

Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local

Daniel José do Nascimento Ferreira

Como citar este texto: FERREIRA, Daniel José do Nascimento. Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 09, n. 01, pp. 93-115, jan./jun. 2018.

Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local

Daniel José do Nascimento Ferreira¹

Recebido em: 1 de dezembro de 2017.

Aprovado em: 10 de março de 2018.

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo analisar e compreender o papel do rádio em situação de convergência midiática para o desenvolvimento local. Diante dos diversos tipos e conceitos, para esta pesquisa, elencou-se como campo de estudo o desenvolvimento local. Os aportes teóricos para conduzir o debate sobre rádio foi fundamentado nas concepções de: Bianco (2014), Tauk Santos (2013), Ferraretto (2007) e Gomes (2007). A discussão em relação à convergência midiática foi ancorada nos fundamentos teóricos de: Williams (2011), Fausto Neto (2009), Jenkins (2009) e Martinez-Costa (2001) e o debate sobre desenvolvimento local foi respaldado nas reflexões de Jesus (2003), Buarque (2002), Jara (2001) e Araújo (1997). Entre as conclusões apontadas neste estudo, foi constatado que o rádio em situação de convergência midiática tende a ampliar seu potencial para a construção do desenvolvimento local, evidenciado pela mobilização e pela capacidade endógena, em que os cidadãos - para além de ter acesso às informações de forma mais rápida, são conduzidos ao patamar de produtores de conteúdo.

Palavras-chave: Rádio. Convergência Midiática. Desenvolvimento Local.

Introdução

Já presumiram a morte do rádio com a chegada da TV, disseram que iria falir com o advento da *Internet* e que não teria mais potencial em tempos de mídias sociais. Diversas teses puseram em cheque esse veículo tão popular, porém, o que se observa é

¹ Jornalista, especialista em Comunicação, mestrado em Desenvolvimento Local e Extensão Rural pela Universidade Federal Rural de Pernambuco e doutorando pela Universidade Federal de Santa Maria - RS. danieljnferreira@gmail.com

que ele continua firme e sendo ouvido na cozinha, no carro, na caminhada, na mesa do bar, na academia, ou até mesmo no trânsito.

Na sociedade contemporânea, principalmente com a expansão da convergência midiática, em qualquer lugar pode-se ouvir o rádio de diversas maneiras, através de distintas plataformas. O dia a dia da maioria das pessoas está cada vez mais dinâmico e, assim, também com a *Internet*, os usos e os consumos das ondas radiofônicas se fazem de distintas formas, desde o aparelho tradicional - no pé do ouvido, seja no carro, no computador, no *tablet*, ou até mesmo no celular.

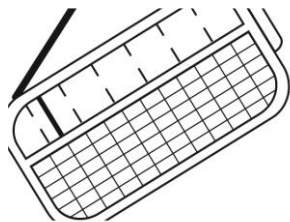
O rádio traz no seu DNA atributos de mobilidade desde seu surgimento, há mais de um século. E essa característica reforça seu posicionamento de ser companheiro, presente em qualquer lugar e a qualquer momento. Segundo o estudo Antropomedia², realizado em diferentes regiões do Brasil, para compreender o significado e relacionamento das pessoas com os meios, o rádio foi relacionado a momentos de distração e companhia pela maioria dos entrevistados.

Outro estudo realizado pela Kantar Ibope Media³ (2017) aponta que o aparelho de rádio comum é o mais utilizado para escutar o meio (70%), seguido de 27% em automóveis e 18% pelo aparelho celular. Já o rádio online é ouvido por 5% dos internautas, destes, 49% utilizam *notebook*, 45% ouvem por celular ou *smartphone*, 32% no *desktop* e 8% por *tablet*. Neste aspecto, ainda que a *Internet* tenha ampliado a possibilidade de contato com emissoras de diversas localidades, vale ressaltar que 83% dos ouvintes de rádio on-line ouvem emissoras locais, segundo a pesquisa, ou seja, o rádio continua atrelado ao local, ao cotidiano, mais próximo das pessoas.

Mais do que qualquer outro veículo, o rádio foi capaz de se reinventar. Mais do que nunca ele continua forte e atuante, principalmente quando ancorado no contexto da convergência midiática. Para este estudo, entende-se a convergência midiática, segundo Henry Jenkins (2009), para além de uma transformação tecnológica, é uma

² Acessado em 29/11/2017: <https://www.kantaribopemedia.com/de-radio-para-audio-a-radiodifusao-em-todos-os-espacos>

³ Fonte: www.kantaribopemedia.com



Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local

Daniel José do Nascimento Ferreira

questão cultural, ou seja, um “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas” (JENKINS, 2009, p. 29).

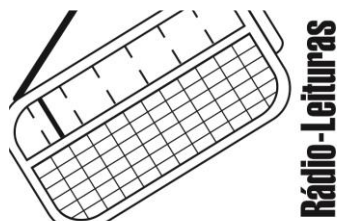
Nessa perspectiva, o crescente fenômeno emergente da convergência midiática vai na contramão do paradigma da revolução digital, que presumia a substituição das velhas mídias pelas novas. Nesse contexto, como afirma Jenkins (2009, p. 41-42): “Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias”.

O rádio continua sendo um importante veículo de comunicação para a sociedade brasileira. Assim, desde sua chegada ao Brasil, em 1922, tem sido fundamental na construção do desenvolvimento no país. E, agora, mais do que nunca, no contexto de convergência midiática, parece aumentar esse potencial na contribuição para a construção do desenvolvimento.

Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é analisar e compreender o papel do rádio em situação de convergência midiática, diversos tipos e conceitos para o desenvolvimento local, tendo como cerne dessa pesquisa o tema em questão.

Sendo assim, compreende-se, aqui, o desenvolvimento local “como um esforço de mobilização de pequenos grupos no município, na comunidade, no bairro, na rua, a fim de resolver problemas imediatos ligados às questões de sobrevivência econômica, de democratização de decisões, de promoção de justiça social” (TAUK SANTOS; CALLOU, 1995, p. 45). Esse esforço está voltado para a “construção de oportunidades e de melhores condições de vida para as populações locais, mobilizando capacidades e energias endógenas” (ARAÚJO, 1997, p.26).

A ideia deste trabalho não é trazer verdades absolutas, engessadas, mas contribuir com algumas considerações sobre o papel do rádio no contexto da convergência midiática para o desenvolvimento local. Espera-se, ao final, contribuições e reflexões do possível potencial do rádio nessa perspectiva ancorado nas diversas plataformas. Parece ser ainda recente estudos dentro da Academia que deem conta desse trinômio: rádio – convergência midiática – desenvolvimento local.



Rádio, convergência midiática e desenvolvimento local: diálogos e conexões

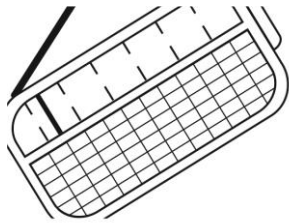
Ao surgir no Brasil, em 1922, o rádio tinha a missão de “levar a cada canto um pouco de educação, de ensino e de alegria” (ROQUETTE-PINTO⁴apud TAUKE SANTOS, 1982). Este veículo trazia ampla possibilidade para promover a educação e a cultura do povo, tornando-se “a grande mestra dos que não sabiam ler”. Para Roquette-Pinto, “todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberão livremente conforto moral da ciência e da arte, transformando em cinco ou seis anos a mentalidade popular da minha gente” (TAUKE SANTOS, 1982, p. 8).

Já nesse período, as emissoras radiofônicas já operavam em sistema de “clube rádio”, assim como a Rádio Clube de Pernambuco (PHAELENTE, 1998; OLIVEIRA, 2001)⁵, em 1917, e a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (1923), que eram organizadas em “clubes” com sócios dos veículos. Nasceram com os anseios educativos e de divulgação da cultura. E até 1955, as emissoras de rádio se constituíram em sociedades e clubes cujas programações eram, sobretudo, de cunho erudito e lítero-musical (FEDERICO, 1982 apud ORTIZ et al, 1999).

As primeiras experiências radiofônicas no Brasil estão baseadas na relação rádio-educação. Nesse processo de afirmação e construção do rádio brasileiro, é marcante a articulação dos setores progressistas da Igreja Católica em fins da década de 1950. Neste mesmo período, surgem diversas rádios ligadas a movimentos sociais e outras sem influência política que visam à democratização da comunicação. Como exemplos desse movimento no país, em períodos distintos, têm-se as experiências do Rádio MEC (1936);

⁴ Edgar **Roquete Pinto**, considerado o Pai do Rádio brasileiro, foi quem trouxe as primeiras ondas de transmissão do veículo ao Brasil. Em 1923, fundou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (ROQUETTE-PINTO, 2003).

⁵ Há discussões entre os pesquisadores sobre a primeira rádio oficial do Brasil. Alguns defendem a Rádio Clube de Pernambuco como a primeira emissora a transmitir programação. Outros argumentam que foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Sobre o assunto ver, por exemplo: PHAELENTE (1998), ou ainda: OLIVEIRA (2001).



Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local

Daniel José do Nascimento Ferreira

Escolas Radiofônicas (1960/1970); Movimento de Educação de Base (1961) e o Projeto Minerva (1970).

Vale destacar também que as políticas desenvolvimentistas da década de 1930 desenharam novas necessidades econômicas e engendraram forças com o propósito de incentivar e fortalecer o mercado interno. O alto número de analfabetos fazia do rádio, mais que das mídias impressas, o meio ideal para vender produtos e ditar modas. Isso fez com que a radiodifusão assumisse novas funções que não eram as educativas e culturais, agora diretamente ligadas ao desenvolvimento político e econômico do país e de mobilização de massas (GOMES, 2007).

Desde então, o rádio nasce no país com uma grande vocação de contribuir para a construção do desenvolvimento do Brasil. Esse potencial para o fomento desenvolvimentista à época era ressaltado por suas características como veículo de comunicação. Como destaca Ortriwano (1985): “a linguagem oral, que proporciona uma facilidade na compreensão das informações independentes da escolaridade, alfabetização e o aspecto de que seu consumo não impede o indivíduo de realizar outras atividades econômicas ou de lazer” (ORTRIWANO, 1985, P; 62).

Nessa direção Peruzzo (1998a), aponta como características do rádio:

- a) a fácil compreensão por parte do ouvinte e a audição sem que outras atividades sejam interrompidas; b) a penetração em locais mais remotos e, conseqüentemente, o regionalismo da emissora criam forte relação com o local em que está fincada; c) a mobilidade na transição e recepção que permitem transmitir mais informações e de forma mais ágil; e d) o baixo custo de instalação e de manutenção que facilita a aquisição do veículo pelos interesses e de menor poder aquisitivo (PERUZZO, 1998, p.09).

O rádio tem qualidades e é depósito de esperanças para ações desenvolvimentistas, suas características de penetração, a oralidade e custos baixos se tornaram como um meio de comunicação de massa, que é percebido como um elemento de mobilização, integração e desenvolvimento. Assim, tornando-se um espaço

privilegiado para proporcionar a participação do receptor-ouvinte-cidadão nos processos e ações desenvolvimentistas (CRUZ, 2000).

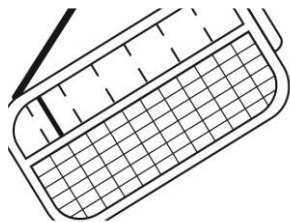
O potencial transformador do rádio passa a ser utilizado na luta contra as formas de opressão engendradas pelas ditaduras, que tinham caráter nacionalista e integrador, atrelado também à onda do acelerado desenvolvimento mundial industrializado. Neste cenário, acompanhando um movimento desencadeado em várias partes da América Latina, como assinala Tauk Santos (2002), tinha-se uma perspectiva revolucionária, de transformação social, via Paulo Freire, Diaz Bordenave, Mário Kaplún e J. Eschenbach. Encontram no rádio um forte instrumento aliado na disseminação dessa luta “libertadora” e socialista. Podem-se destacar algumas experiências na América Latina envolvendo o rádio, como Rádio Enriquillo (República Dominicana), Cassete-fórum (Uruguai e Venezuela), Projeto Santa Cecília (Guadalajara, México) e Cecapas (Brasil) (TAUK SANTOS, 2013).

Nessas circunstâncias, a então globalização da economia e mundialização da cultura trouxeram uma perspectiva de construção do desenvolvimento local. Volta-se o olhar para o território, região, município, localidade ou comunidade.

Compreendendo que o desenvolvimento local deve partir do princípio que é preciso investir nas potencialidades locais de forma integrada, desencadeando oportunidades econômicas sociais, educativas, ambientais necessárias ao crescimento do ser humano, permanentes e sustentáveis tendo como suporte as forças locais. Mesquita (2009) destaca que o desenvolvimento de uma localidade depende de gente que vive naquela localidade, depende também de muitos outros determinantes e condicionantes externos, mas “sem nenhum bem-estar humano e social nenhum processo de desenvolvimento será sustentável” (PIRES, 2006, p.41).

Para contribuir com a reflexão de Mesquita (2009), Silveira (2007) pontua o protagonismo dos agentes locais como território e espaço de construção para o desenvolvimento local:

o vínculo entre desenvolvimento sustentável e protagonismo local significa, antes de tudo, partir da descoberta, do reconhecimento e da



Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local

Daniel José do Nascimento Ferreira

valorização dos atores locais, isto é, das potencialidades e vínculos que podem se ativos a partir de cada território. Considerando que o local não é um dado, e sim uma construção, trata-se de um processo de auto-instituição territorial, o que significa fazer das localidades uma rede, um encontro entre lugares e fluxos, um território. Em outras palavras, são de relações intersubjetivas e comunicacionais que constituem o local, na qualidade de forças instituintes do território. É também nesse sentido que o desenvolvimento local é entendido como processo construído de baixo para cima e dentro para fora (SILVEIRA, 2007, p. 31).

Para Pires (2006) discorrer sobre desenvolvimento local é falar também do protagonismo dos seus atores. De acordo com a pesquisadora, ‘as perspectivas de desenvolvimento trazem uma forte referência aos diversos atores sociais, na sua capacidade de ação e articulação. Esses atores são aqueles que têm compromisso com a comunidade onde vivem’ (PIRES 2006, apud MESQUITA, 2009, p. 42).

Portanto, para Buarque (2002), nunca foi tão forte a preocupação com o desenvolvimento local e a descentralização econômica, social e política, e tão visíveis os movimentos localizados e endógenos de mudanças e desenvolvimento. O autor ainda assinala que “o desenvolvimento local constitui um “processo endógeno de mudança que leva ao dinamismo econômico e à melhoria na qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamento humanos” (BUARQUE, 2002, p.25).

Nessa mesma direção, Franco (2000) acrescenta que o local refere-se ao contexto sócio-territorial das ações. Há ainda a ideia de comunidade, uma vez que, para o desenvolvimento a ação enfoca seu trabalho nas particularidades concretas das múltiplas minorias sociais orgânicas. Franco também observa que é na localidade, no território, que se concretizam as várias dimensões do desenvolvimento – econômico, social, cultural, ambiental, política e ético – as quais conjuntamente determinam e, particularmente, condicionam o processo (FRANCO, 2000 apud PERRUCCI, 2007).

Ainda nessa perspectiva, Tauk Santos e Callou (1995) apontam o desenvolvimento local “como um esforço de mobilização de pequenos grupos no município, na comunidade, no bairro, na rua, a fim de resolver problemas imediatos

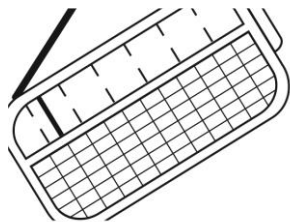
ligados às questões de sobrevivência econômica, de democratização de decisões, de promoção de justiça social” (TAUK SANTOS; CALLOU, 1995, p. 45). Esse esforço está voltado para a “construção de oportunidades e de melhores condições de vida para as populações locais, mobilizando capacidades e energias endógenas” (ARAÚJO, 1997, p.26).

Franco (1998) destaca 10 consensos, que poderiam ser chamados de categorias. Estas são estágios/etapas na construção do desenvolvimento local:

- 1) o conceito local não é sinônimo de pequeno e não alude necessariamente à diminuição ou redução;
- 2) é uma via possível para a melhoria de vida das populações;
- 3) é necessário uma estratégia nacional de desenvolvimento que compreenda a sua necessidade e um política pública consequente;
- 4) a participação do poder local é condição necessária, embora não suficiente, para o êxito de projetos de desenvolvimento local;
- 5) requer, para sua viabilização, a parceria entre Estado e sociedade civil;
- 6) pressupõe uma nova dinâmica de iniciativas e empreendimentos;
- 7) exige transferência de recursos exógenos e a mobilização de recursos endógenos, públicos e privados;
- 8) permite a presença de agentes de desenvolvimento governamentais, empresariais e da sociedade civil, voluntários e remunerados, colocando questões como mobilização e capacitações desses agentes;
- 9) invoca uma base de informação desagregada, que permita uma análise mais apurada da realidade social local, bem como novos indicadores de desenvolvimento, que incorporem índices capazes de aferir os níveis de qualidade de vida e de sustentabilidade alcançados nos diversos momentos do processo;
- 10) e o despertar da população para as possibilidades e para as vantagens de um processo mais solidário através de estratégias de comunicação social compatível (FRANCO, 1998, p.3).

Nesse mesmo caminho, pode-se identificar também em Buarque (2002, p.72) outros indicadores de desenvolvimento local, como:

- a) resultado de múltiplas ações convergentes e complementares, capaz de quebrar a dependência e inércia do subdesenvolvimento e do atraso em localidades periféricas e de promover uma mudança



Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local

Daniel José do Nascimento Ferreira

social no território; b) promove interação e sinergia entre qualidade vida da população local; c) depende da capacidade de os atores e a sociedade locais se estruturarem e se mobilizarem, com base nas suas potencialidades e na sua matriz cultural; d) não pode ser confundido com o isolamento da localidade e seu distanciamento dos processos globais, ao contrário, a abertura para os processos externos é um fator de propagação e estímulos à inovação local; e f) constitui um movimento de forte conteúdo interno, dependendo principalmente das próprias capacidades dos atores locais e das suas potencialidades.

No esforço de construção do desenvolvimento local, o rádio vem sendo articulado como um meio capaz de contribuir nesse movimento de consolidação considerando as suas características inerentes que nenhum outro veículo tem [a) de fácil acesso; b) integrador; c) caráter mobilizador; d) e está mais próximo do local], que vem ao encontro das características do desenvolvimento local: a) permite o envolvimento da população e vários segmentos; b) proporciona integração/criação de redes; c) mobiliza as pessoas/articulações; e d) está mais próximo da população/contexto local, territorial e comunitário. Essa relação permite analisar as similaridades e convergências nas características entre rádio e desenvolvimento local.

É recente a perspectiva do rádio voltado para o desenvolvimento local (GURGEL, 2009, FREIRE, 2009, LIMA, 2010). Ao mesmo tempo, percebe-se que esse veículo passa a contribuir efetivamente para a construção do desenvolvimento, em outra lógica, em outra dimensão.

Atualmente, esse esforço do rádio voltado ao desenvolvimento local se amplia na medida em que esse veículo antes preso, por exemplo, às rádios “postes” e às emissoras comunitárias, agora, multiplica-se por meio da convergência midiática. Não é mais apenas um meio de comunicação, esse meio de comunicação agora fala através de múltiplos canais: a net (pela TV), a *Internet* e o celular. Imagina-se que o rádio em situação de convergência midiática aumenta ainda mais a possibilidade de contribuir e incentivar a construção do desenvolvimento local.

Ampliando o debate sobre convergência midiática, ela implica em uma nova cultura do acesso, de relações e do protagonismo. Para Henry Jenkins (2009), a

convergência midiática é mais do que uma transformação tecnológica, é uma questão cultural. O autor define convergência como:

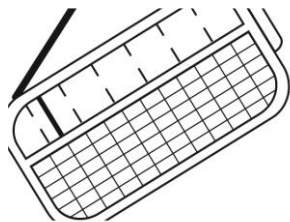
fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que deseja. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 29).

Já Salaverría e Negrodo (2008) assinalam a convergência como:

um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta os âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente separados, de maneira que os jornalistas elaboram conteúdos para múltiplas plataformas, através da linguagem própria de cada uma delas (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.45).

Nesse sentido, a convergência modificou a lógica da indústria midiática, ao mesmo tempo, em que se transformaram as formas de consumo de seus produtos. Enquanto que “os antigos consumidores eram tidos como passivos, previsíveis, individual, silencioso e invisível, os novos consumidores são ativos, migratórios, conectados socialmente, barulhentos e públicos” (JENKINS, 2009, p.27).

Ainda de acordo com Jenkins (2009, p. 30), o fenômeno da convergência não está só ligado aos processos tecnológicos, que une diversas mídias em um mesmo espaço, mas acima de tudo, “uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar informações e fazer conexões em meio a conteúdos dispersos”. Acrescenta ainda que a convergência “não ocorre por meio de aparelhos, [...] ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações com os outros” (JENKINS, 2009, p. 30).



Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local

Daniel José do Nascimento Ferreira

Colaborando com esse debate, Williams (2011) coloca que as novas tecnologias reinventam uma nova esfera independente e criam novas sociedades e novas condições humanas. Quando a tecnologia alcança seu pleno desenvolvimento, pode considerá-la uma propriedade humana geral, uma extensão da capacidade humana. As tecnologias têm desenvolvido e melhorado as práticas do conhecimento humano, das relações, da forma de estar no mundo (WILLIAMS, 2011).

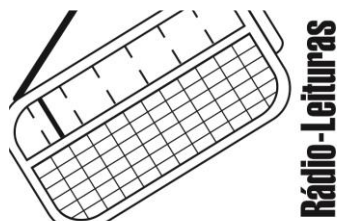
Ainda de acordo com Williams (2011), essa perspectiva estabelecida numa relação entre tecnologia e sociedade convoca todos a atuarem e a participarem dos fluxos comunicacionais. A convergência midiática traz a cultura da participação entre as pessoas.

O crescente fenômeno emergente da convergência midiática vai na contramão do paradigma da revolução digital, que presumia a substituição das velhas mídias pelas novas. Nesse contexto, afirma Jenkins (2009, p. 41-42):

cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência midiática parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformação dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital. Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias (JENKINS, 2009, p. 41-42).

O rádio como qualquer outro veículo foi capaz de se adaptar e se inserir nesse processo de convergência. “Deixa de ser monomídia, que só contava com o som, passa a ser agora em diante multimídia” (MARTÍNEZ-COSTA, 2001, p.60). O rádio começou a se inserir neste processo de convergência tecnológica na década 1990, com o uso de telefone celular como estratégia de apuração e com a incorporação da *internet* nas redações (FERRARETTO, 2007).

Para Bianco (2014, p. 01), “o novo meio se apropria de traços existentes para encontrar, posteriormente, a própria identidade e linguagem. Diante das novas mídias, as tradicionais normalmente não morrem, mas adaptam-se e continuam evoluindo”.



Como assinala Cebrian Herreros (2011), o rádio não é uma ilha, entrou na disputa em um conjunto complexo de plataformas, integrando um ecossistema midiático em constante mutação.

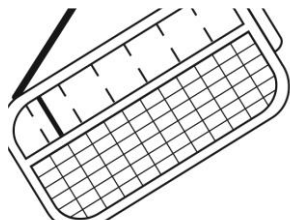
Em consonância com Bianco (2014) e Cebrian Herreros (2011), Jenkins destaca que não são os velhos meios de comunicação que morrem, mas sim as tecnologias de distribuição que se tornam obsoletas e são substituídas, como as fitas cassete, os CDs e arquivos MP3. Assim, os velhos meios de comunicação, para não serem esquecidos, precisam se adaptar e acompanhar as inovações tecnológicas, bem como a mudança cultural emergente dessas transformações. Pode-se presenciar a mudança de conteúdo de um meio, o seu público e seu status social, mas nunca o seu completo extermínio.

O rádio vem se adequando às transformações ocorridas na sociedade, nas formas do público se relacionar com a mídia. Esse veículo foi o que melhor adaptou-se ao ciberespaço, moldando não só o seu conteúdo, como também abrindo possibilidades de participação dos ouvintes, agora, estão na condição de produtores de conteúdos (ALBUQUERQUE, 2013). O rádio passa a falar em diversos suportes midiáticos com diferentes linguagens, e ainda assim, mantém no áudio o seu foco.

Nesse mesmo entendimento, Fidler (1997) acredita num processo de coexistência e convivência entre meios novos e tradicionais até que cada um possa encontrar sua especificidade de linguagem e função no espaço social. Para Bianco (2012), no caso do rádio,

a tendência é se apropriar de traços como multidimensionalidade na forma de apresentação do conteúdo, interatividade ativa e participação colaborativa no desenvolvimento de conteúdos, compartilhamento de informações e comunicação horizontal livre de hierarquias (BIANCO, 2012, p. 19).

A convergência midiática no rádio é compreendida mais do que uma mudança tecnológica. “É um processo cultural a considerar que o fluxo de conteúdos que perpassa múltiplos suportes e mercados midiáticos e os consumidores migram de um comportamento de espectadores para uma cultura mais participativa” (BIANCO, 2012,



Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local

Daniel José do Nascimento Ferreira

p.17). Castells *et al* (2007, p. 13) diz que “quanto mais interativa for a tecnologia, tanto mais provável que os usuários se convertam produtores de tecnologia enquanto a utilizam”.

Nessa mesma direção de pensamento Veron (2007) enfatiza que a convergência midiática muda também as relações das pessoas com os diversos nichos tecnológicos, especialmente pela mudança nos processos de consumo. “Os indivíduos passam a ser operadores/programadores de seu próprio consumo multid midiático” (VERON, 2007, p.11).

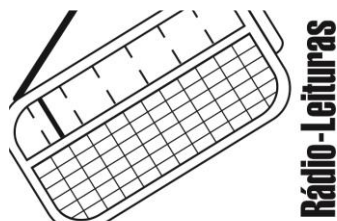
Corroborando com Veron, Fausto Neto (2009) afirma que o processo da convergência se dá na interação com diversas mídias. Para ele,

as pessoas desenvolvem vários expedientes, desde o sistema social de resposta; os “convites” – ou transformação de cidadãos em jornalistas – a entrar na lógica de processo produtivo, participando em vários níveis de suas secções. Tornam-se co-gestores destes processos [...] (FAUSTO NETO, 2009, p. 10).

De acordo com o autor, as pessoas se tornam “cooperadoras dos processos passando a integrar a própria cena produtiva midiática, nos seus mais variados formatos e gêneros” (FAUSTO NETO, 2009, p. 10). Ainda coloca que

a complexificação tecnológica expõe o trabalho da circulação, muda os ambientes, as temporalidades, as práticas sociais e discursividades, os processos, o status dos sujeitos-produtores, as lógicas de contatos entre eles e os modos de envio e reenvio entre eles diluindo fronteiras outrora cristalizadas, em favorecimento desta nova ‘zona de contato’ (FAUSTO NETO, 2005, p.10).

Segundo Jacks e Escosteguy (2011), a “convergência permite que as pessoas sejam protagonistas no processo de produção; as quais podem fazer muitas coisas com os meios de comunicação – do simples consumo a um uso social mais relevante” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 39 apud PREDIGER, 2011, p. 17).



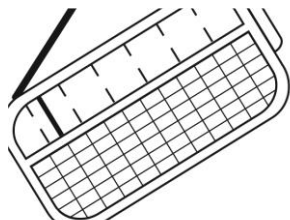
Esse ambiente de convergência midiática, além de permitir diversas formas de usar (na cozinha, no carro, na caminhada, na mesa do bar, na academia, ou no trânsito) ou de distintas maneiras de acessar (no aparelho tradicional, no carro, no computador, no tablet ou no celular), amplia a interação das pessoas com rádio. Os indivíduos de forma rápida podem ter acesso às informações e conteúdos.

Mais do que ouvir, o cidadão de forma instantânea pode também participar de programas, de enquetes, denunciar ou ser um “repórter-ouvinte” ou “repórter-popular”. Através de uma simples ligação do celular, ou do envio de mensagens para o WhatsApp, Facebook ou Twitter da emissora, ou encaminhar informações para o portal da rádio, o ouvinte pode informar sobre o trânsito e falar da falta de serviços públicos, como falta d’água, energia, segurança ou saneamento na sua rua, na sua comunidade ou no seu município.

Esse cenário de convergência midiática ainda incrementa uma nova característica ao rádio, ou seja, ele é também visual, pode ser visto. Através de câmeras instaladas no estúdio, o ouvinte pode ver tudo o que acontece nos programas radiofônicos. Geralmente, o acesso para visualizar as imagens é por meio do portal ou de um recurso chamado *Live*⁶, algo bem comum atualmente, locutores ou âncoras entram ao vivo do estúdio através do Facebook.

O rádio em situação de convergência midiática está mais próximo do ouvinte pela sua ampliada mobilidade, que agrega novas linguagens, novos públicos, novas plataformas e novas formas de transmissão e recepção. Ao mesmo tempo em que a convergência amplia o alcance do rádio possibilitando uma maior interação com o ouvinte, que além de ser um produtor de sentidos é, agora também, um produtor de conteúdos. O fato de o rádio está no contexto de convergência midiática aumenta o seu potencial para incrementar a participação dos atores sociais locais e por essa via contribuir na construção do desenvolvimento local.

⁶ O *Live* é uma função do *Facebook* que permite que as pessoa faça vídeos ao vivo e publique na Linha do Tempo. Além das pessoas serem notificadas que está acontecendo uma transmissão ao vivo, elas também podem interagir com quem está do outro lado. Nesse sentido, o ouvinte-internauta pode interagir com o locutor ou âncora que está fazendo o Live (Fonte: www.sabrinadalmolin.com).



Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local

Daniel José do Nascimento Ferreira

É bem contemporâneo compreender a presença cada vez mais frequente dos cidadãos na produção de conteúdos midiáticos. Nessa lógica, “devemos considerar a cultura participativa como uma ideologia, quase como um imperativo dos tempos atuais” (FUCHS, 2011, p.266), principalmente em se tratando da de convergência midiática. “O usuário produtor de conteúdo não é um indivíduo isolado no mundo [...]” (FUCHS, 2011, p.266).

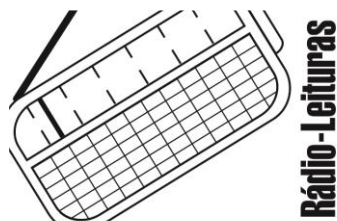
Cogo e Brignol (2010) apontam que são inegáveis as mudanças nas relações nesse cenário de convergência, em especial no fazer da informação e na produção de conteúdos. Esse “sujeito está agora em situação de interface, transformando-se num operador” (TRIVINHO, 1998, p.117).

Barros (2011) chama à atenção e observa a produção de conteúdos em situação de convergência. Para ele, não é qualquer pessoa que pode ser produtora de conteúdo:

Eu não quero dizer que todo o mundo é dono da produção de conteúdo – não sou tão ingênuo em pensar o mundo da comunicação dessa maneira. [...] Hoje, esse redimensionamento dos meios de comunicação, do próprio sistema de comunicação, cheio de cruzamentos, sobreposições e articulações, nos obriga a pensar a comunicação de uma maneira cada vez menos fatalista, menos linear. É um processo contínuo de produção/ reprodução, criação/ recriação de sentidos (BARROS, 2011, p. 20).

Nesse sentido, para além de ter mais acesso às informações e de forma rápida, o cidadão “comum” passa agora a também ser produtor de conteúdos, ou seja, o ouvinte passa a interagir mais, a pautar os programas noticiários, a participar da construção dos conteúdos radiofônicos. Muitas vezes, essas informações transmitidas à emissora dizem respeito ao seu local, à sua comunidade, ao seu município. É a informação e a notícia alí, do seu lado, em que os papéis de ouvinte e produtor se confundem nesse cenário de convergência midiática.

Considerações

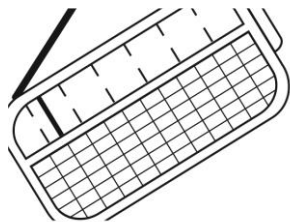


Tendo em vista, o objetivo deste trabalho que foi analisar e compreender o papel do rádio em situação de convergência midiática para o desenvolvimento local, houve um esforço no sentido de entrelaçar o debate com os aportes teóricos a partir do trinômio: rádio – convergência midiática – desenvolvimento local.

Ao mesmo tempo, percebe-se uma relação de similaridades e convergências nas características entre rádio e desenvolvimento local, pois permite o despertar da população para as possibilidades e para as vantagens de um processo mais solidário através de estratégias de comunicação, pressupõe novas dinâmicas de interações e relações, proporciona a mobilização de recursos endógenos e constitui um movimento de forte conteúdo interno, dependendo principalmente das próprias capacidades dos atores locais e das suas potencialidades. O rádio no contexto de convergência midiática é mais acessível, integrador, tem caráter mobilizador; e está mais próximo do local, do ouvinte. Tais características vêm ao encontro das características do desenvolvimento local.

Portanto, o rádio em situação de convergência midiática está mais próximo do ouvinte pela sua ampliada mobilidade, que agrega novas linguagens, novos públicos, novas plataformas e novas formas de transmissão e recepção. Ao mesmo tempo em que a convergência amplia o alcance do rádio possibilitando uma maior interação com o ouvinte, que além de ser um produtor de sentido é, agora também, um produtor de conteúdos. Os indivíduos passam a interagir, muito mais que dar respostas ao “envio das mensagens”, como assinala Jenkins (2009), mas no sentido de produzir conteúdos.

A lógica da convergência amplia as possibilidades e o papel do usuário, do cidadão “comum”, em qualquer classe social, seja ele agricultor, operário, executivo ou profissional liberal. As pessoas não ocupam apenas o patamar exclusivamente de ouvintes, produzindo sentido às mensagens, no entanto, passam a produzir conteúdos, a ter “fala” nos processos de comunicação e disseminar essas informações para outras plataformas midiáticas. O máximo proporcionado pela convergência é mais do que interagir, mas de ter dado as condições, canais e estruturas do ouvinte sentir-se e fazer parte da informação como produtor de conteúdos.



Daniel José do Nascimento Ferreira

Evidencia-se que o rádio em situação de convergência midiática tende a ampliar seu potencial para a construção do desenvolvimento local. Isso é evidenciado pela mobilização e pela capacidade endógena, com que as pessoas - para além de ter acesso às informações de forma mais rápida, são conduzidas ao patamar produtores de conteúdos.

Por fim, conclui que os ouvintes podem ser também protagonistas, na construção da notícia, no processo comunicacional. Esses cidadãos “comuns” têm acesso a conteúdos que de alguma forma vão empoderar ou se tornar agentes/sujeitos políticos conscientes de seus direitos e deveres e, ao mesmo tempo, oportunizar o direito à “fala”, que de alguma maneira poderá também trazer melhorias na sua vida, na sua comunidade ou no seu município, à medida que denuncia seus problemas, a ausência de políticas ou a ineficiência da gestão pública.

109

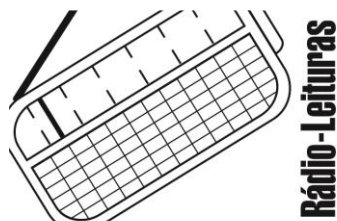
Referências bibliográficas:

ALBUQUERQUE, M. R. **Rádio e Ciberespaço na formação de professores à Distância**. 2013. Orientadora: Maria Salett Tauk Santos. Dissertação (Mestrado em Tecnologias e Gestão em Educação a Distância). Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife.

ARAÚJO, T. B. de. **Desenvolvimento local: possibilidades e limites**. Recife: Mimeo, 1997.

BARROS, L. M. de. **O campo da Comunicação e os estudos de recepção**. Revista Comunicação Midiática, v.6, n.1, jan./abr. 2011.

BIANCO, N. R. D. **Os desafios do meio em tempo de convergência**. Revista Continente. Disponível em:
<<http://www.revistacontinente.com.br/index.php/component/content/article/62-capa/7782-os-desafios-do-meio-em-tempo-de-convergencia.html>> Acessado em: fevereiro de 2014.



Vol 9, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2018
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

BIANCO, N. R. D. (Org.). **O rádio na Era da Convergência**. Coleção GP's: Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora; vol 5. São Paulo: INTERCOM, 2012.

BORDENAVE, J. E. D. **O que é comunicação rural**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

BUARQUE, S. C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável: metodologia de planejamento**. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2002.

CEBRIAN HERREROS, M. **O rádio no contexto da comunicação multiplataforma**. Revista rádio-leituras, ano II, nº2. Edição Julho-Dezembro, 2011.

COGO, D.; BRIGNOL, L. D. **Redes sociais e os estudos de recepção na internet**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho "Recepção, Usos e Consumo Midiático", do XIX Encontro da Compós, na PUC-Rio, Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010.

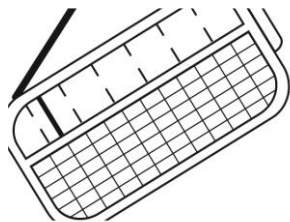
CRUZ, S. de S. **Plantando ondas comunitárias – Estudo de Recepção da Rádio Comunitária 95 FM pelos Reassentados de Pedra Branca, na Bahia**. 2000. Orientadora: Maria Salett Tauk Santos. Dissertação (Mestrado em Administração e Comunicação Rural). Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife.

FAUSTO NETO, A. **Olhares sobre a recepção através das bordas da circulação...** Trabalho apresentado ao GT Recepção, Usos o Consumo Midiático do XVIII Encontro da Campós. PUC: Belo Horizonte - MG, 2009.

FERRARETO, L. A. **Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30, 2007, Santos. Anais. São Paulo: Intercom, 2007.

FIDLER, R. **Mediamorphosis – Understanding New Media**. Califórnia: Pine Forge Press, 1997.

FRANCO, A. de. **Desenvolvimento Local integrado e sustentável: Dez Consensos**. Revista Proposta. Fase: nº78 –Setembro/Novembro de 1998.



Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local

Daniel José do Nascimento Ferreira

FREIRE, A. do A. **Rádio Comunitária, gênero e desenvolvimento local: a percepção do Programa de Rádio Mulher pelas mulheres da Comunidade de Pirapama-PE.** 2009. Orientadora: Maria Salett Tauk Santos. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) - Departamento de Educação. Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife.

FUCHS, C. **Foundations of Critical Media and Information Studies.** New York: Routledge, 2011.

GOMES, A. L. Z. **Na boca do rádio: o radialista e as políticas públicas.** São Paulo: Aderaldo & Rothschild: Oboré, 2007.

GURGEL, W. **Rádio comunitária, extensão pesqueira e desenvolvimento local: a recepção da emissora Boca da Ilha por pescadores e pescadoras da Ilha de Deus, Recife – Pernambuco.** Orientadora: Maria Salett Tauk Santos. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) - Departamento de Educação. Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife.

111

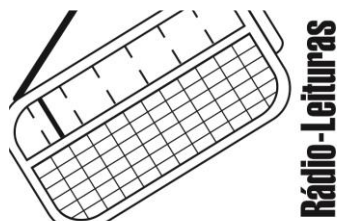
JARA, C. J. **As dimensões intangíveis do desenvolvimento sustentável.** Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA): 2001.

JARA, C. J. **A sustentabilidade do desenvolvimento local.** Recife: IICA, 1998.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência.** Tradução Suassuna Alexandria. 2ª Ed. São Paulo: Aleph 2009.

JESUS, P. de. **“Desenvolvimento Local”**. In: CATANI, A. D. A Outra Economia, Porto Alegre, Veraz Editores, p. 72-75, 2003.

LIMA, I. O. de. **Rádio comunitária, gênero e capital social: a experiência da Alternativa FM, emissora da Associação das Mulheres de Nazaré de Mata – Amunan.** 2010. Orientadora: Maria Salett Tauk Santos. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) - Departamento de Educação. Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife.



Vol 9, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2018
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

MARTÍNEZ-COSTA, M. D. P. Um nuevo paradigma para lá rádio. Sobre convergências y divergências digitais. In: MARTÍNEZ-COSTA, M. D. P. (coord.). **Reinventar La Radio**. Pamplona: Eunate, 2001.

MESQUISTA, G. B. **Jornalismo e Desenvolvimento Local: Análise do Jornal do Comércio Agreste, Pernambuco**. 2009. Orientadora: Maria Salett Tauk Santos. Extensão Rural e Desenvolvimento Local) - Departamento de Educação. Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife.

OLIVEIRA, V. **Notícias no ar: técnicas de radiojornalismo**. Recife: Bagaço, 2001.

ORTIZ, R, et al. **Telenovela: história e produção**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

ORTRIWANO, G. S. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Sumus, 1985, p.78-81.

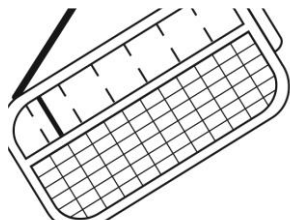
PERRUCCI, A. E. da C. **Extensão pesqueira, desenvolvimento local e participação popular: estudo de recepção do programa de combate à pobreza rural pelos pescadores familiares de Tejucupapo, Goiana-Pernambuco**. Dissertação do Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local, Universidade Federal Rural de Pernambuco. Recife, 2001.

PERUZZO, C. M. K. **Participação nas rádios comunitárias no Brasil**. O artigo é uma versão ampliada do paper apresentado no GT Cultural e Comunicação Popular, XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife-PE, 9 a 14 de setembro de 1998.

PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos Movimentos Populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópoles: Vozes, 1998.

PHAELANTE, R. **Fragmentos da história do Rádio Clube de Pernambuco**. Recife: CEPE, 1998.

PIRES, M. L. L. S. **A (re) significação da extensão rural a partir da ótica da inclusão: a via cooperativa em debate**. In: Jorge T. R. de Lima (org.). Extensão Rural e desenvolvimento sustentável. Recife, Bagaço, 2006.



Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local

Daniel José do Nascimento Ferreira

PREDIGER, S. **Mídia e representação social juvenil: recepção Programa Malhação**. Dissertação do Programa de Pós-graduação em Comunicação – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2011.

ROQUETTE-PINTO, V. **Roquette-Pinto, o rádio e cinema educativos**. Revista USP, São Paulo, n.56, p. 10-15, dezembro/fevereiro 2002-2003.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado: convergência de médios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Sol 90, 2008. 188p.

SILVEIRA, C. **Desenvolvimento local e novos arranjos sócioinstitucionais: algumas referências para a questão da governança**. Políticas para o desenvolvimento local. DOWBOR, Ladislau. POCHMANN, Marcio (org.). São Paulo: Editora Perceu Abramo, 2007.

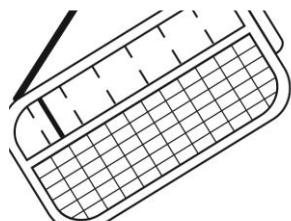
TAUK SANTOS, M. S.; CALLOU, A. B. F. **Extensão Rural – Extensão Pesqueira: estratégias de ensino e pesquisa**. Recife: FASA, 2013.

TAUK SANTOS, M. S. Comunicação participação e ação libertadora: a influência de Paulo Freire no pensamento comunicacional das décadas de 1970 e 1980. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; KUNSCH, Waldemar Luiz. **Matrizes Comunicacionais Latino-americanas: marxismo e cristianismo**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2002.

TAUK SANTOS, M. S.; CALLOU, A. B. F. **Desafios da comunicação rural em tempo de desenvolvimento local**. Signo Revista de Comunicação Integrada, João Pessoa, ano II, p.42-47, set. 1995.

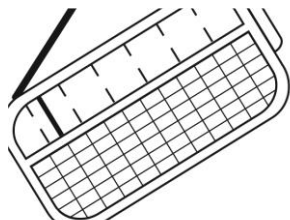
TAUK SANTOS, M. S. **A ideologia do comunicador de rádio rural**. Dissertação de mestrado em Administração Rural, da Universidade Federal de Pernambuco, UFRPE, Recife, novembro de 1982.

TRIVINHO, E. **Redes: obliterações no fim de século**. São Paulo: Annablume, 1998.



VERÓN, E. **Sémiotique ouverte: itinéraires sémiotiques em communication**. Paris: Lavoisier, 2007.

WILLIAMS, R. **Televisión: tecnología y forma cultural**. Buenos Aires: Paidós, 2011.



Rádio no contexto da convergência midiática: contribuições para o desenvolvimento local

Daniel José do Nascimento Ferreira

Abstract

This paper aims to analyze and understand the role of radio in a situation of media convergence for local development. In view of the different types and concepts, for this research, the local development was listed as a field of study. The theoretical contributions to conduct the radio debate were based on Bianco (2014), Tauk Santos (2013), Ferraretto (2007) and Gomes (2007). The discussion on media convergence was anchored in Williams (2011), Fausto Neto (2009), Jenkins (2009) and Martinez-Costa (2001). The debate on local development supported by Jesus (2003), Buarque (2002), Jara (2001) and Araújo (1997). Among the conclusions pointed out by this study, it was verified that the radio in situation of media convergence tends to amplify its potential for the construction of the local development. This is evidenced by mobilization and endogenous capacity, in which people - in addition to having access to information more quickly, are brought to the forefront of content producers.

Keywords: Radio. Media Convergence. Local Development.

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo analizar y comprender el papel del radio en situación de convergencia mediática para el desarrollo local. Ante los diversos tipos y conceptos, para esta investigación, se elabora como campo de estudio el desarrollo local. Los aportes teóricos para conducir el debate sobre radio fueron fundamentados en los pensamientos de: Bianco (2014), Tauk Santos (2013), Ferraretto (2007) y Gomes (2007). La discusión en relación con la convergencia mediática fue anclada en los fundamentos teóricos de: Williams (2011), Fausto Neto (2009), Jenkins (2009) y Martínez-Costa (2001) y el debate sobre desarrollo local fue respaldado en las reflexiones de Jesús (2003), Buarque (2002), Jara (2001) y Araújo (1997). Entre las conclusiones señaladas en este estudio, se constató que la radio en situación de convergencia mediática tiende a ampliar su potencial para la construcción del desarrollo local, evidenciado por la movilización y la capacidad endógena, en que los ciudadanos - además de tener acceso a la información de forma más rápida-, se conduce al nivel de los productores de contenidos.

Palabras Clave: Radio. Convergencia Mediática. Desarrollo Local.