la señal sonora original, cuyos recursos expresivos influyen decisivamente en la codificación de los mensajes sonoros de la radio. La codificación de un mensaje no puede ignorar que el mensaje percibido e interpretado por el oyente a través de la reproducción sonora no recoge objetivamente la señal sonora original. Los micrófonos tienen curvas de respuesta diferentes del oído humano. Y el sistema de propagación electromagnética del sonido radiofónico, aunque se produzca a través de la Frecuencia Modulada (sistema que contempla una mayor fidelidad) también reduce la calidad del sonido original. Además, a través de magnetófonos, filtros,

reverberadores y otros elementos propios de una unidad de grabación y reproducción sonora, el creador incorpora a la codificación del mensaje los recursos expresivos del trucaje sonoro: todos aquellos procedimientos técnicos que por medios artificiales permiten dar al oyente la ilusión de una determinada realidad sonora. (BALSEBRE, 2007, p. 26)

Pensar o rádio pelo viés de uma perspectiva que aponta para o seu desenvolvimento técnico e\ou tecnológico não significa reduzir seus outros níveis de constituição que, com o passar do tempo, também sofreram transformações. No entanto, é o trabalho de tentar situar como os processos que atuam para além dos conteúdos presentes e expressos no e pelo universo radiofônico também participam de sua estruturação e evolução.

No que diz respeito aos usos das redes sociais digitais, tanto por parte das emissoras radiofônicas “tradicionais”, quanto por parte dos seus públicos, que buscam se apropriar desses espaços, pode-se dizer que esse é um dos temas que merece um espaço privilegiado para discussões, que de maneira alguma se encontra aqui esgotado. Diversos autores têm se proposto a refletir sobre a questão de tais fenômenos, buscando não só descrever os processos inerentes à construção das plataformas que possibilitam tais formas de comunicação, mas pensar em suas possibilidades de utilização concreta.

A evolução das redes sociais pode ser abordada de acordo com diferentes perspectivas. Muito embora seja possível analisá-la a partir da sua relação com as mídias massivas (Primo, 2008), consideramos que o prisma mais interessante de sua análise esteja nas modalidades diferenciais de interação que evoluem em compasso com a penetração e apropriação social dessas redes. (SANTAELLA e LEMOS, 2012, p. 55)

Compartilha-se da perspectiva apontada pelas autoras no sentido de que se reconhece realmente a importância e necessidade de análises que possam apontar para o entendimento dos sentidos gerados e ainda pouco discutidos, especialmente no caso da relação entre usos do rádio em simultaneidade com a redes sociais digitais.

Nesse sentido, uma outra abordagem relevante de ser considerada, na medida em que suscita a discussão a respeito das relações entre o “antigo” e o “novo”, quando falamos dos processos midiáticos vivenciados, é trazida por Erick Felinto.

Em vista do que foi discutido aqui, cabe agora perguntar: o que pode nos oferecer a história da mídia, aliada a uma consideração renovada das materialidades midiáticas? Em primeiro lugar, um instrumento capaz de balancear a retórica triunfalista da cibercultura sem com isso descambar para os discursos apocalípticos ou saudosistas. Em segundo lugar, a percepção de que toda separação radical entre tecnologias novas e antigas

ou digitais e analógicas (um equívoco cometido entre nós com alguma frequência nas linhas de pesquisa de mestrados e doutorados) é improdutiva e essencialmente equivocada. Finalmente, uma compreensão das dinâmicas midiáticas que permita analisar melhor os processos criativos e os êxitos ou fracassos envolvidos nas diferentes formas de experiência tecnológica e comunicacional. (FELINTO, 2011, p. 53)

Distintos aspectos relacionados que são a composição de fenômenos cuja abordagem necessita considerar a diversidade e complexidade de processos de desenvolvimento. As características se mesclam e cabe ao trabalho de investigação compreendê-las e relacioná-las.

3. Perspectivas metodológicas em construção

Na proposta do estudo vinculado a esse artigo apresenta-se como base a articulação, observação, questionamento, reflexão acerca do radiofônico e suas reconfigurações a partir dos usos, por parte de emissoras e seus públicos, do espaço digital. No entanto, esse olhar se volta diretamente para um interesse em compreender como essas possibilidades se apresentam na relação com o público ouvinte que hoje não está mais vinculado somente ao tradicional aparelho, mas que realiza essa escuta também em outras plataformas (computadores, smartphones, tablets) e não só esse aspecto é relevante, como o fato de que essa escuta passa a se desdobrar também em uma circulação que se materializa em diferentes produções não só de sentidos, mas também de mensagens, e que estarão presentes nos sites de redes sociais.

Sendo assim, tendo como foco o interesse nesse processo de circulação, tanto do ponto de vista da produção de conteúdo para essas redes por parte emissoras de rádio, como do que é produzido pelos ouvintes, é necessário, antes de tudo, uma observação criteriosa acerca desse universo em questão. Nesse sentido, destaca-se como fundamental a perspectiva apresentada por Bonin (2013) quando ressalta o labor a ser realizado no âmbito da pesquisa exploratória. Para a autora, é nessa etapa da atividade de pesquisa científica que são gerados os elementos concretos para se possa executar o trabalho investigativo.

Dizer, tatear, explorar, não significa sair sem rumo nas explorações empíricas. Um problema provisoriamente delineado, uma problemática em germinação, linhas teóricas iniciais que desenham possibilidades de compreensão do que se deseja investigar são coordenadas básicas para a exploração do campo empírico. Exploração que precisa ser pensada em termos de aspectos, ainda que provisórios, que interessam ao problema objeto em construção, a fim de que evitemos o risco da deriva nesse

processo. Mas é também importante que a construção dessas explorações tenha flexibilidade para apreender elementos da realidade que resistam ao enquadramento dessa construção primeira e que se mostrem relevantes para pensar o fenômeno que se quer conhecer. (BONIN, 2013, p. 30)

A proposta da investigação em curso prevê a detalhada observação que possa oferecer um diagnóstico acerca das principais emissoras de rádio que possam compor a pesquisa, ou seja, emissoras de capitais brasileiras que possuam presença e atuação em sites de redes sociais digitais (no atual momento, poderíamos citar como principais exemplos dessas redes o Facebook, o Twitter, o Instagram, e ainda mais recentemente, o WhatsApp). Em outra perspectiva, é preciso também relacionar os públicos que fazem uso dessas possibilidades comunicativas e as potencialidades de interação verificadas a partir desse movimento.

Só depois dessa observação (que se encontra em processo) e análise preliminar é que poderão ser descritos os passos sistemáticos que buscarão, fundamentalmente, compreender as relações estabelecidas entre a presença digital das emissoras que nascem na proposta de transmissão analógica e os públicos que fazem uso dos sites de redes sociais por ela utilizados.

4. Considerações parciais e construções futuras

Os desafios propostos nesse trabalho, que versa sobre a articulação entre rádio e movimentos de recepção na atualidade, não se esgotam, muito pelo contrário, são as possibilidades iniciais apresentadas acerca de uma investigação em processo. É importante ressaltar que tais perspectivas, especialmente as que estão vinculadas às transformações pelas quais o rádio atravessa, de maneira especial em função dos processos comunicacionais de digitalização, estão sendo estudadas por uma série de pesquisadores. Por outro viés de estudos e interesse, grupos que se dedicam à pesquisa dos fenômenos envolvendo os processos de recepção midiática. O presente trabalho busca se relacionar com estas duas perspectivas, objetivando compreender melhor a articulação entre os dois pontos de interesse.

O fenômeno que relaciona o rádio e as possibilidades que se configuraram a partir de processos cada vez mais intensos e abrangentes de digitalização comunicacional não pode ser considerado como algo exatamente novo. O que ocorre é que com o passar do tempo e o surgimento cada vez maior de novas possibilidades, tanto tecnológicas como

comunicacionais, sugerem novos desafios. Já no início dos anos 2000, Mariano Cebrián Herreros, estudioso dos processos radiofônicos, alertava sobre os desafios colocados aos pesquisadores da área em função das mudanças em processo. Naquele momento, chamava a atenção para fenômenos de comunicação em evidência, como os chats e as listas de discussão, possibilidades que hoje foram não só ampliadas, como modificadas, reconfiguradas por outros formatos, entre os quais é possível situar as redes sociais digitais.

La radio ha emprendido nuevas formas de participación de la audiencia mediante Internet. Se busca la participación real de la audiencia en directo o en paralelo a la emisión mediante chats y foros. Muchos programas crean un chat paralelo en el que la audiencia ofrece su opinión, aporta sus ideas, informa, rebate o reafirma las ideas de los tertulianos. Se genera una radio paralela, la radio elaborada por los oyentes aunque sin salir totalmente al aire, salvo algunos fragmentos seleccionados por la dirección del programa. (CEBRIÁN HERREROS, 2001, p. 116).

É importante destacar que um percurso investigativo que direcione o seu olhar em buscar compreender como se configuram os processos que relacionam o rádio e sua recepção na atualidade se mostra necessário. São variadas as nuances presentes nessas relações e só a investigação criteriosa dessa realidade múltipla pode oferecer subsídios para se conhecer e compreender melhor tais contextos. É a isso que se propõe o trabalho mencionado nesse artigo.

5. Referências

BALSEBRE, A. **El lenguaje radiofónico**. Madrid: Ediciones Cátedra, 2007.

BIANCHI, G. S. **A escuta popular por Maria Cristina Mata**. In: MEDITSCH, E. (org). *Teorias do rádio – textos e contextos*. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **Rural Vivido e Mdiatizado – relações simbólicas e sentidos produzidos a partir da escuta dos programas radiofônicos Hora do Chimarrão e Brasil de Norte a Sul por ouvintes das comunidades rurais Linha Batistela, Povoado Coan e Linha Bigolin**. Dissertação de mestrado/PPG Com UNISINOS, São Leopoldo, 2003.

_____. **Mdiatização radiofônica nas memórias da recepção: marcas dos processos de escuta e dos sentidos configurados nas trajetórias de relações dos ouvintes com o rádio**. Tese de doutorado/PPGCom UNISINOS, São Leopoldo, 2010.

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP, 2007.

BONIN, J. A. **A pesquisa exploratória na construção de investigações comunicacionais com foco na recepção**. In: *Processualidades metodológicas- configurações transformadoras em Comunicação*. Florianópolis: Insular, 2013.

CEBRIÁN HERREROS, M. **La radio en la convergencia multimedia**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2001.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano: 1. Artes do fazer**. 6.ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

FAUSTO NETO, A. **Olhares sobre a recepção através das bordas da circulação...** In: Anais do XVIII Encontro da Compós. Belo Horizonte, 2009.

FELINTO, E. **Em busca do tempo perdido. O sequestro da história na cibercultura e os desafios da teoria da mídia**. In: Matrizes. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Ano 4. n. 2. São Paulo, janeiro/junho de 2011. p. 43-55.

HAUSSEN, D. F. **Rádio e política: tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía**. Santafé de Bogotá: Convenio André Bello, 1998.

_____. **Los ejercicios del ver – hegemonía audiovisual y ficción televisiva**. Barcelona: Editorial Gedisa, 1999.

_____. **Oficio de cartógrafo – travesías latinoamericanas de la comunicación em la cultura**. Santiago do Chile: Fondo de Cultura Econômica, 2002.

_____. **Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século**. In: Sociedade Midiatizada. MORAES, Denis de (org). Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MATA, M. C. **De la cultura masiva a la cultura mediática**. In: Diálogos de la Comunicación. n.º. 50. Lima. 1999.

_____. **Radio: memorias de la recepción – aproximaciones a la identidad de los setores populares**. In. Diálogos de la Comunicación, n 30. Lima, 1991.

_____. **Rádio: memórias da recepção: aproximação à identidade dos setores populares**. In: Teorias do Rádio – textos e contextos, v.1. MEDITSCH, Eduardo (org). Florianópolis: Insular, 2005.

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais- a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2012.

SODRÉ, M. **Um novo sistema de inteligibilidade**. In: Questões Transversais- Revista de Epistemologia da Comunicação. n. 1. São Leopoldo, janeiro/julho de 2013. p. 66-43.

WINCOUR, R. **Ciudadanos Mediáticos. La construcción de lo público en la radio**. Barcelona: Gedisa, 2002.