

Vol 10, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2019
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Como citar este texto: CUNHA, Mágda Rodrigues da; AVRELLA, Bárbara. O radiojornalismo no contexto do software. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 10, n. 01, pp. 04-21, jan./jun. 2019.

O radiojornalismo no contexto do *software*¹

Mágda Rodrigues da Cunha²

Bárbara Avrella³

Resumo

O radiojornalismo passa por grande transformação neste momento a partir da reorganização das informações em outras plataformas. Se o jornalismo no rádio teve e tem relevância por conta da distribuição em ondas hertzianas e mobilidade, ao entrar na era do *software*, as informações vivem um reordenamento. Aqui entendemos como reordenamento a nova organização de conteúdos que se desenha por intermédio da internet móvel. Aplicativos dão conta das informações sobre economia, cotação de moedas estrangeiras, meteorologia e mesmo *hardnews*. A conhecida transmissão pela emissora, ainda em formato móvel, convive em igualdade hierárquica com os canais que distribuem conteúdos específicos, antes exclusivos do radiojornalismo. Neste texto, o objetivo é refletir, em um estudo descritivo, sobre o lugar do radiojornalismo em um ambiente em que o *software* comanda (MANOVICH, 2013) e se é possível localizar, a partir disso, um novo modelo remediado (BOELTER; GRUSIN, 1999) de jornalismo praticado no rádio e quais as ofertas ao ouvinte neste cenário.

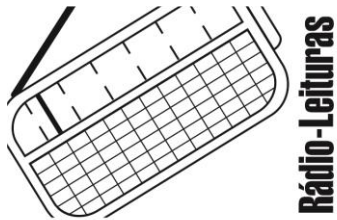
Palavras-chave: Radiojornalismo; Ondas hertzianas; *Software*.

Introdução

¹ Versão revista do artigo apresentado no 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), realizado em São Paulo, de 7 a 9 de novembro de 2018.

² Jornalista, professora e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS. E-mail: mrcunha@pucrs.br.

³ Jornalista, doutoranda no programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS. Mestre em Jornalismo, UFSC. É bolsista Capes. E-mail: barbara.avrella@gmail.com.



O radiojornalismo no contexto do *software*

Mágda Rodrigues da Cunha e Bárbara Avrella

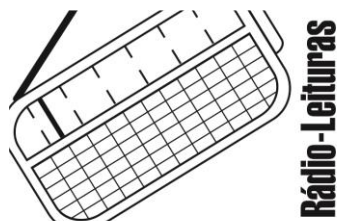
O rádio no seu século de existência registra significativas mudanças no modo de transmissão e veiculação de informações. Passa-se da distribuição de conteúdos exclusivamente por ondas hertzianas, em AM e FM, para um novo ambiente comandado pelo *software* (MANOVICH, 2013). O radiojornalismo começa com a prática de reprodução de reportagens do impresso, passando pela prestação de serviços e a segmentação da programação, chegando ao contexto atual, em que há um reordenamento das informações, ocasionado pelo avanço da internet móvel.

Hoje as pessoas estão cada vez mais conectadas, isso graças às redes sem fio e à telefonia móvel. O consumo de rádio, como de outras mídias, divide espaço com o acesso a informações via aplicativos. Notícias, entretenimento e todo tipo de conteúdo podem ser acessados em qualquer lugar, basta estar conectado.

Este estudo está fundamentado em parte no radiojornalismo por ondas hertzianas, desenvolvendo historicamente essas questões até chegar ao radiojornalismo atual, que extrapola a mídia tradicional. Num segundo momento abordam-se questões relacionadas à cultura do *software*, em que o ambiente informacional vive um processo de remodelação.

O radiojornalismo por ondas hertzianas

Durante mais de 70 anos, o rádio fez suas transmissões exclusivamente por meio de ondas hertzianas. Os modos de transmissão, produção e consumo não eram exatamente iguais aos de hoje em dia, especialmente em função dos recursos tecnológicos. Desde a sua implementação, há a preocupação da transmissão de notícias, mesmo que nas primeiras décadas o veículo tenha sido marcado pela utilização de um recurso conhecido como *gilette-press*, em que algumas notícias eram recortadas dos jornais impressos e depois seguiam para a leitura ao microfone. Nessa época não havia uma redação específica para os noticiários, o radiojornalismo era produzido dentro das



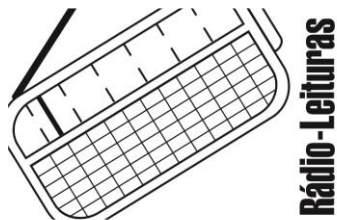
emissoras e a participação de repórteres no local dos fatos ainda não era uma rotina no rádio brasileiro (BESPALHOK, 2011).

O radiojornalismo, carro-chefe de muitas emissoras na atualidade, foi se reestruturando, como indica Del Bianco (2011, p. 107): “o radiojornalismo brasileiro passou por um processo de remodelagem de linguagem, formato e processo produtivo influenciado pelas mutações das técnicas de produção e dos valores que incidem sobre a construção da noticiabilidade”.

Com a chegada ao Brasil do Repórter Esso, as emissoras começaram a ter uma redação específica para os noticiários. No entanto, ainda centrados na figura dos *speakers*, que liam as notícias do estúdio (BESPALHOK, 2011). O informativo revolucionou a forma de fazer radiojornalismo, como reforça Klöckner (2001, p. 2): “com o noticioso, foi implantado o lide; a objetividade; a exatidão; o texto sucinto, direto e vibrante; a pontualidade; a noção do tempo exato de cada notícia; aparentando imparcialidade e contrapondo-se aos longos jornais falados da época”. As notícias no Repórter Esso deveriam ser apresentadas de forma sucinta, priorizando a informação (data, local, principais envolvidos). O locutor não poderia expressar sua opinião pessoal, restringindo-se a apenas noticiar o fato (CALABRE, 2005).

A partir disso, o rádio assume cada vez mais características próprias, distanciando-se do formato jornalístico dos jornais impressos. O rádio informativo passa a adotar recursos e características intrínsecas ao próprio veículo, como a rapidez e o imediatismo. No entanto, nos anos 1940, as reportagens no palco dos acontecimentos ainda não eram comuns no rádio brasileiro: “[...] o radiojornalismo viveu nessa fase quase sem a presença da reportagem devido às dificuldades para o registro de entrevistas e a transmissão a partir do palco de ação dos fatos” (FERRARETTO, 2011, p. 23).

Com a concorrência da televisão, que é inaugurada no país na década de 1950, o meio radiofônico passa a investir ainda mais no jornalismo, tornando-se uma alternativa para a reestruturação. Dessa forma, “o rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública” (ORTRIWANO, 1985, p. 21). As condições climáticas, o



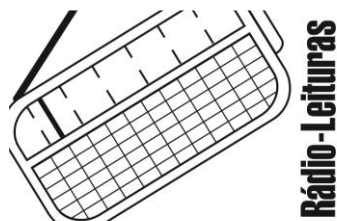
O radiojornalismo no contexto do *software*

Mágda Rodrigues da Cunha e Bárbara Avrella

trânsito e ofertas de empregos foram alguns dos serviços que passaram a ser disponibilizados pelas emissoras, fazendo com que informações do cotidiano da comunidade fossem privilegiadas pelas estações. Nesse período, “o diálogo com os ouvintes começava com a divulgação de ‘achados e perdidos’ e depois os serviços vão se ampliando para condições das estradas, ofertas de emprego, meteorologia, entre outros” (SCHIAVI, 2012, p. 21). Os serviços de utilidade pública se tornaram, ao longo dos anos, indissociáveis do rádio.

Os avanços tecnológicos historicamente impulsionaram o rádio. O transistor, popularizado no Brasil na década de 1960, conferiu mobilidade aos receptores e permitiu que o ouvinte elegesse o rádio como companheiro, incentivando assim o próprio jornalismo a buscar outros formatos e gêneros de notícias para relatar os fatos (SILVA; RANGEL, 2011). Zuculoto (2012) lembra que a transistorização viabilizou a reportagem de rua, entrevistas fora de estúdio e ao vivo, facilidades que foram grandes responsáveis pelo novo impulso ao radiojornalismo. Com isso, potencializam-se aspectos como agilidade, instantaneidade e simultaneidade, característicos do rádio hertziano.

Ao longo dos anos, o radiojornalismo foi se reformulando, ocorrendo o estabelecimento do FM e das redes via satélite na década de 1970, a segmentação nos anos 1980, o surgimento das estações *all News* (SILVA; RANGEL, 2011) possibilitando que as emissoras se especializassem. As rádios passaram a oferecer serviços específicos para determinada audiência, contemplando todas as faixas etárias, classes sociais e culturais. A segmentação da audiência foi uma alternativa para a revitalização do rádio. De acordo com Ferraretto (2001, p. 53), a segmentar “significa oferecer um serviço com destinatário definido, buscando também anunciantes adequados a estes ouvintes específicos. Alguns critérios vão referenciar o corte feito na audiência total para ir ao encontro de um público-alvo”. Desta forma, as rádios que eram acostumadas a emitir sua programação coletivamente viram-se estimuladas à reestruturação. Seguindo esta perspectiva, Meditsch (2007, p. 94) destaca: “a segmentação de audiências retira do

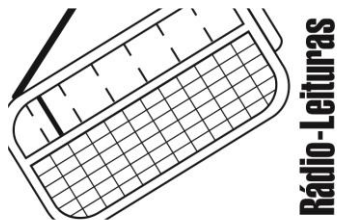


jornalismo o ideal, até então implícito, de uma audiência universal para suas mensagens”.

Com os avanços técnicos, algumas características essenciais do rádio foram potencializadas ou modificadas. É na programação jornalística que conseguimos notar algumas das principais marcas do veículo rádio, tanto em termos de produção quanto de conteúdo. Entre elas está a mobilidade, possibilitando ao repórter fazer a cobertura diretamente do local do acontecimento, principalmente a partir da utilização das unidades móveis e dos telefones celulares. O imediatismo também é uma das características que se reflete diretamente na programação do rádio hertziano, pois os fatos podem ser transmitidos no instante em que ocorrem, além da função social, através do serviço de utilidade pública, servindo como agente de informação e formação do coletivo (BARBOSA FILHO, 2009).

Outra questão que influencia diretamente na programação radiojornalística diz respeito à digitalização dos processos. Especialmente ao longo dos anos 1990, as redações se informatizaram e o computador conectado à internet se tornou essencial para o radiojornalismo, sendo fundamental tanto para as funcionalidades técnicas das emissoras – que puderam fazer a edição e a transmissão da programação a partir dos novos mecanismos – quanto para a produção jornalística, que encontrou na internet uma nova ferramenta de busca de conteúdos noticiosos, por exemplo. Com a internet e os novos modos de consumo de informação, tanto o trabalho do radiojornalista quanto as formas de recepção passam por transformações. O rádio expande-se a partir das ondas hertzianas, acarretando mudanças nas rotinas produtivas das emissoras.

Kischinhevsky e Modesto (2014, p. 13) definem que o rádio é hoje um meio de comunicação expandido, extrapolando as transmissões em ondas hertzianas. Transborda para a telefonia móvel, a TV por assinatura, agrega audiência às mídias sociais, entre muitas outras variáveis. Se antes, a escuta era em AM ou FM agora pode estar em múltiplas plataformas e sob demanda. Os autores trazem ainda a evolução do rádio desde o transistor, que levou o aparelho para os diferentes lugares, proporcionando que a escuta ocorra em múltiplos ambientes e temporalidades. A



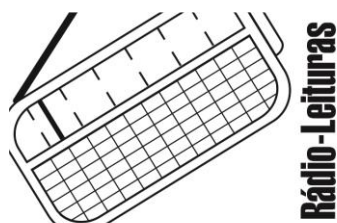
O radiojornalismo no contexto do *software*

Máгда Rodrigues da Cunha e Bárbara Avrella

produção, edição e veiculação também são influenciadas pelo tempo, com agilidade, “mesmo por atores sociais sem vínculos prévios com a radiodifusão sonora”.

Nesta reflexão, os dois autores consideram o conceito de remediação (BOELTER; GRUSIN, 1999) e afirmam que a radiofonia “amalgama-se à rede mundial de computadores, encontrando novos e diversificados canais de distribuição” (KISCHINHEVSKY; MODESTO, 2014, p. 13). Boelter e Grusin (1999) apontam que no processo de remediação os computadores e as redes de computadores remediam todos os outros meios existentes, transformando documentos escritos em livros, revistas e jornais, assim como rádio, filmes e televisão em conteúdo multimídia. Este processo é fácil de identificar nas aplicações de hipermídia, quando são importados os formatos originais e remodelados na dimensão digital. Os autores abordam ainda o desejo permanente de ultrapassar os limites da representação e chegar ao real, não em sentido metafísico, mas de experiência, evocando uma resposta emocional imediata. Considerando características de transparência ou hipermediação, Boelter e Grusin (1999) entendem que os formatos buscam negar a mediação ou mesmo multiplicar a mediação para chegar ao máximo da experiência, ambas como estratégias de remediação. Outro aspecto destacado pelos autores é a “voracidade” com que a nova mídia está remodelando a mídia convencional e reinventando a si mesma na busca de imediatismo. Enquanto dissemina informações, a própria internet vai se tornando participante do processo de incorporação da mídia no evento que está narrando (BOELTER; GRUSIN, 1999, p. 267).

Mas se a remediação vem borrar as marcas da antiga mídia e remediá-la, a aproximação em relação à audiência, tanto em termos de conteúdo, quanto tecnologia, pode ser considerada um dos pontos fortes do desenvolvimento radiofônico e da sua remediação. A miniaturização, proporcionada pelo transistor, é o início, de certa forma, desta aproximação. O fato, em um contexto de desenvolvimento das cidades e de grande mobilidade, possibilitou que aqueles conteúdos, até então restritos ao ambiente doméstico, estivessem em qualquer lugar (CUNHA, 2016).



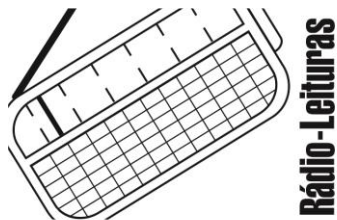
Observando o modelo de distribuição da informação radiofônica registra-se que é na sua transformação de velha para nova mídia que ocorre outra mudança. Acompanhando a reflexão de Manovich (2001) sobre a mídia em geral, podemos dizer que o rádio surge e se consolida numa sociedade industrial de massa, mas na lógica da sociedade pós-industrial, terá conteúdos organizados sob demanda, em aplicativos e redes sociais, em áudio, permitindo um grande número de cruzamentos de conteúdo para atendimento aos interesses da audiência (CUNHA, 2016).

Del Bianco (2004) aborda o desafio da produção de notícias de rádio na contemporaneidade, momento em que a internet serve para a redação como um canal de acesso em tempo real a um número incalculável de fontes. Sob a perspectiva da produção jornalística, a internet reorganiza as rotinas produtivas do radiojornalismo, com destaque nas emissoras especializadas em jornalismo, com programação de fluxo contínuo informativo.

Também investigando sobre os desafios do radiojornalismo na era da internet, Bonixe (2011) analisa que há 3 níveis: da expressividade, das plataformas e do conteúdo. Na dimensão da expressividade, o som já não basta para a narração dos profissionais. Precisam apropriar-se da linguagem multimídia e lançar mão de mais recursos. As plataformas já não são apenas as tradicionais. O rádio está na internet, nos dispositivos móveis, nas redes sociais e precisa garantir a importância para os cidadãos.

Entre as reflexões, é central para este texto pensar sobre como o radiojornalismo se mantém importante para os sujeitos, estando misturado a tantos outros canais de informação, na dimensão portátil da internet móvel, característica que foi, inclusive, construída pelo próprio rádio. Certamente, como descreve Bonixe (2011), o nível que diz respeito ao conteúdo congrega os outros dois e se define por uma nova expressividade, menor limitação temporal e espacial. A multiplicação de plataformas significa mais temas e mais vozes nas notícias do novo rádio.

A construção sonora do rádio feito exclusivamente pelas ondas hertzianas está sendo substituída por uma visão multifacetada, do ponto de vista da expressividade, dessa mesma realidade. O rádio informativo começa a usar com frequência elementos expressivos que não são próprios do código genético do rádio, como vídeo, infografias,



O radiojornalismo no contexto do *software*

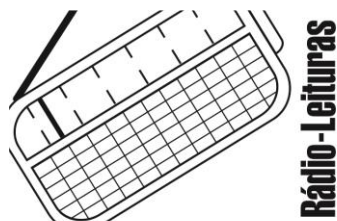
Mágda Rodrigues da Cunha e Bárbara Avrella

fotografia ou apenas a palavra escrita. A criação de outros produtos como podcasts ou jornalismo móvel, além da presença em redes sociais, são respostas do rádio no cenário multiplataforma (BONIXE, 2011). O autor reconhece que o desafio do radiojornalismo é manter o equilíbrio entre as suas características tradicionais e os novos atributos conferidos pelas plataformas digitais.

O radiojornalismo quando o *software* assume o comando

Os novos atributos estão hoje na dimensão da produção de informação, que vive profundas mudanças, mas estão também na esfera do consumo. Entre os autores até aqui citados há um ponto que surge, em alguns casos de maneira mais clara e em outros de forma sutil, que diz respeito à relevância do radiojornalismo em um ambiente de remediação. Neste ecossistema as marcas do rádio estão lá, mas suas características principais não estabelecem mais fronteiras suficientemente visíveis para que possa manter sua importância. Uma das proposições deste texto é refletir sobre este novo ambiente em que se encontra o radiojornalismo, que vem deixando suas principais características associadas à distribuição por ondas hertzianas, num cenário em que o *software* assume o protagonismo. Humanistas, cientistas sociais, professores de comunicação e críticos da cultura estão preocupados com o *software* porque ele substitui uma série de tecnologias físicas, mecânicas e eletrônicas usadas antes do século XXI para criar, armazenar, distribuir e acessar produtos culturais (MANOVICH, 2013).

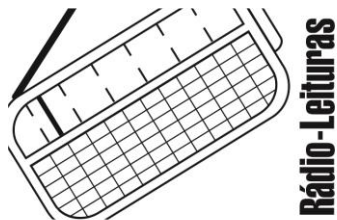
O *software*, conforme pensa Manovich (2013), se transforma na nossa interface com o mundo, com os outros, com nossa memória ou nossa imaginação e passa a ser uma linguagem universal a partir da qual o mundo fala. O autor compara o *software* no início do século XXI à eletricidade e à combustão no começo do século XX. O entendimento é de que houve uma substituição das outras tecnologias de mídia que emergiram nos séculos XIX e XX. Neste caminho, Manovich (2013) questiona se a mídia



ainda existe, destacando a ubiquidade como umas das principais características. Ampliando o pensamento que envolve os estudos de *software*, base de suas reflexões, ele entende que não se fala apenas sobre sistemas ou programação de computadores, mas também de serviços em redes sociais e tecnologias em mídias sociais. Em sentido ampliado, fala-se de uma sociedade do software ou mesmo uma cultura do *software*. Na mesma obra, o autor esclarece que o objetivo é investigar o software como um todo na cultura contemporânea e, ao mesmo tempo, as forças culturais e sociais que estão definindo o próprio desenvolvimento do *software*.

Manovich (2013) afirma que, a partir de tudo isso, em uma década, o computador deixou de ser uma tecnologia cultural invisível para se transformar no novo motor da cultura. Ao detalhar em categorias, descreve a primeira do *software* para criação, edição e organização do conteúdo, a segunda para distribuição, acesso ou combinação, seja publicando, compartilhando ou remixando. A cultura digital tende a modularizar o conteúdo, permitindo aos usuários criar, distribuir e reutilizar elementos do conteúdo. Todos são processos que hoje devem ser estudados juntos e não separadamente como ocorria antes do desenvolvimento das mídias sociais e a proliferação das plataformas móveis. Mídias sociais e computação na nuvem apagam, em alguns casos, as fronteiras antes conhecidas e introduzem novas. O desafio dos estudos de software é trabalhar com termos como conteúdo e aplicação de *software* tendo em mente que os paradigmas mídias sociais e computação por nuvem estão sistematicamente reconfigurando o sentido destes termos.

Até aqui, a reflexão dos autores aborda a remediação da mídia como conhecíamos em formatos digitais ou mesmo substituição dos modelos existentes até então para produção ou distribuição, em plataformas baseadas em *software*. Tanto na abordagem de Boelter e Grusin (1999) quanto na de Manovich (2013) o que fica evidente é a transformação em todo o processo, chegando inclusive à possibilidade de o usuário interferir e atuar também na distribuição. Estas mudanças descritas mais recentemente por Manovich (2013) tem origem na construção do pensamento do autor quando abordava o conceito de velha mídia e nova mídia, ambas em condições sociais diferentes e chegando ao século XXI com características diversas também. Mas se até



O radiojornalismo no contexto do *software*

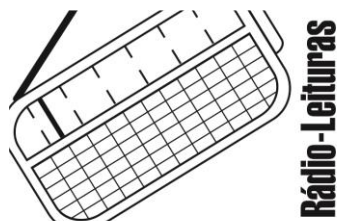
Mágda Rodrigues da Cunha e Bárbara Avrella

aqui destacamos as transformações de todas as ordens descritas por alguns autores escolhidos para esta reflexão, consideramos relevante apresentar dados quantitativos sobre a apropriação destas mudanças pelos usuários.

O novo conjunto de relatórios digitais de 2018 da *We Are Social* e *Hootsuite* revela que existem mais de 4 bilhões de pessoas em todo o mundo usando a internet. Bem mais da metade da população mundial está on-line, e os dados mais recentes mostram que quase um quarto de bilhão de novos usuários entraram on-line pela primeira vez em 2017. Grande parte do crescimento em usuários este ano foi impulsionado por smartphones e planos de dados móveis mais acessíveis. Mais de 200 milhões de pessoas adquiriram seu primeiro dispositivo móvel em 2017, e dois terços dos 7,6 bilhões de habitantes do mundo agora têm um telefone celular.

Mais da metade dos aparelhos em uso atualmente são dispositivos "inteligentes". O uso de mídia social continua crescendo rapidamente e o número de pessoas que usam a plataforma principal em cada país aumentou em quase um milhão de novos usuários todos os dias nos últimos 12 meses. Mais de três bilhões de pessoas em todo o mundo agora usam mídias sociais a cada mês, com 9 em 10 desses usuários acessando suas plataformas escolhidas por meio de dispositivos móveis. A pesquisa do *We are social* resume alguns relatórios apontando que no mundo digital em 2018 o número de usuários da Internet é de 4,021 bilhões, elevação de 7% em relação ao ano anterior.

O número de usuários de mídias sociais é de 3,196 bilhões, 13% a mais que no ano anterior, e de telefones celulares é de 5,135 bilhões, um aumento de 4% em relação ao ano anterior. Aproximadamente 1 milhão de pessoas começaram a usar as mídias sociais pela primeira vez todos os dias de 2017, o que equivale a mais de 11 novos usuários a cada segundo. O número global de pessoas que usam mídias sociais cresceu 13% em 12 meses, com a Ásia Central e do Sul registrando os ganhos mais rápidos (até 90% e 33%, respectivamente). A Arábia Saudita registrou a taxa de crescimento de país

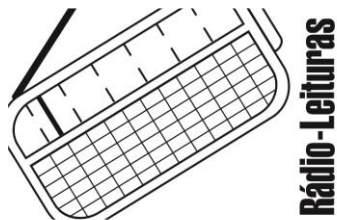


individual mais rápida nas 40 economias focais, com 32%. A Índia está atrás, com 31% de crescimento anual em usuários de mídia social (WE ARE SOCIAL, 2018).

A partir desses dados, é certo que os usuários estão usando qualitativamente esta mídia eletrônica em transformação. Se o jornalismo eletrônico móvel começa com o rádio, o modo como os sujeitos constroem sua apropriação com os aparelhos móveis também começa junto com isto, como bem descreve Turkle (2008), quando fala sobre uma conexão permanente. Ao revisitarmos a obra da autora, verificamos que até chegarmos aos aparelhos móveis, voltamos para casa, com os computadores de mesa que, juntamente com a internet, nos conectam com o mundo.

Já nos anos 90, Turkle (1995, p. 71), tomando como base o pensamento laciano, afirma que “os computadores não seriam objetos culturalmente tão poderosos como o são, se as pessoas não estivessem a apaixonar-se pelas suas máquinas e pelas ideias que as máquinas veiculam”. Ainda nos anos 90, a mobilidade para o jornalismo era exatamente a do rádio. A internet móvel, via dispositivos celulares, possibilita que as fronteiras de experiências reais ou virtuais sejam borradas. Os sujeitos passam a viver em um único mundo, onde, segundo a reflexão aqui proposta, desaparecem as hierarquias da informação e o radiojornalismo compete em igualdade de condições.

Deuze (2012) aborda as ações na vida cotidiana, espaço no qual a mídia se multiplica, tornando-se ubíqua, está em todo o lugar, e é pervasiva, não podendo ser desligada. Há necessariamente relação entre as dimensões tecnológicas e sociais. As relações existentes são claramente estruturais, considerando as máquinas sempre sociais, na mesma medida em que são técnicas e altamente dinâmicas. Viver na mídia, para Deuze (2012), não é o mesmo para todos. Descrever a vida na mídia, tomando como base os tipos usados pelas pessoas e como elas desenvolvem atividades através da mídia, é totalmente diferente de definir como todas estas práticas ocorrem ao redor da mídia. Uma vida na mídia é muito mais do que ter uma infinidade de dispositivos eletrônicos à disposição, gastar muito tempo assistindo à televisão ou navegando na web. É executar atividades por intermédio da mídia, é estar envolvido por ela na condição de ambiente. A preocupação de uma vida na mídia, ou na tela, era a principal



O radiojornalismo no contexto do *software*

Mágda Rodrigues da Cunha e Bárbara Avrella

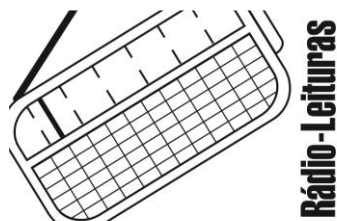
preocupação de Turkle (1995), analisada depois em Turkle (2008), quando aborda a conexão permanente. Considerando o pensamento de Deuze (2012) verifica-se que no desenvolvimento das tecnologias, de fato, rompeu-se a ideia de mundos separados e cumpriu-se o que a autora questionava originalmente: real a virtual, de fato somaram-se e expandiram-se.

Ao citar Manovich, Deuze (2012) relembra que a prática da vida cotidiana reúne todos os tipos de consequências para o caminho em que olhamos o mundo e como somos levados a produzir sentido a partir disso. Manovich, ainda em Deuze (2012), sugere que se trata de uma vida em constante comunicação e conversação, parte de uma realidade supostamente possível de hackear e remixar por qualquer um, sempre dinâmica, imprevisível e permanentemente em construção.

O radiojornalismo no contexto do *software*

Como vimos, o radiojornalismo ao longo de sua trajetória passou por diversas transformações, especialmente tecnológicas, mas que acarretam mudanças em todo o ambiente radiofônico desde a produção jornalística até o conteúdo veiculado. As informações se expandem além do rádio hertziano, estando agora em outras plataformas. Como destacaram Kischinhevsky e Modesto, o rádio é hoje um meio de comunicação expandido.

O contexto atual não altera apenas a forma de consumo do rádio, que não é mais limitado às ondas hertzianas, mas modifica toda a lógica jornalística das emissoras. Se com o rádio hertziano os serviços de utilidade pública como trânsito, condições meteorológicas, índices econômicos, por exemplo, eram essenciais na programação radiojornalística, agora eles dividem espaços com aplicativos em dispositivos móveis que oferecem conteúdos exclusivos em relação a isso. Se antes era necessário estar sintonizado em alguma emissora para saber como estava o trânsito na cidade, agora basta abrir o aplicativo de trânsito no smartphone que essa informação estará disponível

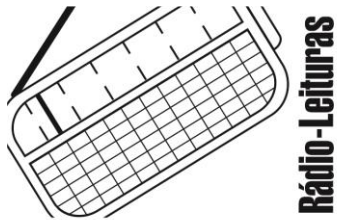


em tempo real. Fato é que as próprias emissoras de rádio têm utilizado esses recursos para informar o ouvinte.

Nesse novo cenário comunicacional, é preciso, ainda, repensar as próprias características intrínsecas ao meio, como o imediatismo, a mobilidade, a penetração e a linguagem, uma vez que os ouvintes são abastecidos por informações que provêm de diferentes canais e em grande escala, sendo veiculadas em diversos formatos (áudio, texto, foto, infográfico, vídeo, etc.). Contudo, o que se vê em relação às transformações, diz respeito basicamente às plataformas, aos mecanismos de interação com o ouvinte e ao acesso às fontes. A forma de apresentação do conteúdo informativo em áudio pouco se difere daquela que era transmitida exclusivamente por dial AM ou FM. Ainda não é evidente a presença de uma narrativa ou uma linguagem exclusiva de uma nova mídia radiofônica.

A principal preocupação deste texto é, a partir da descrição do contexto da mídia, analisar o lugar deste radiojornalismo, considerando que muitas transformações ocorreram e que estes formatos passam por reinvenções. O principal destaque é o pensamento de Manovich (2013), para quem este novo cenário é comandado pelo *software*. O autor busca suas afirmações nos estudos de *software*, mas amplia a investigação e chega à afirmação de que há uma cultura baseada no *software*. Algumas características são essenciais nesta mudança. Entre elas, as ofertas, por assim dizer, que possibilitam aos sujeitos hierarquizar seus canais de informação entre os muitos aplicativos. A emissora de rádio, neste contexto, transforma-se também em um aplicativo. Passa a concorrer com serviços e entretenimento, no mesmo ambiente. Mas a concorrência pela atenção se amplia quando este usuário também pode produzir e compartilhar, colaborando para tornar tênues as fronteiras entre os mesmos canais.

Nessa linha, Boelter e Grusin (1999) falam das estratégias de remediação, que fazem desaparecer as características originais da mídia, transformando em conteúdo multimídia. Mas, no cenário mais amplo, a busca, segundo os autores, é chegar ao máximo da experiência, evocando uma resposta emocional imediata. E o radiojornalismo ingressa, inevitavelmente, neste contexto em que as possibilidades do *software* estão distribuídas, constroem um ambiente com concorrência intensa, que não



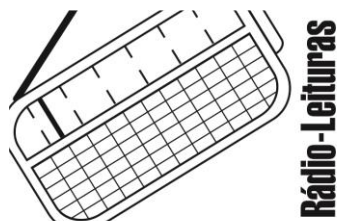
O radiojornalismo no contexto do *software*

Máгда Rodrigues da Cunha e Bárbara Avrella

é mais a de outra emissora. A relevância do radiojornalismo neste cenário é um desafio, como reconhecem aqui alguns autores diretamente ligados à investigação do tema. Se, de uma parte, as transformações tecnológicas reorganizam as redações, proporcionando mais alternativas na captura de informações para os jornalistas, na mesma proporção isto se ampliou para o público em geral, que pode produzir ou compartilhar. As marcas da velha mídia, conceito importante para Manovich, quando estabelece fronteira com a nova mídia, vão desaparecendo neste processo de remediação até chegar a zero.

A questão é: até que ponto é possível falar sobre um novo modelo de radiojornalismo? Já detectamos que o modelo segue o mesmo da fase inicial do rádio, se considerarmos as emissoras radiofônicas. Os *softwares*, no contexto, vão proporcionando o mapeamento das ações dos sujeitos e ao mesmo tempo vão atuando na construção de outros formatos, nos quais as emissoras deixam a centralidade da informação e passam a conviver com outros aplicativos. A proposição aqui foi descrever o contexto em que está inserido hoje o radiojornalismo, considerando os conceitos em que o software assume o comando e a nova mídia remedia a antiga, até que suas marcas desapareçam na lógica da experiência de quem produz e de quem consome a informação. Responder, porém, de que um novo modelo de radiojornalismo emerge deste contexto, é muito difícil. O que se observa é uma ampliação do cenário com múltiplos canais e possibilidades, que questionam a relevância do radiojornalismo como conhecemos até então. O processo de transformação evidencia uma mudança mais abrangente de todo o processo, onde os que até agora conhecemos vão sendo, de fato, remediados.

Referências bibliográficas:



Vol 10, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2019
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: Os formatos e os programas em áudio. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

BESPALHOK, Flávia L. In: MOREIRA, Sonia Virgínia (Org.). **70 Anos de Radiojornalismo no Brasil 1941-2011**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

BONIXE, Luiz. Jornalismo radiofônico e Internet – Um estudo da evolução do uso das potencialidades online nas notícias dos sites da rádio. **Comunicação e sociedade**, v. 20, 2011.

CALABRE, Lia. **Rotativas no ar**: o radiojornalismo. *ECO-PÓS*, v. 8, n. 2, p. 30-45, 2005.

CUNHA, Mágda. O rádio na nova ecologia da mídia. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2016.

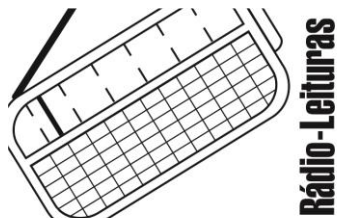
DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. As transformações técnicas na produção do radiojornalismo e os valores-notícias. Jornalismo de rádio: referencial histórico. In: MOREIRA, Sonia Virgínia (Org.). **70 Anos de Radiojornalismo no Brasil 1941-2011**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. Radiojornalismo em mutação na era digital. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: Intercom, 2004.

DEUZE, Marc. **Media Life**. Cambridge: Polity Press, 2012.

FERRARETTO, Luiz A. Jornalismo de rádio: referencial histórico. In: MOREIRA, Sonia Virgínia (Org.). **70 Anos de Radiojornalismo no Brasil 1941-2011**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

FERRARETTO, Luiz A. Tendências da programação radiofônica: as emissoras em amplitude modulada. In: MOREIRA, Sonia Virginia; DEL BIANCO, Nélia R. (Org.). **Desafios do Rádio no Século XXI**. Intercom, 2001.



O radiojornalismo no contexto do *software*

Mágda Rodrigues da Cunha e Bárbara Avrella

KLOCKNER, Luciano. O Repórter Esso e a Globalização: a produção de sentido no primeiro noticiário radiofônico mundial. In: XXIV Congresso Brasileiro de Ciência Comunicação, 2001, Campo Grande. **Anais...** Campo Grande: Intercom, 2001.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MODESTO, Cláudia Figueiredo. Interações e mediações – Instâncias de apreensão da comunicação radiofônica, **Questões Transversais**, v. 2, n. 3, jan./jun. 2014.

MANOVICH, Lev. *Software takes command: extending the language of new media*. New York: Bloomsbury Publishing Plc., 2013.

MANOVICH, Lev. **The Language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2001.

ORTRIWANO, Gisela S. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

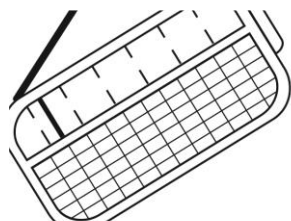
SCHIAVI, Marilei. **A rádio na prestação de serviços à comunidade**: o caso do programa Radar Noticioso da Rádio Metropolitana AM 1070 de Mogi das Cruzes. 2012. 121f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

SILVA, Júlia Lúcia; RANGEL, Patrícia. Reportagens especiais, documentários e série de reportagens: profundidade nas ondas do rádio. MOREIRA, Sonia Virgínia (Org.). **70 Anos de Radiojornalismo no Brasil 1941-2011**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

TURKLE, Sherry. **A vida no ecrã. A identidade na era da internet**. Lisboa. Relógio Dagua, 1995.

TURKLE, Sherry. **Always-on/Always-on-you**: The Tethered Self. In: *Handbook of Mobile Communication Studies*, James E. Katz (ed.). Cambridge, MA: MIT Press, 2008.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar** – a história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Insular, 2012.



Rádio-Leituras

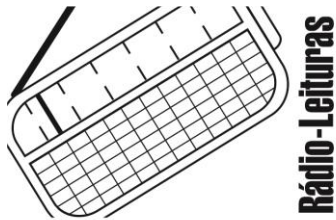
Vol 10, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2019

ISSN: 2179-6033

<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

WE ARE SOCIAL. **Global digital report 2018.** 2018. Disponível em:
<<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>>.



O radiojornalismo no contexto do *software*

Mágda Rodrigues da Cunha e Bárbara Avrella

Abstract

Radio journalism is undergoing a major transformation at this time from the reorganization of information on other platforms. If radio journalism had and is relevant because of the distribution in radio waves and mobility, when entering the software age, the information is reorganized. Here we understand as reorganization the new content organization that is designed through the mobile internet. Applications give you information on the economy, foreign currency quotes, weather and even hardnews. The well-known broadcast by the broadcaster, still in mobile format, coexists in hierarchical equality with the channels that distribute specific content, previously exclusive to radio journalism. In this text, the objective is to reflect, in a descriptive study, about the place of radio journalism in an environment in which the software commands (MANOVICH, 2013) and if it is possible to locate, from this, a new remediated model (BOELTER; GRUSIN, 1999) of journalism practiced on the radio and what are the offers to the listener in this scenario.

Keywords: Radio journalism; Hertzian waves; Software.

Resumen

El periodismo radiofónico está experimentando una gran transformación en este momento a partir de la reorganización de la información en otras plataformas. Si el periodismo radiofónico tenía y es relevante debido a la distribución en ondas de radio y movilidad, al ingresar a la era del software, la información se reorganiza. Aquí entendemos como reorganización la nueva organización de contenido diseñada a través de Internet móvil. Las aplicaciones le brindan información sobre la economía, las cotizaciones en moneda extranjera, el clima e incluso las noticias duras. La conocida transmisión de la emisora, aún en formato móvil, coexiste en igualdad jerárquica con los canales que distribuyen contenido específico, anteriormente exclusivo del periodismo radiofónico. En este texto, el objetivo es reflexionar, en un estudio descriptivo, sobre el lugar del periodismo radiofónico en un entorno en el que el software ordena (MANOVICH, 2013) y, si es posible, a partir de esto, un nuevo modelo remediado (BOELTER; GRUSIN, 1999) de periodismo practicado en la radio y cuáles son las ofertas al oyente en este escenario.

Palabras Clave: Periodismo radiofónico; Ondas hertzianas; Software.