UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

Lourival da Cruz Galvão Júnior

O FUTURO HOJE: A FORMAÇÃO EM RADIOJORNALISMO
NA ERA DA CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS

São Paulo

2015

Lourival da Cruz Galvão Júnior

O FUTURO HOJE: A FORMAÇÃO EM RADIOJORNALISMO
NA ERA DA CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de
Pós-graduação em Ciências da Comunicação da
Universidade de São Paulo para a obtenção do
título de Doutor em Ciências da Comunicação.

Área de concentração: Interfaces Sociais da
Comunicação

Orientadora: Profa. Dra. Lucilene Cury

São Paulo

2015

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

Dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Galvão Júnior, Lourival da Cruz.

O futuro hoje: a formação em Radiojornalismo na era da convergência das mídias / Lourival da Cruz Galvão Júnior. – São Paulo: L. C. Galvão Júnior, 2015.

Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação – Escola de Comunicações e Artes /

Universidade de São Paulo

Orientadora: Profa. Dra. Lucilene Cury

Bibliografia

1. Comunicação

2. Educação

3. Radiojornalismo

4. Convergência das Mídias

Nome: Lourival da Cruz Galvão Júnior

Título: *O futuro hoje: a formação em Radiojornalismo na era da convergência das mídias*

Tese de Doutorado apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação.

Aprovado em: ____/____/____

Prof.(a) Dr.(a): _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof.(a) Dr.(a): _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof.(a) Dr.(a): _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof.(a) Dr.(a): _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof.(a) Dr.(a): _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

DEDICATÓRIA

*Para meus filhos Mariana e Rodrigo F.M. (Fontanezi Machado) Galvão que, sem
querer, herdaram em seus nomes o gosto do pai pelo rádio!*

AGRADECIMENTOS

À minha esposa Claudia e minhas crianças, pelo amor e apoio em todas as horas.

À Profa. Dra. Lucilene Cury, pela oportunidade de aprendizado.

Ao diretor do Depto. de Comunicação da UNITAU, prof. Maurílio Láua, pela amizade.

À USP e UNITAU, pela possibilidade de aprimoramento pessoal e profissional.

Aos professores Luciano Maluly e Terezinha Tagé, pelo carinho e apoio amigo.

À Taisa da Ford e Luciana da Paineiras, pela parceria e suporte profissional.

Às amigas da UNITAU, Viviane Fuschimi e Maria do Carmo, pelo incentivo constante.

Aos amigos de Portugal, professores Francisco Rui Cádima, Pedro Coelho, Luiz Bonixe e Paula Cordeiro, pela atenção à minha experiência *além-mar*.

Às amigas de caminhada, Carmen e Cleo, pela motivação incessante.

“Educar é impregnar de sentido o que fazemos a cada instante”.

Paulo Freire

RESUMO

“O futuro hoje: a formação em Radiojornalismo na era da convergência das mídias” surge da emergência de um novo pensar sobre o processo de formação dos estudantes universitários que, no atual contexto, são preparados para atuar como jornalistas em emissoras de rádio que ultrapassaram a fronteira das ondas eletromagnéticas e se estabeleceram também na internet, onde disponibilizam conteúdos sonoros que convergem com outras expressividades midiáticas. Este trabalho, que é apoiado na interface Comunicação/Educação, assumiu o propósito de analisar a ocorrência, no processo de formação em Radiojornalismo, de ações que vinculem os conteúdos teórico/práticos ministrados à convergência das mídias. O distanciamento entre a formação e a realidade surgiu como hipótese, bem como a possível falta de atividades relacionando o Radiojornalismo e a Convergência das Mídias. A metodologia baseou-se em pesquisa bibliográfica, entrevistas e estudo de casos que verificou a formação em Radiojornalismo nos cursos de Jornalismo oferecidos pelas principais universidades do Brasil e de Portugal, sendo elas, respectivamente: o Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (CJE - ECA/USP) e a Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (FCSH/UNL). Após empreender as verificações propostas, este estudo constatou que a convergência das mídias não aparece integrada às ações teórico/práticas promovidas pelas disciplinas, no Brasil e em Portugal. Entretanto ficou evidente, nos processos de formação, a ocorrência das convergências tecnológicas e de conteúdos. Conclui-se que tal constatação permite aproximar, de forma parcial, os alunos da realidade na qual o Radiojornalismo mantém-se estabelecido. De outro lado, a falta de propostas que explorem a convergência das mídias nas disciplinas caracterizou-se como desfavorável à formação por não possibilitar, aos estudantes, conhecimento pleno desse fenômeno potencializado pela presença e integração dos meios de comunicação no ambiente digital.

Palavras-chave: Comunicação, Educação, Radiojornalismo, Convergência das Mídias.

ABSTRACT

“The future today: the Radiojournalism education in the age medias’ convergence” arises from the emergence of a new think about the training process of students university, in the current context, they are prepared to act as journalists in radio stations that have crossed the border of electromagnetic waves and settled also on the Internet, which offer audio content that converge with other media expressivity. This work, which is supported in Communication/Education interface, assumed the purpose of analyzing the occurrence, in the process of training in Radiojournalism, actions that link the theoretical/practical content ministered by medias’ converge. The distancing between the training and the reality came as a hypothesis and the possible lack of activities relating the Radiojournalism and the medias’ convergence. The methodology was based on a literature review, interviews and case studies, that verified training in Radiojournalism in journalism courses offered by leading universities in Brazil and Portugal, which were, respectively: the *Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo* (CJE - ECA/USP) and the *Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa* (FCSH/UNL). After undertake verification proposed, this study found that the media’s convergence don’t appear integrated with theoretical actions / promoted practices by the disciplines in Brazil and Portugal. Meantime it has become evident, in the training processes, the occurrence of technological convergence and content. It was concluded that such a finding allows enlarging in part the students the reality in which the Radio Journalism remains established. On the other hand, the lack of proposals exploiting the medias’ convergence of in the subjects characterized as unfavorable to the formation by don’t provide to students, knowledge of this phenomenon enhanced by the presence and integration of media in the digital environment.

Keywords: Communication, Education, Radiojournalism, Medias’ Converge.

LISTA DE TABELAS, GRÁFICOS E FIGURAS

Gráfico 1 – Rádios Comerciais	61
Gráfico 2 – Rádios Educativas	61
Gráfico 3 – Rádios Comunitárias	61
Gráfico 4 – Total de rádios por frequência	61
Gráfico 5 – Consumo de rádio	62
Gráfico 6 – Consumo de notícias	62
Gráfico 7 – Hábitos de acesso das mídias	64
Gráfico 8 – Mídias preferidas	64
Gráfico 9 – Audiência: atividades profissionais	65
Tabela 1 – Distribuição de rádios comerciais por estado	73
Gráfico 10 – Total de rádios comerciais por região	74
Tabela 2 – Redes AM/FM com o maior número de emissoras em 2014	77
Tabela 3 – Distribuição de rádios comunitárias por estado	80
Tabela 4 – Distribuição das rádios educativas por estado	87
Gráfico 11 – Cursos de jornalismo por região no Brasil	100
Tabela 5 – Carga horária / Jornalismo – DJE	124
Tabela 6 – Disciplinas relacionadas ao Rádio – DJE	125
Figura 1 – Homepage da Rádio USP / Programa Universidade 93,7	129
Figura 2 – Homepage do programa Universidade 93,7 (DJE-ECA/USP)	130
Figura 3 – Fanpage do programa Universidade 93,7	132
Figura 4 – Aula técnica - FCSH/UNL	165
Figura 5 – Operação de Software	165
Figura 6 – Gravadores digitais	166
Figura 6 – Sala de redação (UNL)	166

LISTA DE ABREVIACÕES E SIGLAS

ABERT	Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações
AM	Amplitude Modulada
APMP	Associação para a Promoção do Multimédia e da Sociedade Digital
CD	Compact Disc Audio Digital
CIESPAL	Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo para a América Latina
CIMJ	Centro de Investigação Media e Jornalismo
CJE	Departamento de Jornalismo e Editoração (ECA/USP)
DCN	Diretrizes Curriculares Nacionais
DRM	Digital Radio Mondiale
DAB	Digital Audio Broadcasting
ECA/USP	Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
ESPM	Escola Superior de Propaganda e Marketing
FCSH/UNL	Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa
FECAP	Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado
FIAM	Faculdades Integradas Alcântara Machado
FAAM	Faculdade de Artes Alcântara Machado
FM	Frequência Modulada
FUVEST	Fundação Universitária para o Vestibular
GPS	Global Positioning System
HDTV	High Definition Television
HT	Hand-Talk
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBOC/HD	In-band on-channel / High Definition
ISDB	Integrated System Digital Broadcasting
MB	Megabyte
MEB	Movimento de Educação de Base
MEC	Ministério da Educação
MIT	Instituto de Tecnologia de Massachusetts
OC	Ondas Curtas
OM	Ondas Médias
OT	Ondas Tropicais
Radiobrás	Empresa Brasileira de Radiodifusão
SINRED	Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa
SIREN	Sistema de Rádio Educativo Nacional
TCP/IP	Transmission Control Protocol e Internet Protocol
TRE	Tribunal Regional Eleitoral
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
UIT	União Internacional de Telecomunicações
UFJF	Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UNISA	Universidade de Santo Amaro
UNESCO	United Nations Educational Scientific and Cultural Organization
UNESP	Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
UPI	United Press International
URL	Uniform Resource Locator
USB	Universal Serial Bus
WiFi	Wireless Fidelity
WWW	World Wide Web

SUMÁRIO

Introdução	14
 Capítulo I – Convergência das mídias: a nova revolução	 35
1.1 O fenômeno da convergência	36
1.2 Rádio e a convergência das mídias	45
1.3 Jornalismo e as tipificações da convergência	50
1.4 Radiojornalismo frente à convergência midiática	55
 Capítulo II – O rádio hoje: aspectos de um meio em evolução	 59
2.1 O rádio hoje, em números	60
2.2 Origem e desenvolvimento do rádio brasileiro	68
2.3 Panorama atual do rádio brasileiro	72
2.3.1 Rádios comunitárias e os grupos de poder	79
2.3.2 Rádios educativas: vínculos e funções sociais	86
2.3.3 <i>Webrádios</i> : novas sonoridades no ambiente digital	93
2.4 O rádio e as novas tecnologias: do impasse à adaptação	95
 Capítulo III – Formação em radiojornalismo: o caso brasileiro	 99
3.1 Formação em Radiojornalismo: aspectos conjunturais	100
3.2 Perfil atual da formação em Radiojornalismo	103
3.3 Evolução dos currículos de Jornalismo no Brasil	107
3.4 Desenvolvimento do Radiojornalismo brasileiro	115
3.5 Estudo de caso: o curso de Jornalismo da ECA/USP	122
3.5.1 Radiojornalismo no CJE: os planos de estudo	125
3.5.2 Aspectos convergentes na interface com a Rádio USP	128

Capítulo IV – Formação em Radiojornalismo: a experiência portuguesa	134
4.1 Primeiras propostas para formação em Jornalismo em Portugal	135
4.1.1 Primeiro esboço da formação em Radiojornalismo	141
4.1.2 A criação dos cursos de Comunicação/Jornalismo	144
4.2 Jornalismo: evolução nas rádios portuguesas	150
4.3 Estudo de caso: o curso de Jornalismo da FCSH/UNL	160
4.3.1 Radiojornalismo: a formação na FCSH/UNL	164
4.3.2 Aplicação do plano de ensino	167
 Capítulo V – Contribuições da Interface Comunicação/Educação	171
5.1 Comunicação/Educação: uma relação convergente	172
5.2 Comunicação/Educação: desafios e propostas	177
5.2 A interface no rádio: o exemplo de Roquette-Pinto	182
 Considerações Finais	186
 Referências	181

INTRODUÇÃO

O futuro nunca esteve tão próximo do presente. Hoje, qualquer novidade que surge é logo aprimorada ou substituída por outra inovação que, em um curto espaço de tempo, se tornará obsolescência e passado. Nunca, na história da humanidade, a comunicação evoluiu de forma tão rápida e intensa. Em pouco mais de quatro décadas, o telefone fixo tornou-se móvel, o computador ficou portátil e o acesso à internet virou realidade¹.

Jornais e revistas venceram a fronteira do papel e as notícias agora podem ser lidas em aparatos duráveis e de fácil manejo, como celulares, *tablets* e *notebooks*. As imagens dos televisores são exibidas em alta definição e as sonoridades emanadas dos aparelhos de rádio passaram a ter qualidade digital. As inovações tecnológicas que surgem a toda hora, em grande profusão e de forma ininterrupta, aceleram contatos, aproximam pessoas, armazenam dados, oferecem mobilidade e aperfeiçoam processos, avizinando o planeta da aldeia global idealizada por Herbert Marshall McLuhan há 50 anos.

Os meios de comunicação tradicionais estão à mercê da revolução desencadeada pelas tecnologias digitais que ganharam projeção principalmente nas últimas duas décadas, quando a massificação da *Web* gerou significativas mudanças nos processos de captação, produção e distribuição dos conteúdos midiáticos. Emissoras de televisão e de rádio, assim como os meios impressos, perderam em parte a hegemonia por causa da concorrência de novos artefatos que, gradativamente, tornam-se acessíveis a diversos segmentos da sociedade. Esses suportes são frequentemente levados de um lado ao outro por um incontável número de pessoas como se fossem extensões físicas que permitem uma série de interações e que transformam leitores em coautores, telespectadores em participantes e ouvintes em falantes.

¹ Compreendida por Castells (2003, p. 7) como “o tecido das nossas vidas”, a internet forma-se a partir da junção, em rede mundial, de computadores interligados ao conjunto de protocolos TCP/IP. Criada em 1969 nos Estados Unidos para uso militar da *Advanced Research Projects Agency* (Agência de Projetos de Investigação Avançada), esse sistema foi nomeado inicialmente de *Arpanet*. Nas décadas seguintes, as universidades se beneficiaram da inovação, que se popularizou no início de 1990 após o desenvolvimento do *www* – forma de aplicação de compartilhamento de dados desenvolvida pelo programador Inglês Tim Berners-Lee (CASTELLS, 2003, p. 17). A internet – palavra nascida do termo *Net* que equivale à interligação de redes (CAMPOS, 2009, p. 71) – estabeleceu a interação entre indivíduos, favoreceu o acesso à informação e fez convergir textos, sons e imagens. Ao abrigar diversos serviços usados em larga escala, a internet integrou-se ao cotidiano social, oferecendo acesso ao comércio remoto, compartilhamento de arquivos, estabelecimento de amizades e de processos colaborativos por intermédio de redes sociais, entre outras possibilidades.

Há uma *nova era* na qual as tecnologias, agora digitais, estão nas mãos de um novo indivíduo – *o usuário*, que é ativo e manipula não apenas aquilo que quer ouvir ou ver, mas tudo mais que deseja ampliar, repercutir, produzir e interagir na internet. Os antigos meios de comunicação adaptam-se à realidade, seja migrando suas ações para o ambiente digital, seja produzindo uma infinidade de novas mensagens, nos mais diversos formatos e linguagens. Ocorre a cooperação entre múltiplos mercados de mídia que observam atentamente o comportamento migratório dos públicos, que se deslocam virtualmente de forma incessante à procura de novas experiências. Inovadores suportes tecnológicos midiáticos deslocam sons, imagens e textos para um mesmo entorno virtual, onde ocorre aquilo que Henry Jenkins (2006) chamou de *convergência dos meios de comunicação* ou *convergência das mídias*.

“Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. [...] No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplos suportes de mídia (JENKINS, 2006, p. 27).

O rádio, assim como os demais meios, submete-se resignado às mudanças. O popular *radinho de pilha*, aparelho que um dia foi onipresente na sociedade e ícone da tecnologia, cede gradualmente sua predominância para aparatos tecnológicos renovados continuamente, como os aparelhos de telefonia móvel que oferecem de graça, na grande maioria dos modelos, um dispositivo que dá acesso ao áudio emitido em tempo real pelas emissoras locais. Há quase sempre nesses suportes a possibilidade de ligação à internet e, conseqüentemente, acesso aos *sites* das estações convencionais. Além do áudio, transmitido em formato digital via *streaming*², as emissoras de rádio disponibilizam uma gama variada de informações sonoras, visuais e textuais, dentre outros atrativos que envolvem e cativam as audiências.

Outra novidade oriunda da rede mundial de computadores são as *Webrádios*. Ao contrário das emissoras convencionais, as estações virtuais existem apenas na internet, não estão sujeitas às limitações e controles das concessões públicas e atendem às mais diversas localidades, tendências, gostos e públicos. O acesso se dá por uma URL, endereço virtual que

² Forma de transmissão de áudio e vídeo na *Web* que não exige downloads dos conteúdos/programas.

indica a hospedagem em um endereço da *Web* pelo qual é possível chegar a uma *homepage*³, onde “aparecem o nome da emissora, geralmente um *slogan* que resume o tipo de programação e vários *hiperlinks* para os outros *sites* que abrigam as diversas atividades desenvolvidas pela rádio” (PRATA, 2009, p. 59).

Nas *Webrádios* o acesso à programação é feito por *softwares* de áudio como o *Real Media Player*, o *iTunes* e o *Quick Time*, dentre outros. A operacionalidade é simples: para ouvir basta acionar o ícone que dá acesso ao *streaming* que normalmente vem acompanhado das expressões *ouça já*, ou *clique aqui para ouvir* e *ouça agora*, entre outras (MEDEIROS, 2009, p. 10). É comum encontrar nas *Webrádios* serviços de busca, *chats*, *podcasts*⁴, fóruns de discussão, infografias, fotos, textos e vídeos, entre vários conteúdos e dispositivos virtuais que atuam de forma acessória ou complementar à mensagem sonora, que se mantém como escopo principal e motivo de existência desse modelo de difusão.

Devido ao novo contexto convergente, o rádio tem o privilégio de experimentar uma verdadeira polifonia⁵ comunicacional desencadeada no ciberespaço, onde o mundo real migra para uma esfera de interações virtuais imediatas responsáveis por permitir a combinação de diversos formatos, conteúdos e linguagens. É uma ambiência de dimensões imensuráveis no qual o tempo e o espaço estabelecem uma realidade social de caráter virtual remodelada a cada novo momento – não se opondo àquilo que é real, mas oferecendo novos contornos ao que é atual. “O virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que se chama um processo de resolução: a atualização” (LÉVY, 1996, p. 16).

Observa-se nessa esfera o surgimento de um *novo rádio*, pelo qual quem ouve também fala e ajuda continuamente a construir e reconstruir aquilo que é difundido pelo som. No ambiente virtual, as sonoridades não estão sozinhas e convergem com diversas formas de

³ Página principal de um *site* da *Web* que contém geralmente *links* e locais adicionais.

⁴ Acrônimo criado pela união do sufixo *Pod* (do tocador de MP3 da empresa norte-americana *Apple*, de nome comercial *iPod*) com a palavra *broadcasting* (transmissão). Consiste em áudios gravados em formatos como o MP3 que podem ser disponibilizados para audição ou *download* no ambiente virtual. O *podcasting* indica o conjunto relativo ao processo, enquanto o *podcast* designa os conteúdos oferecidos e recebidos (HERREROS, 2008, pp. 198-199 – tradução nossa).

⁵ Conceito formulado pelo pensador russo Mikhail Bakhtin que, ao criticar o objetivismo abstrato que via a língua como um sistema monológico, salientou que a palavra é polivalente e o dialogismo configura-se como uma condição constitutiva do sujeito, que não pode ser concebido fora das relações que o ligam aos outros indivíduos (BAKHTIN, 1988).

comunicação. Ocorre no ciberespaço uma efetiva e ampla *soma de outras vozes* que não são mais reverberadas apenas nas ondas *hertzianas*⁶, mas principalmente nos cabos de fibra ótica e em outros suportes condutores que permitem a integração aos protocolos de controle de transmissão e de interconexão à internet.

Os avanços das tecnologias do presente estimulam alterações significativas que projetam, no futuro, o surgimento de uma dinâmica de possibilidades inéditas voltadas ao intercâmbio informativo e à produção de conhecimento. A captação e a manipulação do som não dependem mais das ultrapassadas fitas magnéticas. A produção de conteúdos radiofônicos passou a contar com o efetivo e imediato envolvimento de pessoas que não podem ser mais compreendidas como agentes passivos que oferecem apenas um *feedback* limitado.

A participação das audiências, que no passado limitava-se às cartas, aos telefonemas ou à manifestação presencial nos estúdios ou nos antigos programas de auditório foi amplificada exponencialmente pelos *e-mails*, torpedos ou *posts* de textos, de imagens, de áudios e de vídeos que podem ser feitos nos *sites* ou nos perfis das emissoras nas redes sociais. Essas e outras formas de interação disponíveis no ambiente digital, quando somadas ao conteúdo radiofônico sonoro, ajudam a estimular uma reconfiguração comportamental dos indivíduos, que assumem uma nova condição: a de *ouvintes/usuários*⁷.

Característica típica da comunicação interativa é o fato de o receptor passar a desempenhar um novo papel, o de usuário, com ideia implícita de participação ativa. Sobre este fenômeno da interação podemos observar que em um contexto onde as máquinas estão cada vez mais presentes, a qualidade da interação homem-máquina será fundamental para a qualidade de vida e ainda mais importante será sua correta compreensão por parte do maior número possível de usuários (ORTRIWANO, 1998, p. 29).

O rádio tende a fortalecer, nos cenários atual e futuro da convergência midiática, os referentes coletivos que se formaram em torno dele no passado, uma vez que esse meio atua como “protagonista da memória individual e coletiva”, tornando possíveis “hábitos de escuta e de atenção entre suas audiências, além de rituais e modos específicos de interação com seus

⁶ Adota-se este termo em referência a Heinrich Hertz (1857-1894), que “construiu um aparelho com o qual confirmou a existência das ondas eletromagnéticas” (COSTELLA, 1994, p. 149). Pelas ondas hertzianas foi possível transmitir, inicialmente, o código Morse e, posteriormente, o som.

⁷ Esse termo, doravante adotado neste trabalho em substituição à consagrada expressão *ouvinte*, torna-se mais adequado ao contexto atual por caracterizar uma nova relação existente entre o rádio e suas audiências, cada vez mais participativas e atuantes.

conteúdos e transmissões e de satisfação de suas necessidades comunicativas e informativas, assim como de relaxamento” (OROZCO GOMES, 2010, p. 10). Nesse cenário é estabelecida a *digitalização*⁸ dos conteúdos sonoros que desperta atenção para a promoção de mudanças na maneira tradicional de se fazer rádio – meio de comunicação moldado exclusivamente pelo som que se depara, no mundo virtual, com outras formas significantes de expressão.

O rádio, apesar das transformações inexoráveis pelas quais é submetido, busca adaptar suas características fundamentais ao novo contexto decorrente das inovações oferecidas pelas tecnologias digitais e pela internet. Destaca-se, nesse sentido, a essência elementar do rádio que, de acordo com Rudolf Arnheim (2005, p. 62), “consiste justamente em oferecer a totalidade somente por meio sonoro. Não no sentido exterior, de incompletude, segundo a visão naturalista, mas fornecendo a essência de um evento, de uma ideia, de uma representação”. Esse entendimento de tonalidade atual surgiu no final da década de 1920 a partir da preocupação do estudioso alemão com a emergência, naquela época, de novos meios de comunicação: o rádio e a televisão. Ao serem emanados por esses aparatos tecnológicos, o som e a imagem ganharam novas expressividades que mobilizaram a sociedade em relevantes momentos históricos, principalmente na primeira metade do século passado. Guardadas as devidas proporções, nota-se evento semelhante ocorrendo na atualidade, envolvendo agora as novas tecnologias e a rede mundial de computadores.

Arnheim, ao escrever *O diferencial da cegueira: estar além dos limites dos corpos*⁹, apresenta o aspecto sensorial como elemento primordial e indispensável à difusão sonora. Tal

⁸ De acordo com Lévy (1999, p. 50), “digitalizar uma informação consiste em traduzi-la em números”. No ambiente virtual é possível transformar dados em códigos numéricos expressos em bases binárias formadas por impulsos elétricos, positivos ou negativos, representados por zero e um, os *bits*. As imagens são convertidas em pontos ou *pixels* (termo derivado da aglutinação de *Picture* e *Element* e que corresponde aos elementos da imagem) que podem ser descritos “por dois ou mais números que especificam suas coordenadas sobre o plano e por outros três números que analisam a intensidade de cada um dos componentes de sua cor (vermelho, azul e verde por síntese aditiva)”. A digitalização do som ocorre “se for feita uma amostragem, ou seja, se forem tiradas medidas em intervalos regulares (mais de 60 mil vezes por segundos, a fim de capturar as altas frequências). Cada amostra pode ser, portanto, representável por uma lista de números” (*Idem, Ibidem*). A digitalização permite que os conteúdos comunicacionais possam ser processados, armazenados e transmitidos com rapidez e precisão no meio digital. Essas informações, disponibilizadas aos usuários em um volume e diversidade imensuráveis, podem ser combinadas, interligadas e organizadas infinitamente.

⁹ O texto foi originalmente escrito em 1933. Republicado no volume I do livro *Teorias do Rádio* (2005), o texto teve tradução feita por Eduardo Meditsch, que partiu da versão em Inglês de Margaret Ludwig e Hebert Head (*In Praise of Blindness: emancipation from the body*. In: *Rádio, London, Fabver & Faber, 1936*). A tradução ainda foi confrontada com a versão espanhola de Manuel Fugieras Blanch (*Elogio de La ceguera: liberación de los cuerpos*. In: *Estética Radiofónica, Barcelona, Gustavo Gili, 1980*).

singularidade é indicada como a responsável por estimular, na mente dos indivíduos, concepções particulares sobre aquilo que é difundido pelas ondas do rádio. Assim, configura-se uma estratégia que objetiva o estabelecimento de significações visuais mentais sobre aquilo que é percebido pela audição. Por conseguinte cria-se, a partir do estímulo de pensamentos e reflexões, um subterfúgio que minimiza limitações decorrentes da captação humana do som.

A arte radiofônica parece sensorialmente deficiente e incompleta diante das outras artes – porque ela não conta com o nosso sentido mais importante, que é a visão. Nos filmes mudos a falta da fala é menos notada, pelo fato de que a visão fornece por si só uma imagem bem compreensiva do mundo. Uma pintura certamente não nos faz pensar que estamos surdos, pois ela aparece, ainda que numa extensão menor do que o filme, como um pedaço da realidade. Ela é uma representação muito distante do mundo material, o que faz com que não apliquemos os *standards* da situação natural para interpretá-la. Por outro lado, no rádio, o pecado da omissão é muito mais explícito. O olho sozinho dá uma imagem bastante completa do mundo, mas o ouvido sozinho fornece uma imagem incompleta. Portanto, torna-se uma grande tentação para o ouvinte completar com sua própria imaginação o que está faltando tão claramente na transmissão radiofônica. E, no entanto, nada lhe falta! (ARNHEIM, 2005, p. 62).

Para o rádio, somente a emissão do som que se materializará nas mentes em palavras, acordes musicais e efeitos ressonantes são suficientes para oferecer àqueles que ouvem uma escala infindável de interpretações sobre tudo que é transmitido. Cabe a quem lida com o som “limitar-se ao audível”, pois o que mede o talento dos agentes que manipulam as sonoridades é “a capacidade de produzir os efeitos desejados apenas com os elementos sonoros” (*Ibidem*). Essa manipulação ainda deve considerar outros elementos que estão relacionados à emissão sonora. “O vazio acústico, o silêncio sobre o qual o som é colocado, não representa um fundo neutro e sem conteúdo mas, no caso, um inquietante lugar onde se produzem importantes acontecimentos” (*op. cit.*, p. 64). Aos profissionais do rádio é imperativo privilegiar, em suas ações, a produção de conteúdos que devem observar esse e outros elementos relativos ao som, uma vez que, nesse veículo, não é possibilitada a transmissão de mensagens criadas a partir de formatos comunicacionais que não sejam unicamente sonoros. “O visual, se for feito, deve ser penosamente construído na imaginação” (ARNHEIM, 2005, p. 71).

No rádio manipula-se a *linguagem oral*, característica que permite ao veículo atender inúmeros segmentos da sociedade. Ricos e pobres, letrados e analfabetos, crianças, jovens ou idosos, homens ou mulheres, enfim, praticamente qualquer indivíduo tem a chance de receber a mensagem radiofônica, uma vez que praticamente nada é exigido daqueles que optam por

esse democrático meio de comunicação. “O rádio fala e, para receber a mensagem, é apenas necessário ouvir” (ORTRIWANO, 1985, p. 78).

A comunicação sonora é, para Armand Balsebre (1994), a expressão de um sistema de significações derivado de uma linguagem específica pertencente ao rádio e compreendido, por esse estudioso alemão, não apenas como um veículo que difunde informações, mas que se evidencia como meio de comunicação e de expressão destinado a cativar *ouvintes/usuários* anônimos e ausentes. A linguagem radiofônica é estabelecida por um conjunto de formas sonoras e não sonoras e sistemas expressivos representados por palavras, música, efeitos sonoros e silêncio, cujos significados são determinados pelo conjunto de recursos técnicos e expressivos da reprodução de som e o conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e visual imaginativa dos indivíduos. Trata-se de um fenômeno de caráter acústico, em que sons e mensagens são classificados segundo sua visibilidade (*Ibidem*).

Ortriwano (1985, p. 80), uma das pesquisadoras que se tornou referência nos estudos sobre o Radiojornalismo no Brasil, chama a peculiaridade desencadeada pelos sons advindos do rádio, seja no ambiente analógico, seja no ambiente digital, de *diálogo mental*. Pelas sonoridades são construídos significados baseados no repertório de vivências e conhecimentos armazenados na mente humana no decorrer dos anos. Consequentemente, essa inferência promove a significação daquilo que foi dito ou narrado, oportunizando, no caso do rádio, uma reflexão mais aguçada e profunda dos assuntos tratados. Esse fato decorre da capacidade sensorial que desperta “a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais” (*op. cit.*, p. 80). Atribui-se a essa aptidão o termo *sensorialidade* que, dentre as características do rádio, é a que guarda maior expressividade.

Walter Benjamin (1985) expõe no ensaio *A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica* à configuração de um *Sensorium*, ou seja, de uma mudança nas formas perceptivas decorrentes do uso de novas técnicas no processo de elaboração artística. Mostramos que esse conceito, formado da análise de Benjamin sobre as experiências que o cinema propiciou ao público no início do século passado, apresenta a tecnologia como responsável por contribuir para o desenvolvimento de uma percepção “a partir da ampliação de mundo dos objetos dos quais os indivíduos tomam conhecimentos, tanto no sentido visual como auditivo” (GALVÃO JÚNIOR, 2013, p. 121).

Ao se configurar como tecnologia, o rádio revela a capacidade de estimular sensações e disseminar saberes que antes eram relegados à maioria dos indivíduos.

Formada a partir dos radicais gregos *tekhnō* (de *tékhnē* ou arte, artesanato, indústria, ciência) e de *logía* (de *logos* ou linguagem), a palavra *tecnologia* guarda em seu berço etimológico um significado indubitável e, consequentemente, abrangente. Ao ser apontado como tratado ou dissertação sobre uma arte, exposição das regras de uma arte, o debatido léxico revela-se norteador de rumos sob os quais transitam as mais diversificadas habilidades (LUCY et al, 2012, p. 45).

McLuhan (1971), quando considera o rádio um moderno *tambor tribal*, mostra a capacidade que o meio detém de criar experiências sensoriais particulares e de oferecer a cada pessoa, de maneira única, “um mundo de comunicação não expressa entre escritor-locutor e o ouvinte” (*op. cit.*, p. 336). As sonoridades apresentaram-se como o único suporte dessa relação marcada pela reflexão e estimulada pela interação. “As profundidades subliminares do rádio estão carregadas daqueles ecos ressoantes das trombetas tribais e dos tambores antigos. Isso é inerente à própria natureza deste meio, com seu poder de transformar a psique e a sociedade numa única câmara de eco” (*op. cit.*, p. 227).

Como tecnologia, o rádio permitiu, de acordo com McLuhan, a primeira experiência maciça de implosão eletrônica, “a reverberação da direção e do sentido da civilização ocidental letrada” (*Idem, Ibidem*). O autor diz ainda que o rádio vai além da manifestação ostensiva e particular, tornando-se uma “câmara de eco subliminar cujo poder mágico fere cordas remotas e esquecidas”, que atua como “uma extensão do sistema nervoso central, só igualada pela própria voz humana” (*op. cit.*, p. 339-340).

As potencialidades comunicativas e o papel estratégico do rádio, principalmente no âmbito social, sempre careceram de uma exploração mais ampla e irrestrita. Um dos primeiros pensadores a preocupar-se com isso foi Berthold Brecht que, entre 1927 e 1932, elaborou ensaios que deram origem à *Teoria do Rádio*, onde foram apresentadas sugestões ao veículo. Brecht salientava a necessidade de observar o potencial dialógico e até então inexplorado do rádio, que precisava estar mais próximo e acessível das pessoas, servindo aos interesses do público e prestando serviços à coletividade.

O meio deveria difundir os acontecimentos cotidianos nos mais diversos segmentos, permitindo que os indivíduos vivenciassem os fatos atinentes às sociedades. Para Brecht, o rádio cumpriria seu papel quando fosse submetido a uma transformação que mudasse sua

condição de veículo de mão única – de aparelho de distribuição a aparelho de comunicação. As ideias de democratização de aparente viés utópico à época criticavam de forma implícita o controle dos meios de comunicação exercido pelas classes sociais dominantes, apontadas por Brecht como responsáveis pela restrição no uso das potencialidades do rádio.

O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber; portanto, se conseguisse na apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele. A radiodifusão deveria, conseqüentemente, afastar-se dos que a abastecem e constituir os radiouvintes como abastecedores. Portanto, todos os esforços da radiodifusão em realmente conferir aos assuntos públicos o caráter de coisa pública são totalmente positivos (BRECHT, 2005, p. 42).

O rádio global previsto por McLuhan, bem como o rádio bidirecional imaginado por Brecht – dotado da capacidade de dar voz àqueles que ouvem, molda-se na atualidade de maneira peculiar, por consequência do uso das tecnologias digitais e da convergência das mídias no meio virtual. A dimensão auditiva do rádio é ampliada no ciberespaço para além da linguagem sonora conceituada por Balsebre, que é somada aos múltiplos estímulos sensoriais deflagrados por outros conteúdos imagéticos disponibilizados na internet e acessados pelos mais diversos aparatos tecnológicos digitais que são acionados nas mais distintas localidades e ocasiões. Não obstante à aura de novidade e de revolução derivada do novo contexto tecnológico no qual está inserido, considera-se que o rádio continuará caracterizado como um meio que tem o som como essência e prioridade, como destacava Arnheim.

O espectro radiofônico que se propagada em ondas¹⁰ é a única matéria prima viável à produção e a difusão radiofônica, como salienta o conceito formulado por Meditsch (2001) sobre as especificidades indissociáveis do rádio: “Se não for feito de som não é rádio, se tiver imagem junto não é mais rádio, se não emitir em tempo real (o tempo da vida real do ouvinte e da sociedade em que está inserido) é fonografia, também não é rádio” (*op. cit.*, p. 5). O conceito, considerado radical pelo próprio autor¹¹, permite delimitar a compreensão do rádio

¹⁰ Dá-se o nome de som a toda vibração mecânica que se propaga num meio elástico, desde que as frequências que a compõe encontrem-se dentro de uma determinada faixa audível de frequências ou de audiofrequências (NEPOMUCENO, 1994, p. 44).

¹¹ Kischinhevsky (2012, p. 44) revela que, em 2008, no congresso nacional da Intercom realizado em Natal, no Rio Grande do Norte, Eduardo Meditsch “reviu sua posição em relação ao tema publicamente, afirmando, por exemplo, que já não podia ter certeza de que a imagem de uma *webcam* no site de uma emissora descaracterizava, de algum modo, a transmissão radiofônica”.

como um meio de comunicação sonoro, invisível e que emite em tempo real, mesmo quando seu conteúdo sonoro utiliza outra forma de transmissão. A noção ainda possibilita diferenciar “uma *Webradio* (em que ouvir só o som basta) de um *site* sobre rádio (que pode incluir transmissão de rádio) ou de um *site* fonográfico” (*Idem, Ibidem*).

Observa-se que a conjugação no meio virtual de diferentes e variadas linguagens expressivas de comunicação assume contornos adjacentes às sonoridades radiofônicas. Trata-se de uma condição inalienável, mesmo quando a emissão sonora deixa a configuração analógica e assume uma nova conformação no ambiente digital. Para Meditsch, o rádio “vai continuar existindo, na era da internet e até depois dela, e vai ser aperfeiçoado pelas novas tecnologias que estão por aí e ainda por vir, sem deixar de ser o que é” (*op. cit.*, pp. 5-6).

Para Ferraretto e Kischinhevsky (2010, p. 1010), o rádio caracteriza-se como “meio de comunicação que transmite, na forma de sons, conteúdos jornalísticos, de serviço, de entretenimento, musicais, educativos e publicitários”. Emprega, para tanto, uma linguagem comunicacional específica que “usa a voz (em especial, na forma da fala), a música, os efeitos sonoros e o silêncio, independentemente do suporte tecnológico ao qual está vinculada” (*Idem, Ibidem*).

Porém, na concepção dos autores, há quem acredite que o meio será engolido pela internet ou se tornará um adendo sonoro na vastidão virtual da internet. Observa-se, com base nessa análise, que o futuro feito presente por decorrência da proliferação das tecnologias digitais e da crescente convergência das mídias tem sido frequentemente usado como justificativa temporal para uma compreensão dúbia e limitada, que foi aplicada inúmeras vezes ao rádio durante suas nove décadas de existência no Brasil.

Prata (2009, p. 13) apresenta dois momentos históricos como marcantes no debate sobre o futuro do rádio. O primeiro aconteceu no início da década de 1950 com as primeiras transmissões de televisão no país. O fascínio despertado pelas imagens, que durante mais de duas décadas possuíam pouca definição e eram captadas pelos aparelhos em *preto e branco*, fez com que o som perdesse a primazia e se tornasse coadjuvante perante os públicos. O rádio, conforme lembra Ortriwano (1985, p. 21), teve que ser reinventado. O primeiro passo foi a redução custos operacionais a partir da intensificação do uso de material gravado e, mais tarde, a opção pelas localidades onde as emissoras estavam instaladas. A estratégia usada para manter cativa a audiência foi intensificar a prestação de serviços de utilidade pública e priorizar a veiculação de noticiários. A especialização, que buscou atender à preferência dos

mais diversos públicos, foi outro caminho escolhido pelo rádio após a chegada da televisão. Mais do que uma tendência, a opção foi responsável por delinear o perfil atual das rádios brasileiras, que se segmentaram em grande número com o propósito de atender uma audiência cada vez mais plural.

O Jornalismo tornou-se um dos segmentos a ganhar maior expressão na história do rádio. Ferraretto (2000, p. 61) explica que a transmissão radiofônica dos conteúdos noticiosos informativos assumiu contornos diferenciados em consequência da adoção, por parte de muitas emissoras, dos modelos denominados pelos norte-americanos como *all news* (voltado exclusivamente à difusão de notícias), *all talk* (no qual predominam a opinião, a entrevista e a conversa) e *talk and news* (em que há uma mescla dos anteriores).

Na avaliação de Prata (2009), a década de 1990 surgiu como o segundo momento crucial para o futuro do rádio por causa da popularização e posterior massificação da internet, que passou gradativamente a ocupar os vários espaços sociais. Novas questões sobre o fim do rádio passaram a surgir, mas em maior profusão, ocupando as mentes daqueles que dedicaram considerável parte de suas vidas a esse meio de comunicação (PRATA, 2009, p. 13). Tal preocupação não ocorre por menos, uma vez que a internet promove a convergência das mídias ao absorver e aglutinar no ciberespaço os conteúdos que anteriormente eram contidos exclusivamente nos suportes tradicionais.

Esse desassossego, como lembra Ferrari (2004, p. 10), foi despertado em teóricos que mantinham posições conservadoras sobre a rede mundial de computadores. Um deles é Nicholas Negroponte que, em 1995, no livro *A vida digital*, imaginava haver, no ano 2000, mais pessoas ocupadas com a internet do que com a televisão que, desde seu aparecimento, monopolizou a atenção e o interesse da sociedade. Imaginava-se, assim, que a comunidade de usuários da internet iria ocupar no futuro o centro da vida cotidiana e sua demografia ficaria “cada vez mais parecida com a do próprio mundo” (NEGROPONTE, 1995). Verifica-se que tal hegemonia ainda não se consolidou, mas seu estabelecimento definitivo soa inevitável.

O crescente acesso à rede mundial de computadores responde, em parte, pelas dúvidas sobre qual será o futuro do rádio e de outros meios de comunicação tradicionais. A UIT¹² revelou logo no prefácio do relatório de 2013 com o título *Mensuração da Sociedade da*

¹² Agência especializada em Tecnologias de Informação e Comunicação, vinculada à Organização das Nações Unidas – ONU¹² (Em Inglês, *International Telecommunication Union – ITU*). Disponível em: <<http://www.itu.int/en/Pages/default.aspx>>. Acesso em: 10 mai. 2014.

Informação (tradução nossa) a estimativa de que 40% da população mundial teria, até o fim daquele ano, acesso *online* à internet. O levantamento revelou ainda que a banda larga móvel tornou-se mais acessível do que a banda larga fixa, o que significa uma internet mais presente em *notebooks*, *tablets* e celulares. O número de assinaturas de banda larga móvel alcançou 2,3 bilhões, com 55% delas realizadas em países em desenvolvimento. As estimativas eram de que, globalmente, a penetração da banda larga móvel chegará a 32% até o final 2014 – quase o dobro da taxa de penetração registrada três anos antes (*op. cit.*, p. 1).

A telefonia móvel tem se tornado a grande responsável por promover o acesso a *Web*. De acordo com o relatório, o planeta registrou até o final de 2013 a marca de 6,8 bilhões de assinaturas de telefonia móvel, sendo que desse total 2,7 bilhões teriam possibilidade de acessar a internet. O número de aparelhos celulares no mundo, de acordo com o relatório, está próximo de alcançar a população da Terra (*op. cit.*, p. 1).

Dentre os usuários, o relatório revela um detalhe importante: 30% dos jovens no mundo são considerados *nativos digitais*. Em 2012 havia cerca de 363 milhões de indivíduos que se encaixavam nesse perfil, o que representava 5,2% de uma população mundial de cerca de 7 bilhões de habitantes. O relatório da UIT informa que esses jovens, com idades entre 15 a 24 anos, têm cinco ou mais anos de experiência *online* (*op. cit.*, p. 20). Eles fazem parte de uma geração que nasceu em meio à vasta disponibilidade de informações rápidas e acessíveis obtidas na *Web* a partir das novas tecnologias digitais.

No Brasil, levantamento apresentado pela *Nielsen Ibope* no primeiro semestre de 2014 revelou que 120 milhões de pessoas tem acesso à internet no país¹³. O número representa mais da metade da população que, de acordo com o IBGE, é estimada em 202,7 milhões de habitantes que residem nos 5.570 municípios brasileiros¹⁴. A pesquisa *Nielsen Ibope* mostrou que 87,9 milhões de pessoas moram em domicílios que dispõem de internet e que um quarto dos usuários ativos em residências utilizam banda larga com capacidade superior a 8 Mb¹⁵.

¹³ O total apresentado na pesquisa considera o acesso à internet em qualquer ambiente, como domicílios, local de trabalho, *lan houses*, escolas, bibliotecas e espaços públicos, entre outros. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/nielsen-pressroom/2014/Numero-de-pessoas-com-acesso-a-internet-no-Brasil-supera-120-milhoes.html>>. Acesso em: 20 Ago. 2014.

¹⁴ Estimativa de agosto de 2014. Disponível em: <<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&idnoticia=2704&busca=1&t=ibge-divulga-estimativas-populacionais-municipios-2014>>. Acesso em 01 de set. 2014.

¹⁵ Unidade de medida de informação que equivale a 1 milhão de bytes.

Do total geral de usuários, o levantamento evidenciou que 21% têm entre 16 a 24 anos, enquanto 22% têm de 25 a 34 anos.

Outro levantamento, dessa promovido pelo *Ibope Media*¹⁶, indicou que a presença dos jovens na internet cresceu 50% entre 2003 e 2013, saltando de 35% para 85%. Desse total, 17% dos jovens vivem nas principais capitais e regiões metropolitanas brasileiras. Eles têm, ao menos, um *tablet* em casa e, entre os que possuem telefone celular, 47% tem um modelo *smartphone*¹⁷. Entre os jovens internautas, 93% dispõem de acesso às redes sociais e 66% veem e fazem *download* de vídeos. No tocante ao consumo de outros meios de comunicação, a pesquisa mostrou que 92% dos jovens assistem televisão, enquanto 68% escutam rádio¹⁸. Esse detalhe permite entender que a mídia tradicional não está fadada ao desaparecimento, mas à reconfiguração e à convergência no ambiente digital.

Constata-se, assim, que a adesão à internet, a migração dos conteúdos elaborados prioritariamente para as mídias tradicionais e a produção de conteúdos específicos para plataformas tecnológicas digitais cada vez mais avançadas não representam o fim desses veículos, mas o início de uma metamorfose que visa atender às exigências de públicos cada vez mais conectados ao ambiente virtual. No âmbito da recepção, esse processo de mutação ocorre de forma gradativa e convergente, como demonstra outro índice, dessa vez da pesquisa *Ibope Media*. De acordo com o levantamento, 61% dos jovens brasileiros dizem que estão habituados a usar simultaneamente mais de um meio de comunicação, promovendo variadas combinações. O acesso aos mais diversos conteúdos dá-se por apenas um aparato digital que permite explorar a convergência das mídias.

O rádio surge nesse contexto de plena consolidação da internet na sociedade como meio de comunicação de inata capacidade convergente, uma vez que ele permite a realização

¹⁶ Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Consumo-da-internet-pelos-jovens-brasileiros-cresce-50-em-dez-anos-aponta-IBOPE-Media.aspx>>. Acesso em: 20 Ago. 2014.

¹⁷ Terminologia equivalente, em Português, a *telefone inteligente*, aplicada a aparelhos de telefonia móvel que tem sistemas operacionais que permitem acesso a *aplicativos* – programas desenvolvidos especificamente para esse segmento. Os *smartphones* atuais tem capacidade para receber sinal *WiFi* e 3 e 4G (*Terceira e quarta gerações de padrões tecnológicos de acesso a telefonia móvel*), facilitando o acesso sem fio à internet.

¹⁸ A pesquisa, analisada a partir das informações do estudo *Target Group Index*, é resultado do projeto youPIX Tank, resultante da parceria entre o Ibope Media, Conecta – unidade de negócios on-line do IBOPE Inteligência – e youPix, plataforma que discute as principais tendências da internet. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Consumo-da-internet-pelos-jovens-brasileiros-cresce-50-em-dez-anos-aponta-IBOPE-Media.aspx>>. Acesso em: 10 Set. 2014.

de várias atividades durante o transcorrer do ato de recepção dos conteúdos sonoros. Essa aptidão, denominada por Ortriwano (1985) de *Autonomia*, ocorre devido aos avanços tecnológicos que reduziram exponencialmente o tamanho e o peso dos aparelhos de recepção, que até 1947 funcionavam à base de válvulas – fato que os tornava enormes, desajeitados e confinados a espaços específicos, como as salas de estar, quartos ou cozinhas. O aparelho ainda pode ser facilmente encontrado nesses locais, mas a tecnologia permitiu que outros ambientes também fossem desbravados.

Com o surgimento do transistor e a utilização de pilhas e baterias, o rádio ficou livre de fios e de tomadas e deixou de ser um meio de recepção coletiva e de mobilidade limitada. As mensagens puderam ser recebidas de forma individualizada, nos mais diferentes ambientes e situações. “Essa característica faz com que o emissor possa falar para toda a sua audiência como se estivesse falando para cada um em particular, dirigindo-se diretamente àquele ouvinte específico” (ORTRIWANO, 1985, p. 81). Na era digital, a mobilidade das audiências foi potencializada e as novas tecnologias são beneficiadas por diversos dispositivos ainda mais avançados e quase microscópicos, como os *chips* de processamento e de memória.

As tecnologias digitais e o fenômeno da convergência das mídias no ambiente virtual não afastaram os *ouvintes/usuários* do rádio, como revelam os números do *Ibope Media*. Ao contrário: eles têm oportunidade de ter acesso digital a um conteúdo que antes era limitado a uma condição técnica analógica ainda vigente e atuando com força no Brasil. O meio, nas décadas que tem à frente, vê despontar a chance de incrementar suas potencialidades com base na utilização extensiva e disseminada das ferramentas multimidiáticas à disposição na internet. O rádio, ao se aproveitar da proximidade e ao estabelecer complementaridade com outras linguagens no ciberespaço, se torna ainda mais presente e atuante, fortalecendo os elos mantidos com a sociedade – uma conexão consolidada ao longo de 90 anos de emissões realizadas no território nacional.

Essa observação respalda-se no apreço demonstrado pela sociedade por um meio de comunicação que, em pleno século XXI, ainda é, na imensidão continental do país, o “único a levar informação para populações de vastas regiões que não tem acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, econômicos e culturais” (ORTRIWANO, 1985, p. 78). A autora chama essa capacidade de *penetração*, uma vez que as ondas *hertzianas* atingem lugares remotos, distantes e desprovidos de outras formas de acesso à comunicação. “Ao mesmo tempo, pode estar nele [no rádio] presente o regionalismo, pois, tendo menor complexidade

tecnológica, permite a existência de emissoras locais, que poderão emitir mensagens mais próximas ao campo de experiência do ouvinte” (*op. cit.*, p. 79).

As transmissões radiofônicas feitas em 2014 durante a Copa do Mundo de Futebol no Brasil comprovam a atualidade das afirmações de Ortriwano (1985). Em pleno sertão de Pernambuco, na região nordeste, dois aparelhos de rádio alimentados por pilhas foram a única tecnologia que os índios Xucurus tiveram para acompanhar os jogos da seleção brasileira e, principalmente, a atuação de um de seus descendentes mais ilustres que, na ocasião fazia parte da equipe: o jogador Paulinho. As partidas foram acompanhadas apenas pelo rádio na aldeia Mãe Maria, “onde não há água encanada, nem energia elétrica, nem sinal de celular” (BERTOLOTTO, 2014).

A localidade, que fica na reserva indígena próxima à cidade de Pesqueira, distante 215 quilômetros da capital pernambucana, Recife. Como ocorreu naquele estado, é possível escutar facilmente, nas mais diversas localidades do Brasil, os sons radiofônicos reverberados pelos mais variados dispositivos de recepção, sejam eles de configuração analógica ou digital. O rádio “volta-se para as necessidades individuais do povo, em diferentes horas do dia, bem em sintonia com a multiplicidade de aparelhos receptores nos quartos, banheiros, cozinhas, carros e – agora – bolsos” (MCLUHAN, 1971, p. 244).

O rádio está presente e integrado à vida das pessoas. É ele que acompanha o pobre carroceiro, alivia a labuta do trabalhador braçal na plantação ou na colheita, acalenta as noites frias do vigilante, mobiliza o operário na fábrica ou na construção, anima os afazeres da doméstica, quebra a rotina do lojista e do administrador de empresas, prende e motiva a atenção do torcedor no estádio de futebol, orienta o motorista nas ruas e estradas, indica o momento político ou econômico ao executivo, presta-se à educação da coletividade e também converge, na *Web*, com outros conteúdos acessados por celulares ou computadores que estão nas mãos de crianças, jovens, adultos ou idosos. O rádio é, no presente, a sintonia do futuro:

O rádio está intrinsecamente integrado ao cotidiano das pessoas, sem limitação de espaço ou de tempo, pois, seja de dia ou de noite, está presente em casa, no trabalho, no trânsito. Ele faz parte, muitas vezes de modo indissociável, do ambiente no qual as pessoas se expressam, seja como protagonista – quando o ouvinte coloca a atenção a ele em primeiro plano – seja como coadjuvante – quando atua em segundo ou terceiro plano, pois as pessoas estão focando sua atenção em outra coisa, mas, mesmo assim, não querem dele prescindir (PIOVESAN, 2004, p. 40).

A riqueza de conteúdos sonoros que cativam diversos segmentos sociais decorre da propagação, pelo rádio, de diversos gêneros¹⁹ que, de acordo com a produção das mensagens são dramáticos, jornalísticos ou musicais; segundo a intenção do emissor apresentam-se como informativos, educativos, de entretenimento, participativos, culturais, religiosos, publicitários e de mobilização social; e conforme a segmentação dos destinatários atendem públicos como o infantil, o juvenil, o feminino, a terceira idade, o sertanejo, o urbano, o sindical, entre outros (VIGIL, 2004, pp. 118- 119). O gênero jornalístico caracteriza-se, no rádio, como um dos mais tradicionais, atuantes e de maior credibilidade, ocupando espaço estratégico nas grades de programação da maioria das emissoras.

O rádio [...] possibilitou a extraordinária expansão do jornalismo oral, que podemos definir como a emissão de informações sobre fatos e ideias correntes, de interesse e de importância, através de programas noticiosos, interpretativos e opinativos, utilizando-se todos os recursos verbais, sonoros e musicais com a finalidade de orientar o homem em sua vida privada e social (LIMA, 1970, p. 63)

Conceituado como um “instrumento que serve para atualizar o público por meio da divulgação, do acompanhamento e da análise dos fatos” (BARBOSA FILHO, 2009, p. 89), o gênero jornalístico radiofônico adapta-se e sofre influência de cada novo contexto em que é inserido, conforme indicou Ortriwano (1998) ao tratar de Jornalismo de natureza substantiva e adjetiva. Tal fato também ocorre na atualidade, mas numa velocidade nunca antes notada, principalmente devido à convergência do rádio com outros meios no ambiente virtual e pelo uso massivo das tecnologias digitais pelos jornalistas e pelos *ouvintes/usuários*.

A rapidez na veiculação da notícia, considerada como a “unidade estrutural mínima da informação radiofônica, concisa, simples e formalmente neutra” (PRADO, 1989, p. 48), somada a capacidade de mobilizar as audiências por intermédio do estímulo sensosocial, fez do rádio o pioneiro no Jornalismo Eletrônico. “O rádio foi o primeiro veículo de comunicação de

¹⁹ Arlindo Machado (2001) avalia que, das teorias que buscam esclarecer o significado de gênero, a formulada por Mikhail Bakhtin é “a mais aberta e adequada ao nosso tempo”, apesar de o autor russo não ter dirigido suas análises para o audiovisual contemporâneo. Fundamentado nas considerações de Bakhtin, Machado conceitua gênero como “uma força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, um certo modo de organizar ideias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificado numa cultura” (*op. cit.*, 2001, p. 68). O autor salienta ainda que o gênero orienta o uso da linguagem no âmbito de um determinado meio, “pois é nele que se manifestam as tendências expressivas mais estáveis e mais organizadas da evolução de um meio, acumuladas ao longo de várias gerações de enunciadores” (*Idem, Ibidem*).

massa a dar instantaneidade à notícia, graças à divulgação dos fatos no exato momento de sua ocorrência” (LIMA, 1970, p. 73).

Os avanços tecnológicos projetados principalmente na década de 1990 permitiram ao rádio informar em volume e agilidade cada vez maiores, empreendendo novos procedimentos de produção agregados às práticas já estabelecidas. Ao convergir com outras expressividades comunicacionais na internet, o rádio foi desafiado a rever as rotinas de produção jornalísticas. Observa-se, nas ações empreendidas por inúmeras emissoras no Brasil e no exterior, que a procura por uma reconfiguração produtiva ocorre de maneira intensa e gradativa, uma vez que é possível dispor, no ambiente virtual, de acesso em tempo real a um número incalculável de fontes, agências de notícias, portais e outros meios *online* (DEL BIANCO, 2004, p. 02).

A imbricação entre *Rádio e Jornalismo*, evidente desde as primeiras transmissões por ondas eletromagnéticas, constituiu o *Radiojornalismo*, conceituado como:

Informação dos fatos correntes, constituídos por meio de relatos radiofônicos que, em decorrência de suas características, são interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum (MALULY, 2013, p. 26).

Tal conceito, formulado a partir da discussão sobre as características relacionadas ao rádio e as premissas do Jornalismo²⁰, transcende o contexto analógico para colocar-se frente às transformações geradas pela era digital. Essa transição vivenciada pelo rádio acentuou-se a partir da década de 1990 em consequência da multiplicação, na internet, de *sites* criados pelas emissoras convencionais que migraram os conteúdos sonoros para o ambiente virtual. Mais tarde vieram outros modelos também virtuais, como as *Webrádios*, que mostraram uma nova realidade marcada pelo estabelecimento da convergência de sons, imagens, vídeos e textos.

Na internet, a hipertextualidade ainda permitiu que os *ouvintes/usuários* fizessem interligação e aprofundamento dos assuntos com o uso de hipervínculos – *os links*. Na atualidade, as transformações tornam-se ainda mais significativas, revelando um Radiojornalismo que procura consolidar uma conformação na internet. Fazem parte dessas mudanças – que estão em pleno curso na maioria das rádios brasileiras – à ampliação do processo de interação com os *ouvintes/usuários* por intermédio das redes sociais, bem como o

²⁰ A formulação conceitual proposta por Maluly (2013) baseia-se, principalmente, no pensamento expresso nas obras *Iniciação à filosofia do jornalismo*, de Luiz Beltrão (1992), e *Princípios e técnica em Radijornalismo*, de Zita de Andrade Lima (1990).

oferecimento de conteúdos sonoros exclusivos e diferenciados que convergem com outras expressividades na *Web*.

Nesse cenário, no qual o *fazer jornalístico no rádio* submete-se a uma reconfiguração de grande abrangência, insere-se também a formação universitária, que tem a missão de capacitar profissionais críticos, socialmente comprometidos e preparados para atuar em meios de comunicação que passam por transformações profundas, contínuas e sem volta. No tocante ao Radiojornalismo, o preparo de profissionais plenamente aptos a encarar os desafios futuros apresentados no presente exige, dos docentes, constante reavaliação e atualização dos conteúdos ministrados nas salas de aula e nos laboratórios. Compreender o fenômeno da convergência das mídias e sua relação com o Radiojornalismo apresenta-se, também, como uma condição necessária para a aderência do ensino à realidade.

O futuro hoje: a formação em Radiojornalismo na era da convergência das mídias surge do repensar sobre a capacitação, no presente, de jornalistas que atuarão em um novo rádio que está inserido em uma realidade marcada pela disseminação das tecnologias digitais e pela convergência das mídias no ambiente virtual. Ao considerar a afirmação de Cury e Barbosa (2012, p. 82) de que “o futuro do Jornalismo passa menos pela mídia que vai publicar o acontecimento e mais pela formação de profissionais, especialmente na universidade, para que estes aprendam as novas linguagens e saibam produzir notícias para a chamada era digital”, relato, a seguir, os fatores que motivaram o surgimento deste trabalho.

Minha chegada à USP foi motivada pela busca por subsídios que pudessem aprimorar as atividades que desenvolvo, desde 1996, na disciplina *Radiojornalismo*, no Departamento de Comunicação Social da UNITAU. Ao ingressar, em 2011, no programa de Pós-graduação da ECA/USP como Doutorando em Ciências da Comunicação (área de estudos Interfaces Sociais da Comunicação, linha de pesquisa Comunicação e Educação), motivado por minha orientadora profa. Dra. Lucilene Cury, observei a possibilidade de estudar a formação em Radiojornalismo no contexto atual das tecnologias digitais e da convergência das mídias. A participação nas disciplinas do programa de Pós-graduação da ECA/USP, o envolvimento em congressos e simpósios e a elaboração e publicação de artigos relacionados ao tema escolhido contribuíram de maneira decisiva para a estruturação deste trabalho.

A busca por um novo repensar sobre a formação em Radiojornalismo levou-me para o *além mar*. Entre setembro a outubro de 2013 tive a oportunidade de conhecer a formação em Radiojornalismo em Portugal, país que oferece um ensino de peculiaridades específicas, mas

que tem semelhanças com a educação aplicada no Brasil no campo da Comunicação. A pesquisa desenvolvida na FCSH/UNL, sob a orientação do Prof. Dr. Francisco Rui Cádima, coordenador do Departamento de Ciências da Comunicação da UNL e vice-presidente do CIMJ, buscou compreender a relação entre o Radiojornalismo e a convergência das mídias, bem como as práticas relacionadas à inserção das tecnologias digitais nesse processo de formação. O fato de integrar o grupo de pesquisa *Cibernética Pedagógica* – Laboratório de Linguagens Digitais da ECA/USP, que mantém cooperação com a UNL por intermédio de convênio firmado entre as duas Universidades, bem como a obtenção de recursos financeiros do Programa de Bolsas de Mobilidade Internacional Santander, permitiram acompanhar as atividades do curso de Licenciatura e de Mestrado em Ciências da Comunicação da FCSH.

Dediquei atenção especial à disciplina *Atelier de Jornalismo Radiofônico*, ministrada pelo Prof. Dr. Pedro Coelho. A busca por referenciais bibliográficos no acervo da biblioteca da UNL e do CIMJ e a participação em congressos e palestras que trataram dos rumos do Jornalismo na era digital foram ações que ajudaram a ampliar as reflexões. Mediante o propósito mencionado, os trabalhos empreendidos e os referenciais prospectados, consolidou-se o problema doravante observado, que questiona se a formação em Radiojornalismo oferece um ensino contextualizado à convergência das mídias no ambiente virtual.

Como hipótese principal tem-se o entendimento da existência do distanciamento entre a formação em Radiojornalismo e a convergência das mídias. A possível falta de aderência do ensino resultaria da defasagem de abordagens integrando as ações midiáticas convergentes que ocorrem no ambiente digital às ações teóricas e práticas da disciplina, que teria como preocupação a priorização de um modelo de formação que dá ênfase ao rádio tradicional. Torna-se permitido afirmar, consequentemente, que os alunos são preparados para atuar prioritariamente em emissoras de perfil analógico, enquanto o modelo digital permanece pouco explorado. Por fim, considera-se como hipótese que a limitação no processo de formação em Radiojornalismo ocorre pela ausência de estratégias que ressaltem a urgência da inserção, na disciplina, de temas relativos à convergência midiática no ciberespaço.

Como modelo metodológico adotou-se estudo bibliográfico para compreensão do atual momento do Radiojornalismo, tanto no âmbito profissional como no acadêmico. Outra ação dedicou-se à análise da convergência das mídias e sua categorização na *nova era* com o propósito de entender a relação desse fenômeno com as tecnologias digitais e os meios de comunicação tradicionais. Fez-se ainda resgate histórico referente ao *Rádio*, ao *Jornalismo* e ao *Radiojornalismo*, com a intenção de analisar o processo evolutivo e a consolidação desses

segmentos na contemporaneidade. A etapa seguinte baseou-se em estudo de casos com o propósito de verificar planos de ensino e suas aplicações teórico/práticas em disciplinas relacionadas à formação em Radiojornalismo. Como recorte, foram escolhidas disciplinas oferecidas por dois cursos de jornalismo: um brasileiro – oferecido pelo CJE da ECA/USP, e outro português – da FCSH/UNL. O critério de validação observou o fato de que ambos os cursos, bem como as instituições que os oferecem, mantêm posições internacionais de destaque e ocupam as primeiras colocações em seus respectivos países. O intuito foi verificar as estratégias usadas, nas amostras do Brasil e de Portugal, no sentido de incluir a convergência das mídias no processo de formação em Radiojornalismo. Por fim, buscou-se uma reflexão à luz da interface Comunicação/Educação sobre a formação em Radiojornalismo no contexto da convergência das mídias.

A tese foi organizada em cinco capítulos com o intuito de articular as considerações apresentadas até o momento. Buscou-se, assim, a seguinte divisão:

O capítulo 1 – *Convergência das mídias: a nova revolução* – trata do estabelecimento de um fenômeno que vai além da aglutinação de meios em uma determinada ambiência ou condição. Expõe-se, pela reflexão teórica, a busca pela compreensão do estabelecimento e das tipificações da *Convergência* para, em seguida, empreender análise sobre o Radiojornalismo no contexto convergente das mídias a partir do emprego das tecnologias digitais.

O capítulo 2 – *O rádio hoje: aspectos de um meio em evolução* – mostra o atual momento desse meio de comunicação no Brasil. Pesquisas recentes apoiam a formação de um perfil das emissoras, do mercado no qual elas estão inseridas e das audiências. A evolução histórica do rádio serviu de caminho para traçar um panorama do meio na atualidade e sua configuração nos segmentos comercial, comunitário e educativo. A análise prossegue a partir da compreensão do atual momento das *Webrádios* e da transição tecnológica pelo qual passam as formas convencionais de transmissão e recepção de rádio.

O capítulo 3 – *A formação em radiojornalismo: o caso brasileiro* – analisa, mediante estudos bibliográficos e de depoimentos, a formação em Radiojornalismo no Brasil. Fez-se um esboço atual desse segmento a partir da análise de ações efetivadas em Instituições de Ensino Superior para, em seguida, apresentar um quadro histórico que revela a evolução dos currículos dos cursos de Jornalismo no país. À frente, empreendeu-se estudo de caso que tem como referencial a disciplina *Radiojornalismo* oferecida pelo curso de Jornalismo do CJE da

ECA/USP, com o intuito de verificar o tratamento dispensado, nas atividades teórico/práticas, à convergência das mídias.

O capítulo 4 – *A formação em Radiojornalismo: a experiência portuguesa* – expõe a evolução histórica da formação em Jornalismo em Portugal, a qualificação específica para o rádio e o atual momento do ensino naquele país. Empreendeu-se, a partir da análise dos planos de ensino superior, a compreensão das estratégias empregadas na formação em Radiojornalismo para, em seguida, apresentar a efetivação dessas ações por intermédio de estudo de caso realizado no curso de Ciências da Comunicação da FCSH/UNL.

O capítulo 5 – *Contribuições da Interface Comunicação/Educação para a formação em Radiojornalismo* propõe um novo olhar sobre o processo educacional que envolve um segmento específico do Jornalismo. Para tanto, empregam-se conceitos referentes à interface Comunicação/Educação.

Este trabalho é encerrado pelas considerações finais e referências.

CAPÍTULO I

CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS: A NOVA REVOLUÇÃO

Hoje não há como falar de *Rádio* e de *Jornalismo* sem tratar da *Convergência das Mídias*, fenômeno que tem obtido projeção por conta dos benefícios gerados pelas novas tecnologias que, desde o final do século passado, tem levado os meios de comunicação a buscarem novas formas de configuração não somente nas práticas de captação e de produção da notícia, mas também nas estratégias de transmissão dos conteúdos. A internet, presente em suportes que ganham continuamente qualidade, sofisticação e agilidade, aproximou mídias antes separadas por suportes analógicos, estáticos e divergentes. A *web* fez com que o rádio, a televisão e os impressos migrassem para a versatilidade do ambiente digital onde convergem conteúdos e linguagens diversas, alterando de maneira significativa modelos de negócio e interesses, sejam eles individuais ou coletivos.

Se, no passado, a tecnologia que fez surgir o rádio causou fascínio às pessoas que ouviam atentamente sons emitidos por um aparelho abrigado numa caixa de madeira, hoje os novos artefatos tecnológicos seduzem a sociedade pela versatilidade e acesso a um universo de possibilidades antes possíveis apenas nos contos ficcionais. Computadores, *tablets* e *smartphones* são objetos tão desejados na atualidade como eram os rádios modelo *capela* nos anos 1940 ou os antigos televisores que transmitiram as primeiras imagens em cores em meados da década de 1970. Dentre os motivos que podem ser elencados para justificar a atração pelos novos aparatos há um que se revela essencial: a capacidade que as tecnologias digitais têm de envolver os indivíduos, que deixaram a condição de receptores passivos de informação para se transformarem em agentes ativos no processo comunicacional.

O rádio, como as outras mídias, adapta-se às mudanças geradas pela disseminação das tecnologias digitais e a consequente amplificação do fenômeno da convergência midiática. Inicialmente, essa adequação ocorreu com a transposição dos conteúdos sonoros para o ambiente digital. Agora, o rádio empreende estratégias para se beneficiar da interatividade das redes sociais e da polivalência dos aplicativos destinados à telefonia móvel, que transformam ouvintes em falantes que participam da construção das informações em tempo real (OROZCO GOMES, 2010).

O Jornalismo também passa por novas configurações que vão além do propósito de atender a conveniências mercadológicas, mas que se aproximam da busca pela qualidade,

pluralidade, agilidade, penetração, credibilidade e eficiência sem, entretanto, distanciar-se de sua responsabilidade e interesse social. Para o *Rádio* e o *Jornalismo* tudo está em construção, fato que permite afirmar que os modelos antes responsáveis por determinar os caminhos percorridos necessitam de reformulação. A convergência insere-se nessa realidade como um novo terreno a ser desbravado – fato possível por conta das novas tecnologias que dão acesso aos confins da internet.

Este capítulo tratará, à luz da reflexão teórica, da relação estabelecida no presente entre *Convergência das Mídias, Rádio e Jornalismo*. Outro foco é compreender como o Radiojornalismo é inserido nesse contexto e de que forma ele tem se reconfigurado na *nova era*, com vistas a preparar-se à trajetória que se desenha rumo ao futuro.

1.1 O fenômeno da convergência

A palavra *Convergência* tem sido usada, desde as últimas décadas do século passado, de maneira quase indiscriminada, dando a falsa impressão de tratar-se de um neologismo. Porém, a aplicação desse termo não constitui uma novidade. Moreno (2009) relata que, nas Ciências Humanas, um dos primeiros registros da expressão *Convergência* pode ser conferido no livro “*Physico-Theology: or a demonstration of the Being and Attributes of God, from his works of Creation*”, do clérigo anglicano e filósofo inglês William Derham. Escrita em 1731, a obra associava as palavras *convergência* e *divergência* ao estudo fisiológico dos olhos de várias espécies animais e as relacionava a capacidade de ajuste da visão ao ambiente. Na área das Ciências Exatas, o vocábulo foi usado em 1841 pelo matemático alemão Karl Weierstrass, seguido por outros pesquisadores como Stokes (1847), Von Seidel (1848) e Cauchy (1853). No campo da Biologia, Charles Darwin igualmente empregou o léxico na obra *On the Origin of Species by Means of Natural Selection, or the Preservation of Favoured Races in the Struggle for Life*, de 1859, onde relacionou a *convergência* e a *divergência* à evolução das espécies (*op. cit.*, p. 15).

Nos dicionários da Língua Portuguesa²¹, o verbo *Convergir* – do qual se origina o substantivo feminino *Convergência* – detém como significado essencial o conceito de algo

²¹ Utilizam-se aqui as conceituações apresentadas pelo Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa (CUNHA, 2013) e pelos dicionários *online* Priberam da Língua Portuguesa, Aulete, Houaiss e Michaelis.

que se dirige para um ponto ou concorre ao mesmo lugar, tende para um mesmo objetivo ou que se junta a algo ou alguma coisa para um fim único ou comum. Há implícita nessa palavra vinda do latim *Convergére* a ideia de processo de aproximação gradual e compartilhamento de direções, de tendências e de propósitos. Entretanto, é essencial observar que esse significado lexical não deve ser limitado à noção de união de duas ou mais coisas em um determinado espaço/tempo, principalmente se o foco analítico envolver a *Convergência das Mídias*. Obras recentes que conceituam a convergência no campo da Comunicação mostram que a visão necessita ser ampliada. Na segunda edição do *Dicionário da Comunicação* (2014) o verbete *convergência* tem a seguinte descrição terminológica:

Aproximação dos setores de produção de conteúdo comunicacional (televisão, cinema, rádio), distribuição (telecomunicações) e tecnologias da informação, permitindo que textos, sons e imagens possam ser transmitidos, manipulados e armazenados em diversos sistemas integrados (*op. cit.*, p. 118).

A obra ainda indica tipificações, sendo a *convergência tecnológica de equipamentos* indicada como a de viés mais explorado. Porém, o verbete também é relacionado a *mercados de consumo, modos de produção, modos de consumo, modos de distribuição, práticas de regulação, modos de financiamento e de fim econômico*. “Cada uma dessas formas de convergência tem um rol específico de delimitações econômicas, políticas e tecnológicas, assim como de impactos sociais, políticos, econômicos e culturais” (*op. cit.*, p. 119).

Na *Enciclopedia Intercom de Comunicação* (2010), o significado de *convergência* é também considerado mais amplo por relacionar Comunicação Social e Telecomunicações. Indica-se na obra que a ocorrência do fenômeno não se dá apenas no aspecto tecnológico, mas em termos regulatórios e econômicos, especialmente pela ação estratégica de empresas que percebem oportunidades em novos serviços ou áreas para atuação. “A possibilidade de convergência resulta de um processo de tentativa com logros e falhas, com experiências técnicas e grandes aquisições, e não como uma existência mágica e inevitável da existência da tecnologia digital” (*op. cit.*, p. 334).

Nos estudos relacionados à Comunicação, o conceito de *convergência* ganhou contornos particulares a partir dos estudos de McLuhan. Em 1964, na obra *Understanding Media: The Extension of Man*²², o pesquisador canadense tratou da combinação e do

²² No Brasil, o livro recebeu o título *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. Atualmente, a obra encontra-se em sua 17ª edição.

reprocessamento dos meios de comunicação que viviam àquilo que ele denominou de *era eletrônica*, marcada principalmente pelo apogeu do rádio e da televisão. No capítulo três, que tem por título a expressão *o meio é a mensagem*, McLuhan diz que “toda tecnologia gradualmente cria um ambiente humano novo. Ambientes não são envoltórios passivos, mas processos ativos” (*op. cit.*, p. 10).

O cenário apresentado é composto por conteúdos do velho ambiente mecanizado da era industrial que foram reprocessados de forma radical, ao ponto de serem reconfigurados. Na concepção de McLuhan, o cinema – *o velho ambiente* – é reprocessado pela televisão – *o novo ambiente* – pois o “conteúdo da TV é o cinema”. Devido a essa condição de viés convergente que associa o *novo* ao *velho*, o meio torna-se determinante no processo comunicacional não apenas por constituir uma forma de transmissão, mas de determinação dos conteúdos, uma vez que atribui à mensagem “a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas” (*Ibidem*). Na *Web*, a *convergência* representa a própria essência de uma rede planetária que dispõe, em um único ambiente virtual, de incontáveis expressividades comunicacionais que, antes, eram mantidas distantes ou isoladas em aparatos estanques – os chamados *veículos tradicionais de comunicação*: jornais, revistas, rádio e televisão.

A *Convergência das Mídias* ocorre no espaço digital, ou seja, cada meio compartilha um mesmo ambiente onde as mais diversificadas formas de conteúdo não apenas são criadas, reprocessadas ou aglutinadas, mas também são levadas a estabelecer ligações *para* e *com* os indivíduos, que se tornam agentes atuantes e essenciais no processo de coprodução e disseminação do que está disponível *online*. Forma-se um sistema colaborativo contínuo, que se expande de maneira imensurável.

As tecnologias digitais, ao proporcionarem uma imensurável gama de operações, potencializam e ampliam exponencialmente a complexidade desse processo comunicacional. Tudo acontece a partir de dispositivos portáteis cada vez mais sofisticados, como os aparelhos de telefonia celular móvel, que inicialmente foram criados com o propósito de oferecer mobilidade nos atos de recepção e de transmissão de chamadas telefônicas, mas que hoje igualmente oferecem estruturas tecnológicas e possibilidades funcionais multimidiáticas que permitem produzir, receber e enviar textos, imagens, arquivos em áudio e em vídeo, acessar games e redes sociais, dentre uma infinidade de outras ações.

Desde o advento da internet, ampliam-se as relações entre a mídia e a sociedade, o que têm popularizado outro termo que também é destaque nos estudos relativos ao ambiente digital: a *interatividade*, entendida como “possibilidade de atuação mútua, reversibilidade entre dois polos envolvidos em um ato comunicacional, geralmente designados emissor e receptor” (MACIEL, 2009, p. 13). A interatividade, de acordo com a autora, constitui-se como atributo de toda a ação discursiva, sendo também uma característica intrínseca do rádio²³, que “não depende exclusivamente dos aparatos tecnológicos para se efetivar. Eles servem para facilitá-la e torná-la mais explícita, trazê-la para o plano concreto, do *audível*” (*op. cit.*, p. 210).

A interação se estabelece como “um componente do processo de comunicação, de construção de sentido e que faz parte de todo ato de linguagem” (BRAIT, 1999, p. 194), não se caracterizando como relação de ação-reação circunscrita entre emissores ativos e receptores passivos, mas construída pelo efetivo e linear estabelecimento de ações integradas envolvendo indivíduos que têm aumentadas as chances de envolvimento e diálogo. A interação promove um jogo de subjetividades e de representações “em que o conhecimento se dá através de um processo de negociação, de trocas, de normas partilhadas, de concessões” (*Idem, Ibidem*).

A interatividade estabelecida numa relação comunicacional mediada e amplificada pelas novas tecnologias decorre do fato de a internet configurar-se como efetivo um canal de comunicação plural, interativo e horizontal, tanto de *um para um* quanto de *um para muitos*. O meio virtual detém um potencial extraordinário para fins de expressão dos direitos de cada indivíduo e da comunicação dos valores humanos, capacidade que insere esses seres em uma *ágora pública* onde é permitido expressar inquietações e opiniões, bem como compartilhar conhecimento (CASTELLS, 2003, p.129-162).

Nas últimas quatro décadas, o termo *convergência* assumiu configurações distintas e de maior amplitude quando analisado nessa ambiência de interações sociais virtuais que são expandidas por transformações geradas pelo desenvolvimento tecnológico e apogeu de novos meios digitais. Um dos conceitos de convergência mais citado na atualidade foi descrito, em 2006, por Henry Jenkins, ex-diretor do Programa de Estudos de Mídia Comparada do MIT e

²³ A interatividade soma-se às características clássicas do rádio indicadas por Ortriwano (1985, pp. 78-81): linguagem oral, penetração, mobilidade, mobilidade (para o emissor e receptor), baixo custo, imediatismo, instantaneidade, sensorialidade e autonomia. Torna-se oportuno observar que o meio detém outras distinções que, na era digital, são potencializadas pelas tecnologias digitais e a convergência com outras mídias, como a capacidade de proporcionar condições de convivência e integração entre os indiv

professor de Comunicação, Jornalismo e de Artes Cinematográficas na *University of Southern California*²⁴, Estados Unidos. É dele a seguinte compreensão expressa no livro *Cultura da Convergência* (2006):

Convergência: palavra que define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura. Algumas das ideias comuns expressas por este termo incluem o fluxo de conteúdos através de vários suportes midiáticos, a cooperação entre as múltiplas indústrias midiáticas, a busca de novas estruturas de financiamento das mídias que recaiam sobre os interstícios entre antigas e novas mídias, e o comportamento migratório da audiência, que vai a quase qualquer lugar em busca das experiências de entretenimento que deseja. Talvez, num conceito mais amplo, a convergência se refira a uma situação em que múltiplos sistemas midiáticos coexistem e em que o conteúdo passa por eles fluidamente. Convergência é entendida aqui como um processo contínuo ou uma série contínua de interstícios entre diferentes sistemas midiáticos, não uma relação fixa (JENKINS, 2006, p. 332-333).

Compreende-se que *convergência*, de acordo com Jenkins, opõe-se ao conceito que a caracteriza como processo tecnológico responsável por unir múltiplas funções dentro de um determinado aparelho ou equipamento. A convergência formata-se como estimuladora de uma ampla transformação cultural na medida em que os indivíduos, ao incorporarem o papel de consumidores, são incentivados a buscar novas informações e a estabelecer interações com outras pessoas e conteúdos, em meio às mais diversos conteúdos midiáticos disponíveis no ciberespaço. *Ouvintes/usuários*, telespectadores, leitores e internautas vinculam-se a um processo coletivo de consumo, baseado nas interações diárias ocorridas dentro de uma cultura participativa e convergente. A efetiva participação desses indivíduos torna-se essencial para a circulação dos conteúdos nos múltiplos sistemas midiáticos (*loc. cit.* p. 27-28).

A cultura da convergência estrutura-se socialmente, qualificando-se como estratégia multitarefa de consumidores que navegam conectados entre diferentes dispositivos de informação. Trata-se de uma transformação tanto na forma de produzir quanto na maneira de consumir a mídia, uma vez que a convergência é construída, na visão de Jenkins, no cérebro de cada consumidor e em suas interações sociais com outras pessoas. Devido às ferramentas de produção, de arquivamento, de apropriação e de circulação de conteúdos disponíveis na *Web*, cada indivíduo forma e estabelece suas convicções mediante fragmentos extraídos do fluxo midiático que são transformados em novos recursos a serem agregados aos produzidos

²⁴ Disponível em: <<http://henryjenkins.org/>>. Acesso em: 10 Jun. 2013.

por outros consumidores. Constitui-se, assim, uma cultura participativa que concentra, numa mesma ambiência de virtualidades, caracterizações humanas que se somam às demais.

Ao citar Pierre Lévy (2007), Jenkins declara que o processo coletivo de consumo é estabelecido como consequência de uma *inteligência coletiva* que pode se transformar numa fonte alternativa de poder midiático quando associa os recursos e une as habilidades e competências humanas. Esse processo de desenvolvimento ocorre gradativamente a partir do uso cotidiano das interações sociais dentro da cultura da convergência. Nota-se que, com a internet, os consumidores antes compreendidos como passivos, previsíveis, isolados e silenciosos, tornam-se sujeitos que são ativos, migratórios, conectados e ruidosos, influenciando decisivamente naquilo que circula pelo ambiente virtual.

Forma-se um público que alterou a maneira de consumir informação e que não encontra obstáculos que os impeçam de vivenciar novas experiências propiciadas pelas tecnologias digitais. A convergência das mídias promove a intersecção entre essas audiências e os conteúdos informativos, as tecnologias e a indústria midiática, essa última também submetida a uma reconfiguração, mas em seus processos de produção e distribuição dos produtos comunicacionais. Torna-se decorrente dessa circunstância a busca por novas estratégias que atendam às expectativas e desejos de um público cada vez mais disperso.

A autoria da formulação do primeiro conceito de convergência relacionado aos meios de comunicação no contexto das novas tecnologias é conferida por Jenkins ao cientista político e docente do MIT, Ithiel de Sola Pool²⁵. Em 1983, no livro *Technologies of Freedom*, Poll usa a palavra *convergência* para descrever as transformações sofridas na indústria midiática devido às várias inovações tecnológicas que surgiram principalmente durante as duas últimas décadas do século passado.

Pool, considerado por Henry Jenkins como o *profeta da convergência*, salientava em sua obra que a relação *um a um* existente entre um meio de comunicação e seu uso pelos indivíduos estava sendo corroída por uma nova possibilidade de disponibilização, por um único meio, dos vários serviços de comunicação que eram oferecidos separadamente pela radiodifusão, imprensa ou telefonia. O pesquisador acreditava que os meios de comunicação fomentam a liberdade quando são dispersos, descentralizados e facilmente disponíveis, como ocorre na internet, ao contrário do poder centralizador estabelecido pelas grandes redes, onde a mídia é concentrada, monopolizada e escassa (POOL, 1983, p. 23). Um dos prenúncios feito

²⁵ Disponível em: <http://web.mit.edu/m-i-t/profiles/profile_ithiel.html>. Acesso em: 10 Jun. 2013.

pelo autor foi a interligação dessas redes, antes separadas por motivos geopolíticos. Para ele, as redes são formadas sobre outras redes, criando pirâmides que oferecem aos indivíduos não apenas conteúdos, mas toda a espécie de funções e de serviços. “Através delas [as redes] serão publicadas ou entregues ao público uma variedade de coisas: filmes, música, dinheiro, educação, notícias, reuniões, dados científicos, manuscritos, petições e editoriais” (*op. cit.* p. 277, tradução nossa).

O conceito de convergência como fenômeno que vincula as diversas tecnologias de comunicação no ambiente digital é imputado por Jenkins ao professor e diretor do Laboratório de Mídia do MIT, Nicholas Negroponte²⁶, que, desde 1979, ressaltava em palestras que as tecnologias comunicacionais sofriam uma espécie de *metamorfose conjunta* que apenas seria compreendida adequadamente se fosse tratada como um único assunto. Para exemplificar a metamorfose, o pesquisador apresentava três círculos sobrepostos que eram rotulados por *televisão e cinema*, *computadores* e *grupos gráficos e editoriais*.

Em janeiro de 1995, o docente descreveu em na obra *Being Digital*²⁷ como seria o desenvolvimento dos meios interativos e fez projeções a respeito da inserção da sociedade do futuro em um contexto marcado pela *digitalização*, onde as relações existentes no mundo contemporâneo decorreriam da inserção do digital no cotidiano social, gerando mudanças significativas nas relações humanas por conta do papel mediador da tecnologia.

Para Negroponte, a *digitalização* transforma *átomos em bits*, ou seja, converte o que é material em um elemento de conformação virtual que, devido às novas tecnologias, flui por vários canais diferentes e assume formas distintas nos pontos de recepção. Essa metamorfose não se refere apenas ao desenvolvimento e a convergência material dos aparatos ou sistemas tecnológicos, mas especialmente a alteração dos hábitos e condutas sociais estabelecidas a partir do momento em que as pessoas se apropriam dos novos recursos que se tornam continuamente disponíveis (JENKINS, 2006, p. 30).

Moreno (2009), ao analisar o conceito formulado por Negroponte, aponta para mudanças que causaram a descentralização dos negócios das grandes empresas de comunicação que perceberam, como promissora, a distribuição dos conteúdos por intermédio de vários canais, em vez de usar único suporte midiático. Esse modelo de convergência das

²⁶ Disponível em: <<http://web.media.mit.edu/~nicholas/>>. Acesso em: 10 Jun. 2013.

²⁷ A obra foi traduzida para a Língua Portuguesa com o título *A vida Digital*, sendo editada no Brasil pela Companhia das Letras também em 1995.

mídias baseia-se também em três círculos sobrepostos em intersecção, que representam as indústrias dos meios eletrônicos (televisão, rádio e cinema), dos meios impressos (jornais, revistas) e dos computadores (tecnologias digitais). Inicialmente, a área de intersecção era menor e representava o fenômeno convergente da *digitalização* comum à mídia.

Gradativamente o espaço tornou-se maior devido à proliferação das novas tecnologias digitais e por conta do processo de evolução comunicacional deflagrado pela internet, que se estabeleceu como plataforma capaz de convergir os conteúdos digitais de diversas indústrias de mídia, disponibilizados por intermédio de *browsers*²⁸ e de outros dispositivos. A iminência de uma da sobreposição desses círculos motiva o surgimento de questões ainda sem resposta definitiva e que já foram compreendidas como especulação, como a diluição dos meios de comunicação “no éter da internet, que se tornaria uma nova indústria de conteúdos digitais” (*op. cit.*, p. 17, tradução nossa).

As percepções de Negroponte são avaliadas de outro ângulo por Roger Fidler (1997), que considera a convergência como um dos três conceitos formadores da *Midiamorfose*, uma forma de transformação dos meios de comunicação resultante da interação entre necessidades percebidas, pressões políticas e de competência e inovações sociais e tecnológicas. Para o pesquisador, o aparecimento de uma tecnologia midiática não substitui a anterior, mas faz com que ocorra uma readaptação ao cenário tecnológico. Essa mutação não acontece de maneira instantânea devido à coevolução e coexistência dos novos meios, que não surgem espontaneamente, mas emergem gradualmente da metamorfose dos meios existentes.

Fidler não categoriza sua *Midiamorfose* como teoria, mas como forma unificada de pensar a evolução tecnológica dos meios de comunicação. Ele considera ainda que os meios não devem ser vistos de maneira individualizada, mas como participantes de um sistema interdependente onde podem ser observadas relações existentes entre as formas do passado, do presente e as emergentes (*op. cit.*, p. 23).

O estabelecimento de uma linguagem digital decorrente da ação de aparatos tecnológicos que mediam à comunicação entre indivíduos é indicado por Fidler como a *Terceira Grande Midiamorfose*, precedida na história do desenvolvimento da comunicação humana apenas pela fala e a escrita. Essa nova fase, que aglutina texto, imagem e som no espaço virtual estaria apenas em seu início e, segundo o pesquisador, ainda há muito a ser potencializado.

²⁸ Programa desenvolvido para permitir a navegação pela *Web*.

Dentre os termos linguísticos correlatos à aglutinação como mistura, troca, fusão, mescla, combinação, câmbios, diálogos, dentre outros, destaca-se ainda a *hibridação* ou *hibridização*. Canclini (2000), ao tratar da questão da modernidade na América Latina, aponta a formação de uma cultura híbrida que se manifesta em diversas esferas sociais e culturais, numa incontável variedade de situações. Esse processo, de acordo com o autor, altera a percepção da sociedade que não observa mais práticas distintas, mas heterogêneas.

Assim como não funciona a oposição abrupta entre o tradicional e o moderno, o culto, o popular e o massivo não estão onde estamos habituados encontrá-los. É necessário demolir essa divisão em três pavimentos, essa concepção em camadas do mundo da cultura e averiguar se sua hibridização pode ser lida com as ferramentas das disciplinas que os estudam separadamente: a história da arte e a literatura que se ocupam do “culto”; folclore e a antropologia, consagrados ao popular; os trabalhos sobre comunicação, especializados na cultura massiva. Precisamos de ciências sociais nômades, capazes de circular pelas escadas que ligam esses pavimentos. Ou melhor: que redesenhem esses planos e comuniquem os níveis horizontalmente (CANCLINI, 2000, p. 19).

A ideia de hibridação também surge implícita nas ponderações de McLuhan (1974), que compreendia a palavra falada como agregadora de outros elementos. “Ao falar, tendemos a reagir a cada situação, seguindo o tom e o gesto até de nosso próprio ato de falar” (*op. cit.*, p. 97). O ato comunicacional, segundo o autor, ganha amplificação quando é integrado a uma determinada conformação tecnológica, como a radiodifusão. “Se o ouvido humano pode ser comparado ao receptor de rádio, capaz de decodificar as ondas eletromagnéticas e recodificá-las em som, a voz humana pode ser comparada ao transistor do rádio, ao traduzir o som em ondas eletromagnéticas” (*Idem, Idibem*).

As novas tecnologias que despontaram na década de 1960 eram vistas por McLuhan como integradoras de linguagens, condição que hoje se estabelece como realidade concreta devido à convergência das mídias que é estabelecida pela rede mundial de computadores.

Os computadores parecem prometer os meios de se poder traduzir qualquer língua em qualquer outra, qualquer código em outro código – e instantaneamente. Em suma, o computador, pela tecnologia, anuncia o advento de uma condição pentecostal de compreensão e unidade universais (MCLUHAN, 1974, pp. 98-99).

O conceito de McLuhan (1974) de que cada nova tecnologia cria uma nova ambiência onde as tecnologias anteriores são reprocessadas, adaptadas e recondicionadas a uma nova situação encontra ressonância nas considerações propostas por Bolter e Grusin (1999, p. 45),

que consideram a existência de uma *remodelação* ou *remediação* das mídias, processo pelo qual um meio anterior é reformulado mediante ação ou existência de outro, mais ativo e atual. Não há destruição do meio que foi reformulado, mas sua adequação a uma nova condição. O novo meio advindo desse processo poderá, conseqüentemente, influenciar alterações em meios anteriores não afetados, como se um desencadeamento cíclico fosse estabelecido. Na concepção dos autores, a remediação define a nova mídia vigente, que se molda aos contornos do ambiente digital.

A convergência é remediação com outro nome. A internet molda a televisão, como a televisão molda a internet [...]. A convergência é a remediação mútua de, pelo menos, três tecnologias importantes: telefonia, televisão e computador - cada um dos quais é um híbrido técnico, social e econômico, sendo que cada um dos quais oferece seu próprio caminho para o imediatismo (BOLTER e GRUSIN, 1999, p. 224 – tradução nossa).

Os aspectos convergentes presentes às concepções apresentadas também podem ser identificados no *princípio do desenvolvimento pendular* mencionado por Dines (2001) que, inspirado no modelo *tese-antítese-síntese* do filósofo alemão do fim do século XVIII e começo do século XIX *Georg Wilhelm Friedrich Hegel*, aplicou à Comunicação a dialética *crescimento-maturação-contenção*. “O primeiro tempo ocorre quando se inventa ou se aperfeiçoa um novo veículo; neste momento ele é seletivo, porque desconhecido. Depois de divulgado o seu uso, torna-se massificado para, finalmente, em nova fase e, evitando o desgaste, acomodar-se e conter-se outra vez” (DINES, 2001, p. 41). O rádio foi no passado, segundo o autor, um dos meios de comunicação submetidos a esse processo, uma vez que surgiu como tecnologia comunicacional arrojada, alcançou a maturidade pelo avanço dos dispositivos eletrônicos e, por fim, se reinventou com o aparecimento da televisão (*Idem, Ibidem*). Na *nova era* – na qual despontam as tecnologias digitais e a convergência das mídias – o rádio confronta-se com o desafio de tornar-se mais uma vez um meio de comunicação inovador, uma vez que os avanços cobram dele um ponto de maturação ainda não alcançado.

1.2 Rádio e a convergência das mídias

Mariano Cebrián Herreros alertava no livro *La radio en la convergencia multimedia* (2001) que o século XXI se abria como um novo ciclo que seria marcado por profundas

transformações tecnológicas e por tendências convergentes e globalizadoras que modificariam de forma substancial o panorama das comunicações, dos conteúdos e, em particular, da informação. “Assistimos a confluência do rádio tradicional com as inovações técnicas e multimidiáticas. Emerge uma rádio tecnicamente diferente com elementos que permitem a inovação das linguagens, dos conteúdos e do próprio modelo radiofônico” (HERREROS, 2001, p. 24 – tradução nossa). Por sua vez, Meneses (2012, p. 78) considera que o rádio chegou ao final do século passado amarrado aos fundamentos do sucesso obtido perante os públicos no decorrer da história – “um sucesso precário, uma vez que está assente em pilares frágeis como o consumo secundário e uma excessiva dependência da música”.

Del Bianco (2010, p. 558) diz que o processo de convergência no qual o rádio – como os demais meios – também foi inserido implicou mudanças expressivas na produção, na publicidade e na distribuição de serviços de informação e de comunicação, uma vez que se tornou possível disponibilizar os conteúdos em diferentes plataformas, das mais variadas maneiras, fossem elas interativas ou não. “A convergência abriu espaço para sistemas multidimensionais e interativos de comunicação, muito embora boa parte dessa interatividade ainda não esteja totalmente presente na mídia de massa que inicia seu processo de digitalização da transmissão” (*op. cit.*, p. 561).

As empresas de mídia viram a *nova era* como momento para reorganizar os negócios, conduta que suplanta a preocupação com a Comunicação, pois as transformações coincidiram com um momento de grandes mudanças econômicas – a chamada nova economia, que supôs uma mudança substancial nos valores e nas estratégias empresariais (HERREROS, 2001, p. 20). As relações estabelecidas com os *ouvintes/usuários* por conta das tecnologias digitais levaram o rádio a confrontar-se com uma audiência que começou a desenvolver novos hábitos de consumos. Destaca-se nesse contexto o público jovem, que usa computadores, *tablets* e celulares para acessar a internet, ouvir músicas, utilizar as salas de bate-papo (*chats*), escrever e processar textos, entre outros afazeres, quase de maneira concomitante (DEL BIANCO, 2010, p. 558).

O rádio, ao ser inserido com outras mídias no ciberespaço, produz uma grande alteração na recepção da comunicação radiofônica por permitir aos *ouvintes/usuários* a possibilidade de procurar “os conteúdos que mais lhe interessam, numa clara tendência de personalização da comunicação, em função do que a rádio na Internet tem para oferecer”. (CORDEIRO, 2007, p. 69). A convergência das mídias, que estimula estratégias que visam acompanhar os novos hábitos de consumo do público, levam as emissoras a alterarem as

características das mensagens radiofônicas disponibilizadas pelas novas tecnologias digitais disponíveis. O som é complementado com outros recursos no ambiente virtual, resultando um novo esquema de comunicação (*op. cit.*, p. 70).

A *nova era* levou autores como Herreros (2008) a ampliar o conceito de radiodifusão sonora, diferenciando a *rádio por internet* daquilo que ele denominou de *ciber rádio*. A primeira tipificação trata da fase inicial do veículo e baseava-se numa visão instrumentalista da *Web* como mero suporte para transmissão de conteúdos sonoros. “É a rádio tradicional que encontra na internet uma via para ampliar sua difusão por outros campos” (*op. cit.*, p. 24 – tradução nossa). O *ciber rádio* incorpora os elementos ofertados pela internet, como o correio eletrônico, os *chats*, os fóruns de discussão e outras modalidades de participação cibernética. Às sonoridades radiofônicas transmitidas via *streaming* são adicionados *links* para outros arquivos de áudio e novos conteúdos musicais e informativos, bem como o acesso à grade de programação e ao endereço eletrônico das equipes que atuam na emissora, dentre diversas informações. Ambas as orientações operam separadamente, mas são enriquecidas de forma mútua e estabelecem sinergias e uma ampla convergência (*op. cit.*, p. 25).

Mais recentemente, Herreros (2011, p. 71) relatou que a implantação e fortalecimento da chamada *Web 2.0*²⁹ e das “redes sociais e sua contribuição concreta aos movimentos sociais atuais no conjunto dos meios naturais e tecnológicos tradicionais, isto é, no contexto multimídia e multiplataforma em que se desenvolve o ecossistema comunicacional atual” geraram mudanças significativas no *ciber rádio*. Para o autor, a tecnologia que originou e está reconfigurando o rádio não pode, contudo, prescindir o meio de comunicação. “A tecnologia pela tecnologia não tem sentido. A mediação técnica não é puro instrumento. É um processo comunicacional. A técnica interessa enquanto adquire capacidade para gerar novos símbolos e outras formas de expressão e transmissão de significados” (HERREROS, 2011, p. 74).

Nota-se que o rádio tem se beneficiado da revolução proporcionada pelas tecnologias digitais e a convergências das mídias e, para tanto, desenvolve novas rotinas de produção e de transmissão de conteúdos sonoros. No cenário da convergência midiático são estabelecidos conteúdos, formas e linguagens que são influenciadas pela interatividade e por representações

²⁹ De acordo com Primo (2006), a “*Web 2.0* é a segunda geração de serviços *online* a caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização das informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo”. Não se trata apenas de novas técnicas de informática, mas também a novas estratégias mercadológicas e de processos de comunicação mediados por computador (*Idem, Ibidem*).

estéticas que se tornaram onipresentes e, por que não dizer, indispensáveis às telas de computadores, *tablets* e telefones celulares. O som advindo dos alto-falantes radiofônicos, que na primeira metade do século passado monopolizou o interesse da coletividade – como ocorre hoje com as tecnologias digitais – denota ocupar um espaço menor, quase coadjuvante. Nada de novo, uma vez que um fenômeno semelhante fora visto antes nas décadas de 1960 e 1970, quando a televisão se tornou o centro midiático das atenções. Outro fator a ser observado é que, desta vez, o controle dos meios não permanece mais circunscrito às empresas de comunicação e suas condutas de produção organizacional. Hoje, qualquer criança ou adulto que tem acesso aos aparatos tecnológicos digitais e capacidade cognitiva para manipulá-los consegue criar, produzir e divulgar, pela internet, em qualquer tempo e nos mais inusitados espaços, diversas mensagens audiovisuais disponibilizadas em plataformas independentes.

A *nova era* caracteriza-se como ponto de interseção e posterior mutação. Na avaliação de Kischinhevsky (2012), a radiodifusão sonora encontra-se numa encruzilhada, onde existem diversas opções excludentes e barreiras que se interpõem no caminho rumo ao futuro. No caso brasileiro, até mesmo a existência de indefinições como a escolha por um padrão digital de transmissão das ondas hertzianas, não impede que o rádio se desenvolva aceleradamente rumo à consolidação na internet (*op. cit.*, p. 50). Porém, o novo entorno midiático introduz o rádio num processo complexo que abrange a produção convergente de conteúdos textuais, sonoros, visuais e iconográficos, dispostos numa nova lógica de distribuição e de consumo contínuos que estão em fase de acomodação.

As transformações oriundas da *nova era* fazem surgir questionamentos sobre o que vem a ser o rádio, uma vez que o meio, segundo o autor, usa hoje plataformas múltiplas de difusão *online* (internet) ou *offline* (ondas eletromagnéticas). A partir de uma perspectiva não restritiva, Kischinhevsky (2012) expõe a seguinte distinção quanto à distribuição:

- a) Rádio aberto: Com transmissão em ondas hertzianas (AM, FM, ondas curtas, tropicais), digital (IBOC/HD Radio, DRM, ISDB, DAB, etc. [*siglas relativas aos sistemas de transmissão sonora digital: norte-americano, europeu, japonês e novamente europeu de difusão sonora digital*]) e/ou via internet, desde que sem custo para o ouvinte, exceto pela prévia aquisição do dispositivo receptor;
- b) Rádio por assinatura: Com transmissão via satélite, micro-ondas ou internet, sempre que houver mensalidades ou anuidades e, em alguns casos, taxas de adesão e de decodificação de sinal. Também se incluem nesta categoria *webrádios* que integram portais e diretórios nos quais o internauta paga pelo acesso;
- c) Serviços radiofônicos de acesso misto: Emissoras via internet abrigadas em portais/diretórios, que permitem navegação em algumas áreas dos *sites*, mas reservam conteúdos exclusivos para assinantes.

Quanto à recepção, Kischinhevsky categoriza como:

- a) Sincrônica: Nas transmissões em *broadcasting* oferecidas pelo rádio em suas versões analógica, digital e via internet (*streaming*, ou seja, veiculação em fluxo contínuo);
- b) Assincrônica: Difusão sob demanda, sem *streaming*, com escuta direta nos *sites* em que os conteúdos são postados ou mediante download (*podcasting*) para posterior fruição.

E quanto à circulação, as tipificações são apresentadas pelo autor como:

- a) Aberta: Em transmissões analógicas ou digitais, com ou sem *streaming*, em plataformas de livre acesso – emissoras AM/FM em ondas hertzianas, *webrádios*, *podcasts* disponíveis em *sites* e/ou diretórios que não cobram assinatura, portais de mídia sonora em geral;
- b) Restrita: Em serviços de *microblogging*, mídias sociais de base radiofônica e em diretórios de *podcasting* e/ou *webrádios* nos quais é necessário se inscrever/cadastrar ou ser convidado, mesmo que o acesso seja gratuito (KISCHINHEVSKY, 2012, pp. 58-60).

Torna-se oportuno salientar no caso do *podcast* citado pelo autor que há controvérsia entre os pesquisadores se esse formato digital é ou não rádio. Prata (2009, p. 76) considera que, para ser rádio, “falta ao *podcast* a essencial emissão no tempo real do ouvinte e da sociedade no qual está inserido”. Meneses (2012, p. 103) destaca que o *podcast* está num plano seguinte ao rádio, pois ele se relaciona com a *Web 2.0* ao associar a ideia de interatividade, de escolha e de controle de conteúdos “No fundo [*os podcasts*] acabam com a ideia – a inevitabilidade – da emissão sincrônica, permitindo que se ouça apenas o que se quer e quando quer (dentro da oferta disponibilizada pelo *gatekeeper*)”. Já Herreros (2008, p. 197) salienta que, por um lado, o formato sonoro em questão está vinculado aos conteúdos de difusão radiofônica e, por outro, é uma gravação de um *Ipod* ou outro suporte. “A concepção de *podcasting* não é redutora, mas indicadora de uma nova realidade como é a convergência do *ciber rádio* com equipamentos portáteis” (*op. cit.*, p. 200 – tradução nossa).

No tocante as diferentes modalidades apresentadas, o rádio atual revela ter expandido o espaço no qual era circunscrito a partir do momento em que passou a ocupar também o ambiente virtual. Na *nova era* o meio torna-se gradativamente plural, a ponto de a produção e veiculação de conteúdos não ser mais restrita apenas às empresas de comunicação – com seus interesses comerciais, políticos ou ideológicos, mas a qualquer pessoa que, na internet, queira fazer reverberar novas sonoridades.

1.3 Jornalismo e as tipificações da convergência

A *Convergência das mídias* é uma das diversas tipificações atribuídas ao fenômeno inicialmente relacionado ao ato ou efeito de convergir, verbo que tem na essência de sua raiz etimológica o conceito de tender algo ou alguma coisa a um mesmo ponto. Observou-se, contudo, que a convergência vai além dessa compreensão, assim como a junção das palavras *Convergência* e *Mídia* que representam um segmento autônomo que tem características particulares, mas que também sofre transformações contínuas.

O termo *Convergência das Mídias* apareceu com maior ênfase no final dos anos 1970 e referiu-se à aproximação entre os setores de computação e de telecomunicações. A partir de 1990, a intensificação da transposição do analógico para o digital, seguida da *digitalização* das formas de produção, de distribuição e de consumo dos serviços de comunicações, fez com que a convergência midiática indicasse um fenômeno de aproximação e integração entre os setores de comunicação de massa, de telecomunicações e de informática.

Na última década foram constituídas várias classificações³⁰, sendo que a *convergência tecnológica* destacou-se dentre as demais por estabelecer uma nova relação entre os aparatos que anteriormente operavam de forma separada, como o telefone, o rádio e a televisão. As tecnologias digitais motivaram o surgimento de dispositivos que, sozinhos, se caracterizavam convergentes por oferecerem diferentes tecnologias de comunicação. Na atualidade, os aparelhos de telefonia móvel se sobressaem neste quesito, uma vez que permitem acesso a formas de comunicação distintas. Os atuais *smartphones* vão além da capacidade dos primeiros aparelhos celulares, que apenas faziam e recebiam ligações telefônicas. Eles também oferecem acesso sem fio às redes *WiFi* e *3 e 4G*, bem como captam o sinal aberto da televisão digital e as ondas eletromagnéticas transmitidas pelas emissoras de rádio.

Esses novos artefatos ainda permitem a coexistência de serviços diversos, como a possibilidade de acionar *games*, baixar informações da internet, tirar e enviar fotografias ou mensagens de texto e acessar blogs e redes sociais. Nos aparelhos também é possível assistir a *trailers* de filmes, baixar capítulos de romances serializados ou assistir shows ou eventos em

³⁰ Neste trabalho priorizam-se, a seguir, as tipificações apresentadas pelo pesquisador espanhol Ramón Salaverría Aliaga (2010, 2008), diretor do *Departamento de Proyectos Periodísticos* (DPP) da Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra, Espanha. Salaverría é especialista em mídias digitais e autor de estudos que relacionam convergência e jornalismo.

locais remotos. Contudo, a convergência das mídias vai além de mudanças tecnológicas relacionadas ao desenvolvimento de dispositivos cada vez mais presentes na sociedade.

A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final (JENKINS, 2006, p. 41).

O atual processo de convergência tecnológica tem sido liderado por empresas de telecomunicações, produtores de dispositivos de informática e desenvolvedores de aplicativos digitais. “Esse atores determinam o enquadramento tecnológico que deverá acomodar os meios de comunicação na atualidade, com toda a velocidade possível” (SALAVERRÍA, 2010, p. 33, tradução nossa). As novas possibilidades tecnológicas se converteram automaticamente em demandas de serviços que os meios de comunicação estão obrigados a satisfazer. Como resposta a esse desafio, as mídias tem sido obrigadas a adaptarem seus processos de produção.

No tocante ao Jornalismo, a convergência tecnológica reconfigurou as rotinas internas das redações a partir do final dos anos 1980 estimulando, inicialmente, a inclusão de novas ferramentas de produção e, posteriormente, a digitalização. “Em paralelo, novos sistemas de gerenciamento de conteúdo passam de ferramentas monomídias para converterem-se em sistemas multimídias versáteis projetados para editar conteúdos em diferentes suportes e plataformas” (*op. cit.*, p. 34 – tradução nossa).

Nesse cenário, a *convergência empresarial* desponta como outra tipificação que se consolida na *nova era*. Esse fenômeno relaciona-se às empresas de comunicação, que foram levadas a reconfigurar estruturas e processos de produção para responder às imposições do mercado que, devido à internet, passou a seguir regras administrativas e comerciais diferentes das anteriores. Salaverría considera que as alterações submetidas ao meio empresarial podem ser comparadas a duas forças comuns à física. A primeira, a *centrífuga*, consiste na diversificação midiática que é baseada na busca pelo desenvolvimento horizontal e vertical simultâneo. No plano horizontal, o crescimento ocorre quando uma mídia torna-se uma empresa multiplataforma, com presença em negócios editoriais, audiovisuais e internet. No plano vertical ocorre a aquisição de empresas presentes em toda cadeia de valor dos produtos informativos e de entretenimento (*Idem, Ibidem*).

Em resumo: um determinado meio de comunicação mantém sua *atividade fim* (a principal da empresa), mas adota também uma *atividade meio* (serviço secundário). “Não é raro encontrar hoje em dia empresas de mídia que, além da edição jornalística comum, têm participações em agências de notícias, empresas de produção e distribuição audiovisual e prestadores de serviços digitais” (*op. cit.*, p. 34 – tradução nossa). Já a segunda força, a *centrípeta*, relaciona-se à concentração de empresas jornalísticas em um mesmo grupo empresarial, como comumente ocorre em outros setores econômicos. Porém, em muitos países, esse método tende a ser proibido ou submetido aos limites legais de participação acionária e administrativa.

A convergência empresarial forma-se de paradigmas que se consolidaram na prática empresarial vigente e que acarretam novas formas de organização logística orientadas a propiciar um maior incremento no processo produtivo. A reorganização de equipes e a fusão de redações são resultantes dessa ação convergente gerada pela internet e pelas tecnologias digitais, que ainda estimulam a modernização das estruturas de produção com o propósito de satisfazer as demandas de audiência cada vez mais multiplataformas.

Questões de maior complexidade como o impasse entre a economia interconectada *versus* o sistema tradicional de propriedade intelectual surgem desse âmbito e afetam o atual modelo de migração dos meios de comunicação tradicionais para o ambiente digital. Segundo Cádima (2013), desde meados de 1990 a relação de convergência dos meios tradicionais com os meios emergentes na internet revelava uma aproximação frustrada que indicava poucos sinais de conciliação ou remediação. O *velho* e o *novo* sistema esbarravam na dificuldade específica de, mutuamente, no novo paradigma comunicacional, fazerem coincidir os conhecimentos e *know-how* que seriam potencializados e desenvolveriam novas sinergias e economias de escala que beneficiariam outras áreas também inseridas a nova realidade, como o Jornalismo.

Nessa dualidade está toda uma diferença programática e estratégica, nomeadamente aquela que separa a construção de uma opinião pública muito sintonizada com o discurso dos media tradicionais e dos seus líderes de opinião, de um novo campo comunicacional que não somente vem colocar em crise a “velha” indústria dos media como também a sua própria “expressão” jornalística, tantas vezes fortemente dependente dos mitos e interesses do tempo e agora cada vez mais diluída numa massa de informação que se auto-reproduz sobre a arquitectura matricial da rede, a cultura colaborativa, dialógica, interactiva, e a progressiva autonomização da esfera pública participativa da sociedade em rede (CÁDIMA, 2013, p. 21).

Como exemplo do princípio de ruptura, naquilo que chamou de *continuada oposição convergência/divergência*, Cádima apresenta o questionamento feito pela imprensa europeia sobre a legitimidade que a empresa *Google* tinha para usar os conteúdos *online* dos meios tradicionais em seu sistema de agregação de informação. Para tanto, a empresa de tecnologia empregou seu motor de busca³¹ para indexar notícias de terceiros que foram aplicadas ao *Google News*³². Conforme o autor, existem várias queixas apresentadas à Comissão Europeia contra a empresa de tecnologia que ameaça, caso ocorra conflito, suspender a indexação de artigos jornalísticos de empresas de comunicação, “alegando que o seu sistema de agregação é gerador de tráfego muito significativo para os *sites* de origem, dado que, segundo os seus responsáveis, redireciona cerca de quatro bilhões de cliques por mês para as páginas *Web* dos editores de imprensa a nível global” (*op. cit.*, p. 31).

Indefinições desse naipe e a falta de um modelo consolidado de negócios na *nova era* têm se mantido nas estruturas organizacionais das empresas tradicionais de comunicação devido a diversas resistências e condicionamentos ocorridos na migração para o digital, como a precariedade no estabelecimento de legislações que tratem de assuntos como o direito autoral na *Web*. Cádima (2010) avalia que o uso reduzido ou condicionado do ambiente digital não estaria distante da ideia de interatividade nos diferentes níveis de informação, submetendo assim o campo da comunicação jornalística ao isolamento face à multiplicidade de outros estímulos informativos provenientes dos públicos que se manifestam nos *feeds* de notícias ou na geração e repercussão de fatos nas mídias sociais (*Idem, Ibidem*).

A questão econômica está intrinsecamente relacionada à *convergência profissional* ou *jornalística*, apontada como responsável por modificar o perfil daqueles que exercem essa função. As novas tecnologias, que permitem o manejo de diversas ferramentas e o acesso a multiplataformas, demandam novas aptidões dos profissionais, hoje inseridos em uma forma de organização laboral diferenciada. Exige-se desses indivíduos a *polivalência* – palavra que resume esse processo convergente e que representa uma parcela do motivo da degradação da profissão. “Muitos jornalistas se veem hoje impelidos a produzir cada vez mais informação,

³¹ *Software* que varre a Internet em busca de informações.

³² Site automatizado de notícias que são colhidas, organizadas por assunto e exibidas de acordo com o interesse dos indivíduos. O *link* brasileiro do Google News diz manter mais de 1.500 fontes de notícias em português. Disponível em: <http://news.google.com.br/intl/pt-BR_ALL/about_google_news.html>. Acesso em: 15 Nov. 2014.

mais rápido e em jornadas de trabalho mais extensas, considerando que, em troca, recebem salários ou outras recompensas menores” (SALAVERRÍA, 2010, p. 36 – tradução nossa).

A convergência profissional determinou a *era do jornalista multitarefa* – profissional que necessita apresentar versatilidades particularizadas que podem ser compreendidas a partir de três tipificações distintas. A primeira é a *polivalência funcional*, ou seja, a capacidade de trabalhar, ao mesmo tempo ou sequencialmente, como repórter, operador técnico, editor, produtor e redator, atuando ainda nas mídias audiovisuais como apresentador ou locutor e nas mídias digitais como *web designer*³³, entre diversas funções ou segmentos. A segunda é a *polivalência temática*, que demanda dos profissionais a aptidão de abordar qualquer assunto. Há, por fim, a *polivalência midiática*, que consiste em trabalhar em vários meios, pertencentes ou não à mesma empresa de comunicação, de maneira concomitante (*op. cit.*, 2010, p. 37).

Outra tipificação relevante refere-se à *convergência dos conteúdos* ou *comunicacional*, que sofre com as mudanças deflagradas por causa dos aparatos tecnológicos, dos processos logísticos e do perfil dos profissionais. Salaverría (2010, p. 38) chama essas novas condições de *multimídia*, fenômeno que não é exclusivo das mídias no ciberespaço, mas também que também afeta os meios tradicionais, uma vez que condiciona linguagens distintas e específicas a um processo de fusão de conteúdos textuais e/ou audiovisuais. “A diferença, no caso dos meios digitais, não é de qualidade, mas de grau: nos *cibermeios*, por comparação, se pode alcançar um nível de *multimídia* muito mais elevado que em qualquer um dos meios precedentes” (*Idem, Ibidem* – tradução nossa).

As tipificações configuradas por Salaverría (convergência tecnológica, empresarial, profissional e de conteúdos ou comunicacional) são corroboradas pelo pesquisador Carlos Alberto Scolari que, em entrevista à revista *Matrizes*³⁴, cita o trabalho do colega espanhol ao ser questionado sobre as transformações culturais que poderiam ser indicadas no atual quadro de convergência configurado a partir do pensamento de Henry Jenkins. Além de indicar que cada modalidade convergente apresentada por Salaverría “inclui uma série de tendências e processos, como a fusão de empresas, a união de redações digitais e analógicas ou a aparição

³³ Profissional que responde pela arquitetura de um site na internet.

³⁴ Entrevista dada em dezembro de 2010 a profa. Dra. Maria Cristina Munglioli, da ECA/USP, publicada na edição nº 2, jan./jun. 2011, pp. 127-136. Nascido na Argentina, Scolari é professor do Departamento de Comunicação da Universidade Pompeu Fabra, em Barcelona, Espanha. Autor de diversas obras referentes às mídias digitais, ele mantém na internet *Hipermediaciones – conversaciones sobre la comunicación digital interactiva*. Disponível em: <<http://hipermediaciones.com/>>. Acesso em: 15 nov. 2014.

de perfis profissionais híbridos como o jornalista multimídia ou multiplataforma”, Scolari diz que se deve considerar também outra tipificação do fenômeno, dessa vez relacionada à semiótica, “onde as diferentes linguagens e sistemas de significação se cruzam e se contaminam entre si – e de uma convergência narrativa na qual os relatos saltam de um meio a outro” (SCOLARI, 2011, p. 133). Ainda sobre as variações da convergência, o pesquisador ressalta que o conceito idealizado por Henry Jenkins inclui as *narrativas transmidiáticas* ou *transmedia storytelling*, relativas a experiências comunicacionais expressivas e amplificadas em diversos meios físicos ou plataformas, sejam elas tradicionais, como a televisão e os meios impressos, sejam elas digitais, como o computador e os aparelhos de telefonia móvel.

No entendimento de Scolari, as narrativas transmidiáticas incluem a *convergência cultural*, bem como também valoriza a produção de conteúdos dos usuários da *Web*. Observa-se ainda, pela fala do autor argentino, que tamanha profusão conceitual também é influenciada pela rapidez que caracteriza o processo de mudança determinado pela *nova era*. “Como se pode observar, existem várias, demasiadas convergências. O pior de tudo é que dentro de alguns anos o conceito de convergência vai nos parecer velho, antiquado, e estaremos quase obrigados a buscar uma nova palavra para nomear esses processos” (*op. cit.*, p. 134).

1.4 Radiornalismo frente à convergência midiática

Apesar de suportar mutações e fragmentações contínuas, o conceito de convergência permite compreender transformações que, hoje, ocorrem em outros segmentos. No caso do Jornalismo contemporâneo, observa-se que as novas tecnologias e a convergência das mídias oferecem desafios que afetam a produção de conteúdos, que por sua vez condicionam um contexto empresarial diferenciado, exigindo profissionais capazes de transitar pelos muitos meandros de um cenário que envolve a transição do modelo analógico para o digital e a consolidação de um *status* virtual. A complexidade desse processo culmina na constituição dos novos conteúdos e formatos midiáticos disponíveis nos diversos suportes, mas que ainda mantém as características constitutivas do Jornalismo.

No tocante ao rádio, as tipificações convergentes indicam a ocorrência de um reposicionamento desse meio de comunicação, principalmente naquilo que diz respeito ao Jornalismo. Herreros (2001, p. 21) argumenta que a informação radiofônica necessita mudar seu enfoque, uma vez que a internet não deve representar um competidor, mas um aliado para

o rádio. “A questão agora é otimizar as relações para obter um reajuste de campos e harmonização dentro do sistema multimidiático competitivo” (*op. cit.*, p. 21). Meneses (2012, p. 66) diz que o rádio teve – e ainda tem – seus alicerces abalados pelo surgimento da *Web*, que representou “um terremoto com réplicas que ainda não terminaram”. Para o autor português, a resistência às dificuldades e a capacidade de ultrapassar com sucesso as barreiras encontradas ao longo da história geraram, entre os radiodifusores, a ideia de otimismo permanente, pois o meio sempre se transformou frente às adversidades (*op. cit.*, p. 71).

Prata (2009, p. 79) salienta que a *nova era* originou um processo de *radiomorfose* – neologismo derivado do termo *midiamorfose* cunhado por Roger Fidler (1997). Ela explica que, motivado pelo princípio da sobrevivência, o meio antigo busca se adaptar para continuar evoluindo em seus domínios – e também fora dele. No caso do rádio no ambiente digital, a adequação passa principalmente pela configuração de uma linguagem que seja convergente com os novos suportes digitais.

Podemos afirmar que o rádio na *web* repete as fórmulas e os conceitos *hertzianos*, velhos conhecidos do ouvinte, pois é pela repetição que o público se reconhece. Mas, ao mesmo tempo, insere novos formatos, enquanto reconfigura elementos antigos, numa mistura que transforma o veículo numa grande constelação de signos sonoros, visuais e imaginéticos (PRATA, 2009, pp. 79-80).

As mudanças pelas quais o Radiojornalismo se submete tiveram, inicialmente, caráter tecnológico e operacional e ocorreram durante a década de 1990, principalmente por conta da substituição dos meios técnicos analógicos que eram até então usados na captação, produção e veiculação sonora. Fitas magnéticas foram gradativamente substituídas pelos gravadores digitais, enquanto os aparelhos de radiofrequência portáteis – os *rádios HT* – perderam espaço para a telefonia móvel. A cobertura diária dos acontecimentos tornou-se mais ágil e as entrevistas *ao vivo* foram facilitadas e ampliadas, tornando a divulgação noticiosa no rádio mais rápida e instantânea. “Com o celular, o repórter pode realizar entrevistas ou fazer uma participação ao vivo de qualquer lugar, um tipo de mobilidade muito superior ao telefone sem fio utilizado nas unidades móveis de frequência modulada” (DEL BIANCO, 2014, p. 5).

Herreros (2001) salienta que a expansão da telefonia móvel deu ao Radiojornalismo uma enorme agilidade, tanto para localizar fontes informativas como realizar entradas ao vivo das mais variadas localidades. “Graças o telefone móvel [o jornalista] entra na rede telefônica e faz chegar sua voz até a emissora para que esta emita a informação ao vivo ou a reelabore

para incorpora-la a qualquer programa” (*op. cit.*, p. 44 – tradução nossa). Os computadores portáteis também foram beneficiados com esse avanço³⁵, pois permitiram acesso *online* a bancos de dados, a informações textuais e sonoras e a agências de qualquer parte do mundo para documentar e contrastar os dados já obtidos pela reportagem (*Idem, Ibidem*).

A inclusão de computadores nas redações representou outra significativa mudança para o Radiojornalismo. Os primeiros equipamentos serviram como processadores de texto e terminais para conexão às agências de notícias. Mais tarde, os computadores permitiram o armazenamento e processamento do som por intermédio de *softwares* de edição *não linear*, sendo ainda usados no planejamento da programação, nos estúdios ou nas transmissões via satélite. A digitalização e o posterior armazenamento dos acervos sonoros viabilizaram, por fim, a automatização das rádios. “Os novos sistemas dispensavam o uso de fitas e cartuchos magnéticos para armazenar o som, da mesma maneira como antes se eliminou a necessidade de papel para armazenar a escrita” (MEDITSCH, 2007, p. 119).

Um dos avanços tecnológicos que tem mudado a rotina de muitas emissoras na última década é a formação das redes digitais locais que integram estúdios, áreas técnicas e as redações, dentre outros setores. A inovação trouxe para as ações voltadas ao Radiojornalismo maior possibilidade interativa ao disponibilizar instrumentos virtuais para armazenamento e recuperação de dados, que são disseminados com a conexão à internet. Criou-se, segundo Del Bianco (2014, p. 7), uma ambiência na qual os jornalistas agem sobre a informação, que é ampliada e transformada no processo de produção.

A era da convergência das mídias fez com que informação radiofônica fosse inserida numa programação radiofônica de perfil mutante, submetida a um conjunto de mudanças técnicas, organizacionais, financeiras e de fragmentação de audiências (HERREROS, 2001, p. 24). Os conteúdos informativos emitidos pelas ondas hertzianas conjugam-se, no ciberespaço, com outros elementos que possibilitam a participação ativa de *ouvintes-usuários* que agem na reconfiguração daquilo que foi inicialmente divulgado – tudo isso por obra das tecnologias digitais cada vez mais atuantes e presentes na sociedade. As empresas, consequentemente, voltaram-se à elaboração de estratégias que visam conquistar os públicos, que na rede encontram-se pulverizados e diversificados. O Radiojornalismo agrega-se a esse processo e

³⁵ Na atualidade, a maioria dos computadores portáteis produzidos no mundo, como *notebooks* e *tablets*, podem ser conectados à internet mediante acesso a redes sem fios por *WiFi* ou pelo sinal captado por modem externo 3 e 4G, dentre outras possibilidades técnicas.

passa a convergir com outras linguagens e formas de elaboração de conteúdos, exigindo dos profissionais uma readequação aos novos padrões vigentes.

No que se refere à linguagem radiofônica jornalística contemporânea, Lopez (2010) destaca a consolidação de um *rádio hipermidiático* que é formado como consequência de um contexto multimidiático. De acordo com a autora, os jornalistas que atuam nesse meio encaram novas estratégias narrativas que conjugam a construção do conteúdo sonoro à produção de uma linguagem multimídia. Ao ocupar multiplataformas, o rádio demanda dos profissionais uma nova postura perante a notícia, que é resultante de um processo que envolve as tecnologias digitais e a convergência com outras mídias.

O jornalista hoje é compelido a integrar essas novas dinâmicas, a compreender e utilizar as ferramentas com agilidade para, desta maneira, acompanhar seu ouvinte e as ferramentas que ele adota para consumir a informação. Desta forma, o rádio, mais uma vez, se revisita. Não abandona suas características, não deixa de ser rádio, mas adequa suas rotinas e sua narrativa às possibilidades geradas pelos novos espaços de difusão de informação. Estas alterações se dão também nas ferramentas de apuração, como é o caso do telefone (LOPEZ, 2010, p. 115).

A *nova era*, caracterizada por rotinas de produção, de difusão e de recepção que são reconfiguradas pelas tecnologias digitais e pela convergência das mídias no ambiente virtual estabelece um novo rádio que, no Brasil, emerge de um cenário de particularidades diversas. Apesar de ainda manter-se vinculado às condutas do passado, o Radiojornalismo do presente é levado, no país, a uma condição que permite grandes avanços, mas que também oferece desafios exponenciais para todos aqueles que se envolvem, das mais variadas formas, nesse segmento vinculado à Comunicação Social.

As mudanças vigentes na forma de fazer e também extensivas na maneira de ouvir rádio apontam para um futuro pleno de possibilidades que, rapidamente, se tornam realidade. Compreender tal processo e suas implicações revela-se uma incitação aos mais diferentes setores – dentre eles o Jornalismo que necessita aprimorar-se sem, contudo, perder a essência que o constitui.

CAPÍTULO II

O RÁDIO HOJE: ASPECTOS DE UM MEIO EM EVOLUÇÃO

O rádio elabora, no presente, diversas estratégias que visam atrair *ouvintes/usuários* cada vez mais diversificados, dispersos, atuantes e ávidos por conteúdos sonoros disponíveis não apenas nos ambientes onde transitam as ondas *hertzianas*, mas também nos confins do mundo virtual. Preocupadas com o futuro, diante das adversidades e incertezas da *nova era* e da inevitável convergência com outras mídias, as emissoras tradicionais têm deixado as zonas de conforto nas quais permaneceram por muito tempo para explorar as vastidões digitais.

Hoje se tornou comum notar que uma das principais iniciativas das emissoras de rádio é criar um *Site* na rede mundial de computadores para permitir que as audiências possam, no mínimo, ter acesso virtual aos áudios emitidos em tempo real pelas ondas eletromagnéticas. Há emissoras que elaboram *homepages* sofisticadas e repletas de outros conteúdos sonoros exclusivos e disponibilizados em formatos diferenciados, como o *podcast*. Existem rádios que oferecem ainda aplicativos ou *plugins*³⁶ que dão acesso *online* por *smartphones* ou *tablets* às transmissões feitas ao vivo. Às sonoridades radiofônicas agregam-se textos, vídeos, fotos e animações, dentre várias formas expressivas, além das redes sociais e *blogs* que estabelecem interação e complementaridade à miscelânea comunicacional forjada no universo da internet.

O rádio ainda domina o espaço etéreo por onde trafegam as ondas hertzianas, apesar de ser cada vez mais raro encontrar, hoje, emissoras que ofereçam programações encontradas exclusivamente por intermédio do *dial*³⁷ dos aparelhos convencionais. Conforme a ABERT, 84,1% das rádios transmitiam, em 2012, suas programações habituais pela rede mundial de computadores. A entidade detectou que a venda de espaços publicitários nas páginas da internet foi uma das estratégias usadas por 24% das emissoras, sendo os anunciantes locais responsáveis por 81,55% do faturamento mensal. Mais da metade das emissoras de rádio

³⁶ No caso dos navegadores da *Web*, o termo refere-se aos módulos, componentes ou acessórios de *software* que estendem a capacidade de um aplicativo, permitindo a exibição de conteúdo em texto, áudio, vídeo ou animação (Pinho, 2003, p. 259).

³⁷ Dispositivo usado para sintonizar as frequências usadas pelas emissoras para transmissão dos conteúdos sonoros por ondas hertzianas.

pesquisadas pela entidade corporativa (58%) atendiam regiões com população entre 50 mil e 500 mil habitantes³⁸.

A seguir, este capítulo tratará do *rádio hoje* e sua inserção na era da convergência das mídias. Para tanto, serão apresentados um perfil nacional das emissoras, do mercado e da audiência a partir de pesquisas feitas por órgãos vinculados ao segmento. Busca-se ainda, mediante estudo bibliográfico, analisar a evolução histórica do rádio no Brasil para, em seguida, identificar o panorama brasileiro e o atual contexto das emissoras comerciais, comunitárias e educativas. Por fim, apresenta-se o rádio na internet e o fenômeno crescente das *Webrádios*, além das novas tecnologias de transmissão e recepção de conteúdos sonoros.

2.1 O rádio hoje, em números

De acordo com o Ministério das Comunicações havia 9771 emissoras de rádio no Brasil³⁹ no segundo semestre de 2014. As emissoras que operam em FM são predominantes e representavam 80,34% do total mensurado pelo governo. Esse segmento, que comumente ressalta a programação musical, é hegemônico entre as rádios comerciais, educativas e comunitárias. A supremacia das FMs decorre, em parte, da qualidade das transmissões sonoras, mas também da diversidade e especialização dos conteúdos dirigidos para públicos específicos, quase sempre em caráter local – com exceção das redes formadas por FMs localizadas em diversas regiões e que priorizam a veiculação de programações padronizadas.

As rádios AM, apreciadas pelo público principalmente por causa dos programas jornalísticos, de entretenimento e de prestação de serviços, ocupavam 18,23% do universo das emissoras brasileiras. Apesar das transmissões em AM atingirem médias e longas distâncias, atuando quase sempre em âmbito regional, a qualidade sonora é inferior à das emissões em FM por conta da disseminação das ondas eletromagnéticas. Além disso, os receptores sofrem interferência de fenômenos naturais, como raios, ou artificiais, como os gerados por motores ou aparelhos elétricos em funcionamento (FERRARETTO, 2000, p. 67).

³⁸ Disponível em: <<http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2012-10-04/maioria-das-emissoras-de-radio-do-pais-ja-usa-internet-para-transmitir-programacao>>. Acesso em: 10 Out. 2014.

³⁹ Total composto pela soma das frequências AM ou OM, OC, OT e FM. Os dados são referentes a 30 de setembro de 2014, liberados para consulta pública *online* no *Site* do Ministério das Comunicações. Disponível em: <<http://www.comunicacoes.gov.br/espaco-do-radiodifusor>>. Acesso em: 10 Out. 2014.

Gráfico 1 – Rádios Comerciais **Gráfico 2 – Rádios Educativas** **Gráfico 3 – Rádios Comunitárias** **Gráfico 4 – Total de rádios por frequência**

Fonte: Ministério das Comunicações

A falta de definição governamental sobre qual será o modelo de transmissão digital⁴⁰ que sucederá as emissões analógicas de rádio no Brasil fez com que o Ministério das Comunicações busca-se, em 2013, uma saída de natureza imediata, mas questionável, para atender prioritariamente as Mas, que poderão ocupar faixas ainda disponíveis de FM a partir de 2016. Nas localidades onde há um elevado número de estações em FM devem ser usadas, pelas AMs, faixas antes ocupadas por emissoras de televisão que passaram a transmitir em

⁴⁰ Segundo Prata (2009, p. 55), nos últimos 14 anos, três sistemas de transmissão de rádio digital se destacaram e foram avaliados para implantação no Brasil. O primeiro é o europeu DAB (*Digital Audio Broadcasting*) para o FM e DRM (*Digital Radio Mondiale*) para AM. O segundo é Norte-americano IBOC (*In-Band On Channel*), que pode ser usado tanto para AM como FM por via terrestre ou satélite. O terceiro é o sistema japonês ISDB (*Integrated Services Digital Broadcast*). Contudo, até o final de 2014, não havia definição sobre o modelo a ser adotado.

HDTV, ou seja, em alta definição digital – manobra que foi chamada de *FM estendido*. De acordo com a ABERT, cerca de 80% das rádios AM já solicitaram migração para o FM⁴¹. As rádios em ondas curtas e tropicais, que no passado causaram fascínio pela capacidade de promover transmissões em longas distâncias, hoje retransmitem, em grande maioria, programações já veiculadas por emissoras coligadas em AM ou FM. Não há, para esses segmentos, projetos técnicos robustos de melhoria na qualidade das transmissões.

Estudos indicam que o rádio mantém-se forte no presente, mas essa condição está submetida a riscos no futuro próximo, principalmente por conta da trajetória percorrida nos últimos 14 anos, quando começou a transposição dos conteúdos sonoros radiofônicos para o ambiente virtual. Segundo pesquisa divulgada em novembro de 2014 pelo *Ibope Media*⁴², o rádio atinge 90% da população brasileira, sendo que 70% das pessoas usam o meio visando o entretenimento musical. O consumo de notícias representa 50% da audiência e o índice de confiabilidade dos programas jornalísticos chega a 55%. O noticiário local é o mais ouvido, com 35% da preferência.

Gráfico 5 – Consumo de rádio

Gráfico 6 – Consumo de notícias

Fonte: Ibope Media - Target Group Index

As residências são os locais onde mais se ouve rádio, sendo que o momento do dia de maior alcance do veículo é às 10 horas da manhã, com pico de 64% da população atingida. A

⁴¹ Disponível em: <http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/23520-1-4-mil-radios-am-solicitaram-migracao-para-fm> . Acesso em: 14 Nov. 2014

⁴² A pesquisa foi feita por intermédio do *Target Group Index* e atingiu 13 mercados, representando um universo de 54.690.754 de pessoas. Os dados foram coletados entre julho de 2012 e agosto de 2013 a partir de 20.736 entrevistas. Disponível em: <http://www.ibopemedia.com/infografico-radio/>. Acesso em: 12 Nov. 2014.

pesquisa também indicou outros veículos usados simultaneamente nas audições radiofônicas. Quando ouvem rádio, 18% das pessoas entrevistadas alegaram acessar a internet, enquanto 16% assistem à televisão, 13% leem jornais e 12% leem revistas. Em relação às emissoras comerciais que operam em AM e FM, o novo cenário de convergência das mídias não abalou de maneira significativa o prestígio do rádio, mas mostrou que é fundamental observar o comportamento dos públicos, principalmente dos mais jovens.

A *Pesquisa Brasileira de Mídia*, publicada em 2014 pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República⁴³, deixa evidente que o rádio necessitará promover adaptações relevantes, caso queira manter a credibilidade conquistada em suas nove décadas de história. O levantamento, aplicado ao rádio, à televisão, à internet, ao jornal e a revista impressa, verificou a frequência e a intensidade de uso que as pessoas fazem desses meios de comunicação. A frequência de uso foi medida em dias e a intensidade em horas, permitindo aferir quantos dias por semana e qual a quantidade diária de horas os indivíduos são expostos a essas mídias. Os números relativos ao rádio revelaram o atual perfil dos *ouvintes/usuários*, bem como o tempo gasto por eles com a programação.

Conforme o levantamento, o rádio surge como o segundo meio de comunicação com maior presença no cotidiano dos brasileiros. Conforme os dados coletados, 61% das pessoas alegaram ter o costume de ouvir rádio, enquanto 47% disseram estar habituadas a acessar a internet. A leitura de jornais e de revistas impressas correspondeu a 25% e 15% da preferência do público analisado, que em sua grande maioria priorizou a televisão. “Nada menos que 97% dos entrevistados afirmaram ver TV, um hábito que une praticamente todos os brasileiros, com independência de gênero, idade, renda, nível educacional ou localização geográfica” (SECOM, 2014, p. 7).

Entretanto, quando a questão refere-se ao meio de comunicação mais preferido, os entrevistados apontam sua simpatia pela televisão (76,4%), depois internet (13,1%), em seguida o rádio (7,9%) e, por último, os jornais impressos (1,5%) e as revistas (0,3%), sendo que outras respostas somaram 0,8%. Entre os mais jovens, a preferência pela televisão cai

⁴³ Os dados apresentados pela pesquisa foram coletados entre outubro e novembro de 2013 e tiveram o propósito de mensurar os hábitos de consumo de mídia pela população. As informações foram colhidas por intermédio de 200 pesquisadores, que aplicaram questionários com 75 perguntas a 18.312 pessoas, em 848 municípios. O *IBOPE Inteligência* foi responsável pela elaboração do questionário, coleta de dados, checagem e processamento dos resultados (SECOM, 2014, p. 12).

70%, enquanto a citação à internet sobe para 25%. Nesse grupo, o rádio obteve apenas 4% da preferência, ao passo que os demais meios apresentaram menções próximas de zero.

Gráfico 7 – Hábitos de acesso das mídias

Gráfico 8 – Mídias preferidas

Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia

A investigação revelou que o rádio é ouvido diariamente por 21% dos brasileiros. De segunda a sexta-feira, a intensidade de uso diário dos aparelhos é de 3 horas e 7 minutos, chegando a 3 horas nos finais de semana. Os estados das regiões Centro-Oeste e Norte são os que menos usam o meio: apenas 16% e 12% dos entrevistados alegaram ouvir rádio todos os dias, enquanto a maior exposição foi registrada na região Sul, onde 35% das pessoas afirmaram manter contato com o rádio diariamente (*op. cit.*, p. 38).

No item relativo à frequência de uso do rádio, a *Pesquisa Brasileira de Mídia* mostrou que 50% das pessoas que prestigiam esse meio diariamente têm entre 46 a 55 anos (24%) e 56 a 65 anos (26%). Os mais jovens, com idade entre 16 a 25 anos, correspondem a apenas 15% da audiência. O nível salarial manifestou-se menor e variou de até um e, no máximo, dois salários mínimos entre 43% dos entrevistados que mantêm a audiência diária. Quanto ao porte dos municípios onde a frequência de uso do rádio foi pesquisada, observou-se que 23% dos *ouvintes/usuários* residem nas pequenas cidades com até 20 mil habitantes, enquanto 21% vivem nas grandes cidades com população acima de 500 mil pessoas.

A escolaridade da audiência mostrou-se baixa: 24% das pessoas alegaram ter cursado até a quarta série do ensino fundamental, enquanto 22% declararam a conclusão do ensino fundamental, totalizando 44% dos pesquisados. O índice relativo aos *ouvintes/usuários* que afirmaram ter formação em nível superior e que acompanham diariamente as programações

radiofônicas ficou em 15%. Parte da audiência é composta por indivíduos que tem profissões que não exigem capacitação técnica especializada ou de níveis médio e superior:

Gráfico 9 – Audiência: atividades profissionais

Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia

Entre segunda a sexta-feira, a intensidade de uso do rádio mostrou-se maior no público feminino, com uma média de audiência diária de 3 horas e 14 minutos. Em contrapartida, os homens ouvem rádio, no mesmo período semanal, por 2 horas e 59 minutos. Em relação a segmentação por idade notou-se que, conforme aumenta a faixa etária, há um aumento na frequência de uso do rádio. O percentual dos que ouvem o meio sobe de 15% entre os mais jovens para 26% entre as pessoas com mais de 65 anos.

A exposição ao rádio revelou-se maior nas grandes cidades. Nos municípios que tem até 20 mil habitantes, as pessoas ouvem, em média, de segunda a sexta-feira, 2 horas e 46 minutos por dia. Entretanto, nas cidades com mais de 500 mil habitantes, esse tempo cresce para 3 horas e 30 minutos. Quanto à escolaridade, as pessoas que estão prestes a concluir o ensino fundamental permanecem mais tempo em contato com o rádio durante a semana, mantendo a média diária de 3 horas e 22 minutos. No item que trata da atividade profissional, a audiência é mais duradoura entre os trabalhadores do setor de comércio e serviços, que ficam em média 3 horas e 9 minutos, de segunda a sexta-feira, ouvindo rádio (*op. cit.*, p. 41).

Outro dado relevante foi o nível de confiança das pessoas nas notícias e publicidades veiculadas pela televisão, rádio, jornais e internet (*sites, blogs* e redes sociais). As notícias que apresentaram nível maior de credibilidade foram as veiculadas pelos jornais impressos: 53%

dos entrevistados disseram confiar sempre ou muitas vezes nesse meio de comunicação. O rádio manteve-se bem próximo, obtendo o segundo maior nível de confiança (50%), logo seguido pela televisão (49%). A internet tem o menor índice médio: 24,6% dos pesquisados afirmaram confiar sempre ou muitas vezes na rede mundial de computadores. No tocante a publicidade, rádio e televisão apresentaram 42% de confiança, enquanto os jornais impressos tiveram 47% do crédito. A internet apresentou índice de confiança de 19% (*op. cit.*, p. 82).

Nota-se, pelos dados expostos, que o hábito de ouvir rádio continua consolidado entre os brasileiros, apesar da existência de novas formas de acesso à informação e entretenimento. A audiência, entretanto, mostrou-se mais madura e formada por indivíduos que desenvolvem atividades profissionais que exigem escolaridade limitada— outra característica que, ao ser analisada juntamente com a baixa renda familiar, identifica um grupo de pessoas que tem necessidades comunicacionais e educacionais específicas que podem ser supridas pelo rádio.

Apesar de apresentar um perfil pormenorizado dos *ouvintes/usuários*, a *Pesquisa Brasileira de Mídia* não revelou quais são os aparatos tecnológicos (rádios convencionais, computadores, celulares, entre outros) usados pelas audiências para a obtenção dos conteúdos sonoros. Apresentou-se apenas, dentre os itens pesquisados, quais são as emissoras preferidas pelos públicos. Esses dados permitem supor que o rádio do qual tratou a pesquisa atua prioritariamente no ambiente analógico, uma vez que todas as emissoras citadas operam em AM ou FM (SECOM, 2014, pp. 44-45).

Outro fator que não foi indicado pela pesquisa está relacionado às formas de recepção das mensagens radiofônicas que envolvem os espaços, as circunstâncias e o momento em que ocorre o contato das audiências com as sonoridades. Além da *atenção concentrada* que é exigida para aquilo que é ouvido e da *seleção intencional* do programa ou conteúdo que se pretende priorizar há também a recepção ambiental, que ocorre quando o rádio atua como um “pano de fundo” para realização de alguma atividade. Há ainda a recepção que atua como companhia, ou seja, quando atenção à aquilo que se ouve ocorre de forma marginal ou esparsa (ORTRIWANO, 1985, p. 82).

É preciso levar em conta ainda a existência de uma nova, ampla e ainda pouco conhecida audiência presente no ambiente digital, onde a grande maioria das emissoras busca disponibilizar os conteúdos radiofônicos transmitidos de forma analógica. As tecnologias digitais e a convergência com os outros meios de comunicação ampliaram de forma planetária o alcance do rádio, permitindo maior abrangência na difusão e melhor acessibilidade às

transmissões ao vivo ou aos diversos elementos adicionais que convergem no ciberespaço. Se no passado analógico o rádio forjou seu prestígio pelo apreço da audiência, tornando-se presente e atuante nos lares, nos locais de trabalho e de lazer, entre outros ambientes, o atual momento propicia ao meio outras condições antes inimagináveis.

Em seus primeiros anos, o poder do rádio foi temido devido, principalmente, ao desconhecimento de suas potencialidades e consequências. Hoje, a situação não é muito diferente: mais que o poder do rádio, o poder da comunicação continua temido, agora via informática. É a vez da Internet ocupar o lugar central no palco das discussões, como meio para diferentes manifestações radiofônicas: suporte para as transmissões normais; emissoras virtuais, que existem somente na Internet; rádio *on demand*, ou seja, ouvir programas que já foram para o ar ou a disponibilização de outros arquivos sonoros, como gravações históricas, por exemplo. É a convergência, a soma dos *media* (ORTRIWANO, 1998, p. 28).

No presente, a convergência que ocorre na internet entre o rádio e outras mídias é compreendida por representantes empresariais desse setor como estratégia prioritária que é empreendida para garantir a estabilidade econômica necessária na caminhada rumo ao futuro. Algumas opiniões nesse sentido foram expressas na mesa redonda realizada no início de 2014 pelo *Grupo de Mídia*, formado por integrantes das principais emissoras do Brasil. O debate expôs que as rádios comerciais se reposicionam no mercado e se tornam, a cada ano, mais dinâmicas no quesito financeiro, em parte grande pelo trabalho voltado ao ambiente digital.

Para Fábio Correa de Faria, gerente comercial do Sistema Globo de Rádio, o rádio foi a primeira mídia a tornar suas atividades complementares, e não concorrentes, na internet. Segundo Cristina da Hora, diretora comercial da Alpha FM, os esforços decorrentes da inserção do rádio na internet, sejam em *sites* ou em aplicativos, visa também atrair um público mais jovem e familiarizado com as novas tecnologias. Já Álvaro Leopoldo da Silva, diretor comercial da Jovem Pan, considera que um dos setores que tem obtido bons resultados com a interface virtual é o Jornalismo. Na opinião de Felipe Goron, diretor do Grupo RBS, uma das mudanças observadas no consumo de rádio é a amplificação no processo de interação com os *ouvintes/usuários* não apenas por causa dos *sites*, mas também devido aos *blogs* e redes sociais (MÍDIA DADOS, 2014, pp. 310-311).

A análise feita pelos representantes empresariais deixa evidente que as estratégias comerciais encaram a internet como um novo campo para prospecção de recursos financeiros para o rádio, apesar de a credibilidade da publicidade não ser ainda consolidada na rede, como indicou a *Pesquisa Brasileira de Mídia*. Marcelo Jinno, diretor comercial do Grupo Mix de

Comunicação, considerou que o desafio é agregar valor aos negócios empresariais, condição também ressaltada por José Luiz Nascimento Silva, diretor de marketing e novos negócios do Sistema Globo de Rádio. Segundo ele, a *Web* não bancará as atuais operações comerciais, mas exigirá cada vez mais atenção e investimentos. Luiz relata ainda que a receita advinda da internet tem crescido bastante, representando boa parte do faturamento do sistema. O mesmo fenômeno é mencionado por Luiz Gustavo Vieira, diretor comercial da 89 FM, que revela ser de 30 a 40% o faturamento obtido dos projetos realizados na internet (*op. cit.*, pp. 311-312).

2.2 Origem e desenvolvimento do rádio brasileiro

Entender o rádio no presente exige analisar, mesmo que de maneira objetiva, qual foi o percurso percorrido no passado por esse meio de comunicação no Brasil. O rádio revelou ser, desde as primeiras transmissões no início do século XX até o atual momento de apogeu das tecnologias digitais e de convergência midiática, um eficiente e acessível meio que permite o efetivo compartilhamento de ações comunicacionais. Apesar do aspecto plural e democrático adquirido ao longo das décadas, o rádio surgiu no país, conforme salienta Ortriwano (1985), sob a custódia de *grupos de poder* que determinaram não somente os conteúdos que seriam difundidos, como também os caminhos que esse meio de comunicação teve que trilhar até a chegada de sua atual conformação. Controlado nas décadas de 1920 e 1930 por representantes da elite carioca, por empresários e pelo governo, o rádio foi utilizado da maneira que melhor convinha a cada um desses segmentos sem que o *ouvinte/usuário* fosse, de fato, priorizado. O primeiro grupo de poder era formado em sua maioria por intelectuais, que em parte entendiam o rádio como forma de deleite personalizado voltado à transmissão de conteúdos eruditos, como óperas e recitais. Já a outra parte desse grupo compartilhava dos ideais de pessoas que previam o rádio como um meio de comunicação de massa que, no futuro, alcançaria – como alcançou – grande admiração e respeito popular.

Dentre as personalidades brasileiras que contribuíram para o desenvolvimento do rádio destaca-se Edgard Roquette-Pinto⁴⁴, que desejava transformar a tecnologia em um poderoso

⁴⁴ Considerado o “pai da radiodifusão no Brasil”, Edgard Roquette-Pinto nasceu no Rio de Janeiro no dia 25 de setembro de 1884, no bairro do Botafogo, e faleceu na mesma cidade, em Copacabana, no dia 15 de outubro de 1954. Filho de tradicional família carioca foi médico, escritor, antropólogo, etnólogo e ensaísta (Tavares, 1997).

meio de difusor da educação e de cultura, que beneficiaria principalmente as camadas menos favorecidas da sociedade. Porém, o meio atendeu inicialmente setores privilegiados:

O rádio nascia como meio de elite, não de massa, e se dirigia a quem tivesse poder aquisitivo para mandar buscar no exterior os aparelhos receptores, então muito caros. Também a programação não estava voltada para atingir aos objetivos a que se propunham seus fundadores: “levar a cada canto um pouco de educação, de ensino e de alegria”. Nasceu como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram basicamente culturais, educativas e altruísticas (ORTRIWANO, 1985, p. 14).

A primeira transmissão oficial realizada em terras brasileiras⁴⁵ mostrou caráter social exclusivista e excludente, distanciando-se das intenções de Roquette-Pinto. Apresentado como a principal atração da exposição internacional organizada em comemoração ao Centenário da Independência no Rio de Janeiro, então Capital Federal do Brasil, o rádio começou sua trajetória histórica no país em 7 de setembro de 1922. A novidade tecnológica, aclamada pela elite da época, foi disponibilizada parcialmente à população, que teve acesso aos primeiros conteúdos sonoros emanados de alto-falantes espalhados por regiões específicas da cidade, como a Praia Vermelha. Alguns privilegiados previamente selecionados tiveram acesso aos receptores importados e distribuídos para a ocasião (SAMPAIO, 1971, p. 19).

Após o evento, as transmissões foram interrompidas para retornarem somente sete meses depois, ou seja, em 20 de abril de 1923, quando foi inaugurada a *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*. A *Academia Brasileira de Ciências*, que reunia a nata da intelectualidade brasileira, ajudou a forjar a emissora que foi fundada por Roquette-Pinto (então secretário da entidade) e por Henry Morize (que presidia a Academia).

A *Rádio Sociedade* configurou-se, no Brasil, como propulsora do desenvolvimento da radiodifusão. Esse meionicação foi inserido definitivamente no cotidiano social, conquistando o respeito e a predileção das pessoas que foram mobilizadas durante décadas, em importantes eventos históricos, pelas ondas sonoras. Desde sua criação, no início do

⁴⁵ De acordo com Ortriwano (1985, p. 13), experiências anteriores envolvendo a radiodifusão foram feitas no Brasil. Há também o relato de que a primeira emissora a ser instalada no país foi a Rádio Clube de Pernambuco, em 1919, no Recife (SAMPAIO, 1971, p. 19). Houve ainda no Brasil, entre 1893 a 1894, demonstrações de telefonia sem fio na cidade de São Paulo que foram feitas pelo padre gaúcho Roberto Landell de Moura, que transmitiu sinais de rádio por cerca de oito quilômetros de extensão entre a Avenida Paulista e o Alto de Santana (COSTELLA, 1984, p. 156).

século passado, a *Rádio Sociedade* inovou ao possibilitar à sociedade brasileira acesso à informação, à cultura e ao entretenimento:

A partir dessa data, o rádio participou de todos os movimentos da vida brasileira. Ajudou a derrubar a República Velha, participou da Revolução de 32, fez extensos noticiosos sobre a Segunda Guerra Mundial. Desempenhou importante papel no Golpe Militar de 64, participou ativamente da redemocratização durante a Nova República e, pouco depois, fez ecoar país afora o processo de impeachment de um presidente da República. Os políticos sempre souberam reconhecer sua importância nas campanhas eleitorais e, na corrida presidencial de 2002, quando o povo depositou suas esperanças em um novo perfil administrativo, não foi diferente. Não há candidato que não se interesse em participar de programas em emissoras radiofônicas em todas as cidades por onde passam as comitivas eleitorais. Essa importância se estende a atividades de todos os campos de atuação, sejam conquistas esportivas ou campanhas de todo tipo (ORTRIWANO, 2003, p. 68).

Apesar do pioneirismo da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, as emissoras brasileiras surgiram inicialmente custeadas por associações ou clubes formados por indivíduos que, pertencentes a classes sociais dotadas de capacidade financeira, mensalmente cotizavam recursos e faziam doações, fato que mantinha aquela tecnologia inacessível às camadas sociais menos favorecidas. “Não era a maior parte da população que escutava os programas, mas a elite e os estratos médios da população, resumindo-se principalmente aos centros urbanos” (GILIOLI, 2009, p. 161).

O empresariado, que formou o segundo grupo de poder, descobriu no rádio um meio eficaz para difundir produtos e serviços por intermédio dos “reclames” – uma derivação das publicidades até então veiculadas apenas nos jornais impressos. Quase que de maneira simultânea, o terceiro grupo de poder entrou em ação. As rádios adotaram uma configuração comercial que foi formalizada em 1º de março de 1932 pelo governo vigente, que promulgou o Decreto 21.111 autorizando a veiculação publicitária, limitada a 10% da programação, passando mais tarde para 20 e 25%. “A introdução das mensagens comerciais transfigura imediatamente o rádio: o que era erudito, educativo e cultural passa a transformar-se em popular, voltado ao lazer e à diversão” (ORTRIWANO, 1985, p. 15).

A lei que regulamentou a publicidade foi apenas uma das legislações impetradas pelos governantes, que não apenas empreenderam esforços no sentido de regulamentar o veículo,

instituindo leis relativas ao controle estatal da radiodifusão, mas também buscaram formas de uso desse meio para fins políticos. Maior exemplo dessa intenção foi a criação da *A Voz do Brasil*, programa radiofônico brasileiro que, desde 1934, é mantido obrigatoriamente *no ar*, transmitindo de segunda à sexta-feira os feitos dos poderes executivo, legislativo e judiciário (*op. cit.*, p. 13-16).

Os investimentos publicitários cada vez maiores fizeram o rádio atingir o ápice na década de 1940, marcada pelo surgimento da chamada *era de ouro*. A principal emissora da época, a *Rádio Nacional do Rio de Janeiro*, popularizou a audiência ao oferecer uma programação diversificada, com destaque para a música e o entretenimento. Fundada em 12 de setembro de 1936, A emissora pertenceu à empresa *A Noite* e foi criada a partir de uma pioneira organização empresarial dirigida por Vitor Costa, que coordenava um conselho de administração formado por oito divisões especializadas (COSTELLA, 1984, p. 182).

Em 1940, encampada pelo governo Getúlio Vargas, a *Nacional* passou a servir como mecanismo de controle social destinado a manter as expectativas da população, tornando-se base para legitimação ideológica que reitera o “quadro geral dos valores dominantes no período” (ORTRIWANO, 1985, p. 19). A emissora serviu de modelo comercial às demais que, no intuito de angariar mais ouvintes e, em consequência, obter maior aporte publicitário, tornaram as programações cada vez mais populares, descendo em alguns casos ao popularesco e ao baixo nível (COSTELLA, 1984, p. 183).

Na década de 1950, a hegemonia no controle da audiência sucumbiu à chegada da televisão, que foi determinante para a mudança de rumos do rádio brasileiro. O novo veículo utilizou como modelo toda a infraestrutura administrativa, operacional, técnica, publicitária e artística que o rádio consolidou desde as primeiras transmissões no país. A adaptação a uma nova realidade, principalmente no tocante à condição financeira, fez com que o rádio optasse por ações que priorizassem a redução de custos operacionais.

Uma das primeiras iniciativas nesse sentido foi a produção e a veiculação de conteúdos gravados no lugar do grande volume de programas que eram feitos *ao vivo*. A regionalização tornou-se outra opção às transmissões radiofônicas, que aboliram gradativamente a priorização do enfoque nacional. A última fase decorrente da implantação da televisão foi a especialização das rádios que, em grande número, substituíram suas programações diversificadas por outras específicas e dirigidas para atender, assim, públicos segmentados (ORTRIWANO, 1985, pp. 21-24).

Entre as décadas de 1960 a 1990, o rádio experimentou mudanças significativas, sendo muitas delas decorrentes das tecnologias de transmissão e recepção que foram gradativamente disponibilizadas à sociedade. Destacaram-se, nesse período, as primeiras transmissões *via satélite* e o surgimento das emissoras em frequência modulada – as FM (1960). Nos períodos seguintes, evidenciaram-se a criação de agências de prestação de serviços radiofônicos, das redes de emissoras privadas e da Radiobrás⁴⁶ (1970), o uso de novos suportes físicos para gravação em áudio como o CD (1980) e a massificação nacional das redes de rádio e a disponibilização das programações *via satélite* (1990).

O desenvolvimento histórico do rádio seguiu em paralelo com a evolução do país, mais influenciado por aspectos políticos e financeiros do que pelo prisma social. “De uma maneira geral, há uma forte dependência aos centros de desenvolvimento do sistema econômico vigente no país, uma vez que o rádio – falando só das emissoras comerciais – vive exclusivamente do faturamento originado pela publicidade” (ORTRIWANO, 1985, p. 28). Verifica-se, na atualidade, que o controle dos antigos grupos de poder e a influência de outros segmentos que surgiram no decorrer da história mantém-se presente nos rumos presentes percorridos pelo rádio, que ainda encara à frente as mudanças decorrentes da nova realidade promovida pelas tecnologias digitais e pela convergência das mídias.

2.3 Panorama atual do rádio brasileiro

Em 2014, as rádios comerciais representaram 47% do total de emissoras existentes no Brasil. Essa modalidade começou a ser formatada na década de 1930 por conta da formulação de leis que permitiram a exploração publicitária. Durante o século passado, o rádio comercial necessitou adaptar-se à concorrência da televisão e às mudanças tecnológicas, políticas e econômicas que ocorreram no Brasil e no mundo. Hoje, frente aos desafios gerados pela era da convergência das mídias, esse segmento ocupa espaço em todo o território nacional.

⁴⁶ Criada em 1975 durante a ditadura militar, a Empresa Brasileira de Radiodifusão centralizou a gestão das emissoras de rádio e televisão públicas brasileiras. Em 1988 fundiu-se à Empresa Brasileira de Notícias, mudando o nome para Empresa Brasileira de Comunicação e, em 2008, foi incorporada a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Informações obtidas em: <<http://www.ebc.com.br/>>. Acesso em: 10 Jul. 2013.

Tabela 1 - Distribuição de rádios comerciais por estado

REGIÃO	ESTADO	RÁDIO			
		FM	AM		
			OM	OC	OT
CENTRO-OESTE	DF	14	8	5	0
	GO	124	59	2	3
	MS	72	55	0	4
	MT	90	64	0	4
NORDESTE	AL	34	17	0	0
	BA	151	98	0	1
	CE	108	104	0	0
	MA	48	43	1	3
	PB	70	34	0	0
	PE	78	40	0	1
	PI	36	49	0	1
	RN	21	33	0	0
	SE	27	12	0	0
	AC	16	8	0	5
	AM	31	27	2	10
	AP	10	6	0	2
NORTE	PA	90	45	0	7
	RO	54	23	0	5
	RR	11	6	0	1
	TO	36	19	0	1
	ES	49	26	0	1
	MG	363	182	4	5
	RJ	87	60	6	1
	SP	453	274	22	15
SUL	PR	211	179	10	2
	RS	256	187	10	0
	SC	144	108	3	0
TOTAL		2684	1766	65	72

Fonte: Ministério das Comunicações (29 de setembro de 2014)

A divisão por regiões mostra uma concentração maior de rádios em localidades onde o desenvolvimento social e econômico é mais elevado no país. O Sudeste detém mais da metade das emissoras existentes, sendo São Paulo o estado com o maior número de rádios: 764, no total. As regiões Sul, Nordeste, Centro-oeste e Norte mantêm juntas 40% das rádios, sendo o Acre o estado com a menor quantidade de emissoras no Brasil: apenas 29.

Gráfico 10 – Total de rádios comerciais por região

Fonte: Somatória de dados do Ministério das Comunicações (2014)

Esboçar um perfil que possibilite representar com fidelidade o rádio brasileiro é uma tarefa que tem dimensões continentais, semelhantes à do território nacional. A pulverização das emissoras pelas mais diversificadas e distantes localidades e a dificuldade em agregar diferentes estudos sobre o rádio são apenas dois entraves, dentre vários outros, que dificultam a formulação de um cenário global completo.

Contudo, relevantes iniciativas buscaram elaborar um perfil aproximado e atualizado do rádio no contexto nacional. Uma dessas ações foi exposta no livro *Radiojornalismo no Brasil: dez estudos regionais*, editado em 1986 pela Com-Arte para a série *Estudos de Comunicação*, organizada pela professora e pesquisadora de rádio Gisela Swetlana Ortriwano. A obra é formada por trabalhos monográficos produzidos por participantes do 2º Curso de Aperfeiçoamento para Professores de Jornalismo, realizado em junho de 1986 pelo CJE da ECA/USP. Os textos presentes na obra trazem estudos realizados em Belém, Recife, Maceió, Vitória, Goiânia, Florianópolis, Rio de Janeiro e Vale do Paraíba, interior de São Paulo e tiveram a intenção, segundo palavras de Gisela Ortriwano, de promover “uma visão de como a problemática do Radiojornalismo – e do Rádio, num plano mais amplo – se apresenta em diversas regiões do país” (*op. cit.* p. 10).

Em 2009, outra iniciativa mais ambiciosa, ampla e inédita se comprometeu a mapear e inventariar todas as rádios que operam em todos os estados e municípios brasileiros. Devido à magnitude da delimitação, as investigações partiram inicialmente das emissoras instaladas nas regiões metropolitanas. Os resultados dessa pesquisa, que reuniu 53 autores de 27 estados, foram publicados no livro *Panorama do Rádio no Brasil* (2011), impresso em 2011 pela

Editora Insular e organizado por Nair Prata⁴⁷. Posteriormente, numa outra fase dos trabalhos, os pesquisadores pretendem estender os estudos às rádios dos grandes municípios e também às pequenas cidades do interior. Após a conclusão dessas empreitadas há ainda pretensão de, numa etapa final, inventariar as rádios com existência apenas na internet, as *Webrádios*.

O *Panorama* revelou quais rádios estão em operação em cada região metropolitana brasileira, indicando quais públicos elas atendem, quais são as programações transmitidas e quais grupos empresariais mantêm o controle administrativo e operacional. De forma geral, os estudos mostraram aspectos que se repetiram em todas as localidades. A primeira dentre essas particularidades relaciona-se à supremacia das redes nacionais, que tem bases operacionais nos grandes centros urbanos não somente por causa de fatores relativos à audiência, mas principalmente por circunstâncias vinculadas a aspectos de caráter financeiro e político. Observa-se que tal ocorrência detectada é resultante de um contexto condicionado ao sistema econômico no qual os diversos segmentos da sociedade estão inseridos. “De maneira geral, há uma forte dependência dos centros de desenvolvimento do sistema econômico vigente no país, uma vez que o rádio – falando só das emissoras comerciais – vive exclusivamente do faturamento originado pela publicidade” (ORTRIWANO, 1985, p. 28).

As redes são formadas por conjuntos de emissoras que replicam a mesma programação para os mais distintos pontos geográficos do país. A meta prioritária é a prospecção de novas fontes de recursos a partir da ampliação do raio de ação da empresa de comunicação que dá nome à rede – condição que favorece a veiculação das mensagens radiofônicas para um público mais numeroso. O estabelecimento de emissoras *cabeças de rede*⁴⁸ ainda permitiu aos empresários do setor a redução de custos com mão de obra e outros investimentos, obtendo maior lucratividade final. As preocupações econômicas são vistas como comprometedoras à qualidade das transmissões radiofônicas promovidas por esses grupos corporativos:

Se as redes podem fortalecer a saúde financeira das empresas de radiodifusão, do ponto de vista do conteúdo da programação e do mercado de trabalho a situação é preocupante, uma vez que as emissoras poderão vir a ser meras retransmissoras de programas, sem produção local, a exemplo do que já ocorre com as emissoras de televisão (ORTIWANO, 1986, p. 20).

⁴⁷ Docente da Universidade Federal de Ouro Preto. O trabalho ainda envolveu integrantes da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar) e do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

⁴⁸ Emissora que transmite, para dezenas ou centenas de outras rádios, o conteúdo nacional.

No Brasil, a formação da primeira rede rádio teve motivação política e não econômica, sendo criada em 10 de novembro de 1937 durante o governo Getúlio Vargas com a intenção de anunciar a criação do *Estado Novo*. Em 1958, o futebol motivou a geração de uma nova rede. A *Rádio Bandeirantes de São Paulo*, juntamente com outras 400 emissoras de todo o país, instalou a *Cadeia Verde Amarela Norte-Sul Brasil*, que transmitiu a Copa do Mundo da Suécia, torneio do qual a seleção brasileira sagrou-se campeã pela primeira vez (AVALLONE JORGE, 2004, p. 238).

No Brasil, esses conglomerados se proliferaram inicialmente para atender às demandas de agências que produziam conteúdo publicitário nacional e que careciam de programações homogêneas destinadas a públicos diversificados. As emissoras pertencentes a apenas um grupo concessionário também estabeleceram estratégias para criação de suas próprias redes, da mesma forma como ocorreu com a televisão durante a década de 1970 (ORTRIWANO, 1985, p. 33). A tecnologia, mais uma vez, foi responsável por amplificar a penetração do rádio perante as audiências, que tiveram acesso às programações transmitidas *via satélite* a partir de 1962. Foram necessários, porém, que 23 anos fossem transcorridos para que o país fizesse essas transmissões com seu próprio satélite de comunicações – o *Brasilsat A1*, lançado ao espaço em 1985 (AVALLONE JORGE, 2004, p. 239).

Não há indicadores estatísticos que apresentem o número exato de redes de rádio AM e FM existentes no Brasil. Contudo, o *tudoradio.com*⁴⁹ apresenta uma relação de 67 redes de rádio que transmitem *via satélite* e que podem ainda ser acessadas *online*. As principais estão no eixo Rio de Janeiro/São Paulo, além do sul do país, que detém a maior rede de rádio. O grupo *Mídia Dados*, no relatório de 2014, apresentou um *ranking* com as maiores redes do Brasil. A classificação revelou que os principais grupos estão concentrados nas regiões Sul e Sudeste e que a programação prioriza a música (com destaque para os gêneros voltados ao público jovem, como o Pop e o Sertanejo) e a informação (ênfase para as rádios *All News*). As principais redes brasileiras oferecem conteúdos específicos e dirigidos que visam a atração, para a audiência, de públicos diversos, preferencialmente o jovem (com foco em música e entretenimento) e o adulto (com foco na informação).

A especialização vigente nas programações das redes expõe-se como um modelo que se distancia do rádio generalista voltado à utilidade pública e à prestação dos mais variados serviços aos *ouvintes/usuários*. Na opinião de Meditsch (2007, p. 31), a especialização faz

⁴⁹ Disponível em: <<http://tudoradio.com/redes>>. Acesso em: 05 Set. 2014.

com que a função informativa do rádio tenha sua importância reduzida de forma gradual em determinadas situações, enquanto em outras é intensificada e torna-se dominante, como no caso das *All News*. É possível inferir que a uniformização dos conteúdos, por não estabelecer conexão direta com os aspectos regionais, oferece risco à preservação das características culturais estabelecidas em cada sociedade. Ao divulgarem a mesma programação, as redes podem desvincular os *ouvintes/usuários* da realidade local, distanciando-os de seus hábitos, costumes e até de seu linguajar, dentre outras peculiaridades (ORTRIWANO, 1985, p. 34).

Tabela 2 – Redes com o maior número de emissoras em 2014

Redes	Número de Emissoras
Rede Gaúcha Sat	152
Jovem Pan Sat AM	74
Rede Bandeirantes AM/FM	61
Jovem Pan Sat FM	53
Rede Transamérica – Hits	49
Rede Band FM	42
CBN	35
Globo AM	33
Rede Mix FM	26
Grupo RBS	25
Antena 1 Sat	20
Rede Nativa	17
Rede Atlântida	13
Rede Transamérica – Pop	13
Estadão	10
Band News	08

Fonte: Mídia Dados 2014

Outro fator observado nas pesquisas que deram origem ao livro *Panorama do Rádio no Brasil* é a predominância, à frente das administrações das emissoras, de grupos políticos e religiosos, principalmente de denominações evangélicas. No tocante à classe política, nota-se plena participação desse grupo na gestão de emissoras de rádio em todo o país. Levantamento feito em 2008 pelo projeto *Donos da Mídia*⁵⁰ revelou que existiam, no Brasil, 271 políticos com participação societária ou atuando como diretores de 324 veículos de comunicação. Esse cenário é derivado, em parte, pela legislação que regulamenta a outorga de concessões de radiodifusão e que mantém o Governo Federal como responsável legal pela fiscalização e, principalmente, pela provação de autorizações para exploração de sistemas de radiodifusão.

No século passado, o controle estatal das concessões de rádio e televisão sofreu alterações significativas, principalmente quando foram determinadas mudanças nesse sistema pela Constituição de 1988. Uma dessas alterações acabou com a supremacia na liberação das concessões por parte do poder executivo que passou a liberar, renovar ou cancelar concessões mediante o aval do poder legislativo, condição que beneficiou diretamente grupos políticos que, como agentes intermediadores, tiveram acesso facilitado às emissoras (CHAGAS, 2012, p. 96). A barganha política, para Ortriwano (1986), torna secundário o interesse social e compromete a competência e qualidade das atividades radiofônicas:

Os políticos estão mais preocupados com o rádio como meio para venderem seus interesses eleitoreiros, entre os quais se incluem o prestígio pessoal e a angariação de votos. Não tem interesse em investir em uma boa programação. Profissionais nem sempre capacitados, mal remunerados, sem liberdade de criação e expressão, cumprem o papel de manter a emissora no ar para satisfazerem as aspirações político-ideológicas do patrão. A programação resume-se a cópias, muitas vezes mal feitas, popularescas e com forte cunho paternalista, de programas que estejam conseguindo audiência nos grandes centros, principalmente Rio de Janeiro e São Paulo (ORTRIWANO, 1986, p. 18)

Em relação ao controle dos grupos religiosos, observa-se um crescimento de emissoras vinculadas às várias denominações e vertentes majoritariamente cristãs. Como no caso das rádios controladas por grupos políticos, não existem estatísticas precisas que revelem quantas emissoras estão sob controle de grupos religiosos. Entretanto, o *tudorádio.com* permite acesso online a 330 emissoras, divididas nos segmentos *gospel*, *evangélico*, *católico* e *espírita*, que operam em AM e FM em capitais e cidades do interior das cinco regiões do Brasil.

⁵⁰ Disponível em: <<http://donosdamidia.com.br/levantamento/politicos>>. Acesso em: 10 Ago.2014.

A relação do rádio brasileiro com a igreja é antiga. O primeiro programa radiofônico de cunho religioso foi ao ar em 23 de setembro de 1943, quando 17 emissoras do país se uniram à *Igreja Adventista do Sétimo Dia* para apresentar *A Voz da Profecia*, que teve o comando do pastor Roberto Rabello e canções entoadas ao vivo pelo quarteto *Arautos do Rei* (PRATA et.al., 2014). O programa mantém-se no ar há 71 anos, sendo transmitido ao vivo e também na internet pelas rádios pertencentes ao grupo de comunicação *Novo Tempo*⁵¹.

Ferraretto (2000, p. 182) salienta que muitas organizações religiosas, principalmente as católicas e as protestantes, “transformaram as emissoras em templos eletrônicos com a transmissão constante de cerimônias, entremeadas por preces e, em alguns casos, notícias sobre suas atividades e músicas com temática bíblica”. Ortiwano (1986, p. 18) também chama a atenção para a diversidade de objetivos das entidades religiosas, como a difusão de seus credos e a venda de produtos “que exploram a religiosidade e a credulidade populares, em meio a promessas de milagres de todo o tipo”. Corazza (2004, p. 274) considera a religião como parte da cultura do rádio, sendo que os princípios que orientam as várias denominações precisam ser traduzidos nas práticas dos comunicadores. “A religião, um termo do espaço sagrado, está presente no cotidiano da vida e da comunicação radiofônica, portanto não pode ser banalizada no espaço público”.

Outra particularidade do rádio detectada pelo *Panorama do Rádio no Brasil* refere-se à diversidade da programação, que se alterna na preferência dos *ouvintes/usuários* de acordo com a região. As pesquisas apresentadas pela obra indicam que, em todas as regiões, os conteúdos locais e regionais ainda mantêm espaço, que é disputado com uma programação homogeneizada próxima a elaborada pelas redes, reproduzindo linguagens e referências socioculturais das localidades onde estão instaladas as sedes operacionais desses grupos.

2.3.1 Rádios comunitárias e os grupos de poder

As rádios comunitárias foram criadas pela lei nº 9.612/1998 e regulamentadas pelo decreto nº 2.615/1998. Recentemente, a portaria nº 197/2013 estabeleceu novos critérios de outorga, de renovação e de funcionamento dessas rádios⁵², que representam 47% do total de

⁵¹ Disponível em: < <http://novotempo.com/audios/categoria/a-voz-da-profecia-2/>>. Acesso em: 10 Ago.2014.

⁵² Disponível em: <<http://www.comunicacoes.gov.br/espaco-do-radiodifusor>>. Acesso em: 10 Nov. 2014.

emissoras existentes no país. É possível observar, com base em números divulgados pelo Ministério das Comunicações, que a distribuição das emissoras pelo país é discrepante, o que permite concluir que tal fato ocorre principalmente por aspectos populacionais e econômicos, potencializados por interesses corporativos e políticos. A região Sudeste suplanta as demais em número de emissoras. Ao todo, são 1538 rádios comunitárias, sendo São Paulo o estado que detém no país a maior quantidade dessas emissoras. A região Norte é a mais desprovida, registrando apenas 236 estações.

Tabela 3 – Distribuição de rádios comunitárias por estado

Região	Estado	Rádios Comunitárias
Centro-oeste	DF	34
	GO	221
	MS	87
	MT	95
Nordeste	AL	70
	BA	336
	CE	229
	MA	164
	PB	152
	PE	192
	PI	98
	RN	129
	SE	38
	AC	5
Norte	AM	42
	AP	19
	PA	127
	RO	43
	RR	6
	TO	85
Sudeste	ES	71
	MG	749
	RJ	126
	SP	592
Sul	PR	315
	RS	404
	SC	212
Total		4641

Fonte: Ministério das Comunicações (30 de Setembro de 2014)

No Brasil, o controle das rádios comunitárias muitas vezes não está sob a tutela das comunidades atendidas por esse tipo de serviço de radiodifusão. Conforme Peruzzo e Volpato (2010, p. 40), nem todas as emissoras legalizadas oferecem, na prática, programações voltadas ao desenvolvimento social. Os mesmos padrões e práticas das emissoras comerciais são reproduzidos por essas rádios, que são usadas exclusivamente para fins comerciais ou então para proselitismo religioso ou motivação político-partidária, dentre outros propósitos.

Entre 1999 a 2004, ou seja, somente nos primeiros cinco anos depois da implantação da lei que regulamentou as rádios comunitárias brasileiras, o Ministério das Comunicações liberou o funcionamento de 2.205 concessões, o que representa quase a metade das rádios em operação na atualidade. Desse total, Lima e Lopes (2007) identificaram que 1.106 emissoras, ou 50,2%, apresentavam algum vínculo político. Esses números fazem parte da pesquisa *Rádios comunitárias: coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004) - as autorizações de emissoras como moeda de barganha política*⁵³, que elaborou durante 18 meses um detalhado banco de dados com informações sobre as rádios autorizadas a funcionar pelo Ministério das Comunicações até janeiro de 2007. Os vínculos políticos detectados pela pesquisa vieram principalmente do cruzamento dos nomes dos integrantes das diretorias das emissoras de rádio comunitária e de pessoas que fazem parte das seguintes categorias:

- Detentores de mandatos eletivos em nível municipal, estadual ou federal entre janeiro de 1998 e abril de 2007 (fonte: resultados das eleições de 1998, 2000, 2002, 2004 e 2006 fornecidos pelo TSE);
- Candidatos derrotados em eleições municipais, estaduais, ou federais nos anos de 1998, 2000, 2002, 2004 e 2006 (fonte: resultados das eleições de 1998, 2000, 2002, 2004 e 2006 fornecidos pelo TSE);
- Doadores de campanha nas eleições municipais, estaduais ou federais nos anos de 2000, 2002, 2004 e 2006 (fonte: listas de doadores de campanha divulgadas pelo TSE);
- Ocupantes de cargos de direção em diretórios e comissões provisórias municipais ou estaduais de partidos políticos registrados no TSE, ou integrantes de suas diretorias em nível nacional (os dados estaduais e municipais são divulgados pelos TREs e não estão disponíveis em alguns deles);
- Ocupantes de cargos de 1º e 2º escalões nos poderes Executivo e Legislativo na esfera municipal, estadual ou federal (fontes: diários oficiais, arquivos de órgãos de mídia, páginas oficiais das administrações etc.);

⁵³ O trabalho elaborado por Lima e Lopes (2007) recebeu o apoio do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), Fundação Ford e do Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/download/Coronelismo_eletronico_de_novo_tipo.pdf>. Acesso em: 01 Nov. 2014.

- Familiares de detentores de mandatos eletivos entre janeiro de 1998 e abril de 2007;
- Familiares de candidatos derrotados em eleições municipais, estaduais ou federais nos anos de 1998, 2000, 2002, 2004 e 2006 (LIMA E LOPES, 2007, pp. 39-40).

À época, a pesquisa revelou que mais da metade das rádios comunitárias operava de forma irregular no Brasil. A vinculação a grupos políticos ou pessoas que já ocuparam cargos públicos mostrou-se uma prática nacional, sendo detectada nos 27 estados da federação e aparecendo em maior número nos estados de Tocantins, Amazonas, Santa Catarina, Espírito Santo e Alagoas, que representam o Norte, o Sul, o Sudeste e o Nordeste, ou seja, quatro das cinco regiões brasileiras.

É inegável a existência de alto grau de vínculo político nas rádios comunitárias regularmente outorgadas no país. Também se pode notar que há uma variação considerável entre estados, mas o mesmo não acontece quando comparamos regiões. Cite-se, por exemplo, que os cinco estados nos quais encontramos maior índice de vínculo político – Tocantins, Amazonas, Santa Catarina, Espírito Santo e Alagoas – representam o Norte, o Sul, o Sudeste e o Nordeste, quatro das cinco regiões brasileiras (*Ibidem*, p.40).

O elevado grau de burocracia institucional que envolve o setor da radiodifusão no Brasil pode ser apontado com um dos motivos da influência de indivíduos ligados à política que, inicialmente, agem como *padrinhos* na obtenção das outorgas para, posteriormente, interferirem na gestão administrativa das rádios comunitárias. As diversas restrições legais e técnicas impostas pelo Ministério das Comunicações são resultantes, em grande parte, da pressão exercida sobre o governo por entidades corporativas como a ABERT.

O temor pela perda da audiência das rádios comerciais e, consequentemente, de receita publicitária é um dos principais motivos que geram essa mobilização classista, que ganhou força na década de 1990 quando ocorreu o processo que culminou na lei que regulamentou as emissoras comunitárias brasileiras. Na teoria e conforme a legislação, as rádios comunitárias deveriam exercer funções de caráter eminentemente social.

O papel das rádios comunitárias não é, no entanto, disputar mercado com as emissoras convencionais públicas ou privadas. As emissoras de baixa potência são apenas uma opção a mais no universo midiático e surgem para suprir uma lacuna existente nas emissões tradicionais. Seu principal objetivo é proporcionar à comunidade a possibilidade de acesso aos meios de comunicação, além de uma programação de cunho social que não encontra espaço nas demais emissoras (DETONI, 2004, p. 287).

No Brasil, as concessões para execução de serviços de radiodifusão comunitárias são outorgadas a entidades formadas por representantes das localidades beneficiadas, como associações comunitárias ou fundações que são selecionadas após cadastro no Ministério das Comunicações. O processo de obtenção das concessões tem início com as convocações feitas pelo governo nos *Avisos de Habilitação* que são publicados no *Diário Oficial da União*. Em seguida, os interessados apresentam propostas que, posteriormente, serão selecionadas e provadas mediante cumprimento de uma série de exigências de ordem legal e técnica⁵⁴. De posse das outorgas, as instituições recebem permissão para operar emissoras FM de baixa potência (25 Watts) que cobrem apenas o local designado na concessão.

O Ministério das Comunicações determina que a programação dessas emissoras deve permitir a divulgação de atividades de cunho comunitário, bem como a apresentação de reivindicações e a livre expressão da cultura, das tradições e dos hábitos das populações beneficiadas. As rádios não podem ter finalidade lucrativa e vinculação com partidos políticos ou instituições religiosas e as programações diárias devem ter, no mínimo, 8 horas de duração. As rádios comunitárias não podem veicular publicidade comercial, mas podem explorar recursos financeiros por intermédio da veiculação de apoios culturais de entidades localizadas na área de cobertura do serviço.

O apoio cultural é indicado como forma de patrocínio limitado à divulgação de mensagens institucionais para pagamento dos custos relativos à transmissão da programação ou de um programa específico. Abordagens comuns às publicidades, como as características de produtos e de serviços, seus respectivos preços, condições de pagamento, ofertas e outras vantagens não podem constar nesses apoios, que podem apenas fazer a veiculação do nome, do endereço físico e eletrônico e telefone do apoiador cultural, que deve estar situado na área de cobertura da emissora.

Na prática, muitas rádios comunitárias estão distantes das exigências governamentais, não apenas porque são influenciadas por políticos ou pessoas que ocuparam cargos públicos, mas também por entidades e indivíduos que tem pretensões particulares, quase sempre de âmbito financeiro. Os grupos religiosos se enquadram nesse rol, influenciando emissoras que veiculam conteúdos efetivamente distantes das necessidades da comunidade atendida pelo serviço de radiodifusão. Segundo a pesquisa *Rádios comunitárias: coronelismo eletrônico de*

⁵⁴ As informações detalhadas sobre as exigências governamentais podem ser encontradas no *site* do Ministério das Comunicações. Disponível em: <<http://www.comunicacoes.gov.br/espaco-do-radiodifusor/radio-comunitaria>>. Acesso em: 10 Nov> 2014.

novo tipo realizada por Lima e Lopes (2007), das 2.205 concessões em exercício entre 199 e 2004 foram identificadas 120 rádios comunitárias que possuíam alguma ligação com grupos religiosos. “O domínio de vínculos pela religião católica é notável. Dessas 120 rádios, 83 (69,2%) eram ligadas à igreja católica, 33 (27,5%) a igrejas protestantes, duas (1,66%) a ambas, uma à doutrina espírita (0,8%) e uma (0,8%) ao umbandismo” (*op. cit.*, p. 44).

Implantadas com o propósito elementar de atender comunidades desprovidas da atenção dos demais meios de comunicação, as rádios comunitárias devem atuar como um espaço público que favoreça o acesso à informação, ao entretenimento e, principalmente, à interação entre as pessoas de uma determinada localidade. Porém, o que se observa é uma diversificação de utilidades, pelos mais diversos grupos e por pessoas que detêm os mais amplos e, muitas vezes, questionáveis propósitos.

A origem das rádios comunitárias está ligada aos ideais de democratização da mídia. Essas emissoras são derivadas, historicamente, das chamadas *rádios livres* ou, de forma mais pejorativa, *rádios piratas*. Conforme Ortriwano (1985, p. 34), os termos fazem alusão às estações clandestinas existentes no mundo desde o início da radiodifusão. Esse fenômeno ganhou projeção na década de 1970 por causa de movimentos libertários promovidos na França e Itália que usaram o rádio para difusão das manifestações populares. Considera-se, como aponta Ortriwano (1985, p. 34), que é dessa conotação de viés ideológico e político que vem o termo *rádio livre*, uma vez que tais emissoras buscavam quebrar o monopólio e o controle do estado, libertando-se de amarras representadas por instrumentos legais como a outorga de concessões.

No Brasil, o termo *rádio pirata* tem obtido destaque na última década principalmente pela mobilização de entidades classistas como a ABERT. Segundo a entidade patronal, as rádios piratas operam sem nenhum tipo de licença ou autorização do governo, praticam exploração comercial ilegal e podem interferir na transmissão de outras frequências de radiodifusão⁵⁵. Na avaliação de Peruzzo e Volpato (2010, p. 39), a diferença entre as *rádios livres* e as rádios comunitárias é que as últimas devem estar vinculadas às comunidades, ou seja, necessitam desenvolver uma perspectiva coletiva e não individual ou de um grupo menor ou restrito.

⁵⁵ Dentre as frequências de rádio mais citadas pela ABERT que podem sofrer interferência das rádios piratas estão as utilizadas em aeroportos, por forças policiais e de bombeiros. Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/menuradiodifusao/menuradioilegal>>. Acesso em: 05 Set. 2014.

Detoni (2004, p. 282) explica que as primeiras emissoras a serem enquadradas nessas denominações surgiram no Brasil na década de 1970. A primeira delas teria sido a *Rádio Paranoica*, inaugurada em outubro de 1970 em Vitória, no Espírito Santo, por um adolescente de 16 anos. O espaço era utilizado para veiculação de músicas e de críticas a personalidades locais. Outras regiões do país também registraram, no decorrer dos anos, experiências desse tipo. De acordo com Ortriwano (1985), em 1982, apenas na cidade de Sorocaba, no interior de São Paulo, foram identificadas 42 emissoras clandestinas operando em FM. Essas rádios não estabeleceram casos isolados, já que outros transmissores eram gradativamente instalados em diversos locais do país. De acordo com a autora, as emissoras eram vistas à época como uma “atividade de adolescentes procurando um meio próprio de expressão” (*op. cit.*, p. 35).

Na atualidade, as rádios comunitárias intercalam antigas formas de difusão sonoras às novas possibilidades trazidas pelas tecnologias digitais. Ao menos quatro modalidades desse tipo de radiodifusão podem ser detectadas no Brasil: as comunitárias legalmente instituídas, as rádios livres que operam sem outorga, sistemas de *rádio poste* que transmitem mensagens por alto-falante e rádios comunitárias virtuais que transmitem apenas na internet (PERUZZO e VOLPATO, 2010, p. 40). Não há estimativa recente e exata do número de rádios que operam nessas categorias. O foco crítico de entidades como a ABERT está principalmente nas rádios que atuam sem qualquer permissão governamental e que, de forma direta, interferem nos negócios das empresas de comunicação já estabelecidas. Segundo a entidade corporativa, foram fechadas nos últimos cinco anos cerca de 6.700 emissoras ilegais, mas estima-se que existam muito mais em operação. A ABERT avalia que há, apenas nas favelas do Rio de Janeiro, ao menos mil emissoras nessa condição⁵⁶.

Apesar de muitas rádios comunitárias serem apropriadas de forma indevida, servindo para propósitos distantes daqueles que as originaram, esse segmento se configura como um “espaço de lutas pelo direito humano a comunicação” (PERUZZO e VOLPATO, 2010, p. 41). As emissoras, quando oferecem a possibilidade de participação popular, garantem de fato seu papel verdadeiramente comunitário e social. “As rádios comunitárias que estão sob o controle coletivo-popular e que adotam estratégias de viabilização da participação comunitária contribuem para o desenvolvimento local e representam uma resposta a dominação e ao oligopólio dos meios de comunicação” (*Idem, Ibidem*).

⁵⁶ Disponível: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/menuradiodifusao>>. Acesso em: 05 Set. 2014.

2.2.3 Rádios educativas: vínculos e funções sociais

No Brasil, as rádios educativas são aquelas mantidas pelas três esferas governamentais de poder: governo federal, estados e municípios, mas também podem ser geridas por fundações públicas e privadas constituídas especialmente para essa finalidade e também por universidades (FERRARETTO, 2000, p. 49). O Ministério das Comunicações estabelece que essa modalidade de radiodifusão não pode ter caráter comercial ou fim lucrativo, destinando-se apenas à transmissão de programas do gênero *educativo-cultural*. Essa condição, que deveria também formar a base de sustentação de todas as programações radiofônicas, não tem recebido a atenção que merece por parte de muitas rádios brasileiras, uma vez que “a comercialização e conseqüentemente banalização dos conteúdos dos programas radiofônicos da atualidade não propiciam a criação de projetos que visem instruir e educar por meio do veículo de massa mais popular e de maior penetração na sociedade brasileira” (BARBOSA, 2009, p. 109).

Regulamentadas em plena ditadura militar pelo decreto lei 236, de 28 de fevereiro de 1967, as rádios educativas tem concessões outorgadas de maneira similar às das emissoras comunitárias. Mediante os *Avisos de Habilitação* que são publicados no *Diário Oficial da União*, os setores aptos e interessados na administração de concessões de radiodifusão se inscrevem e apresentam suas propostas que posteriormente serão selecionadas, analisadas e aprovadas mediante cumprimento de uma série de requisitos técnicos e legais.

No Brasil, as emissoras educativas representam apenas 5% do total de rádios em operação⁵⁷. De acordo com o Ministério das Comunicações, as emissoras que atuam em FM ocupam quase que a totalidade desse segmento, que conta também com reduzido número de rádios operando em AM. No tocante às FM, nota-se maior concentração nas áreas mais habitadas e economicamente ativas do país. A região Sudeste é, novamente, a que tem a maior quantidade de emissoras, sendo o estado de Minas Gerais o mais beneficiado dentre todos os demais, também em nível nacional. O Centro-oeste é a região do país que tem menos estações de rádios educativas, mas Rondônia e Roraima, no Norte, são as localidades que registram a menor quantia dessas rádios: apenas três em cada estado.

⁵⁷ Percentual obtido em setembro de 2014 a partir da consulta aos dados do setor de comunicações, que apresentam séries históricas, reunidas em categorias que podem ser pesquisadas nos níveis nacional, estaduais ou municipais. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/DSCOM/view/Principal.php>>. Acesso em: 06 Set. 2014.

Tabela 4 – Distribuição das rádios educativas por estado

REGIÃO	ESTADO	RÁDIO			
		FM	OM	OC	OT
CENTRO-OESTE	DF	12	1	0	0
	GO	17	1	1	1
	MS	12	0	0	0
	MT	8	0	0	0
NORDESTE	AL	10	1	0	0
	BA	21	0	0	0
	CE	39	0	0	0
	MA	12	0	0	0
	PB	6	0	0	0
	PE	28	1	0	0
	PI	11	1	0	0
	RN	15	0	0	0
	SE	7	1	0	0
	AC	9	3	0	0
	AM	9	0	0	0
NORTE	AP	9	0	0	0
	PA	24	0	0	1
	RO	3	0	0	0
	RR	3	0	0	0
	TO	9	0	0	0
	ES	15	0	0	0
	MG	88	3	0	0
SUDESTE	RJ	17	0	0	0
	SP	73	0	0	0
	PR	24	1	0	0
	RS	26	2	0	0
SUL	SC	18	0	0	0
	TOTAL	525	15	1	2

Fonte: Ministério das Comunicações (Setembro de 2014)

Apesar de ocuparem um pequeno espaço na radiodifusão nacional, as emissoras educativas configuram parte dos ideais dos primeiros pensadores do rádio, que viam naquele meio uma possibilidade concreta de educar a sociedade. No início do século passado, o dramaturgo alemão Bertolt Brecht acreditava ser necessário transformar o rádio em um meio de distribuição que atuasse como um sistema canalizador que não apenas transmitisse, mas também recebesse mensagens com o propósito de estabelecer relações interativas com os

ouvintes/usuários. Assim, o rádio deixaria de atuar como meio abastecedor de informação para ser abastecido pelos indivíduos – uma via de mão dupla para a integração social.

Desejo vivamente que esta burguesia, além de ter inventado o rádio, invente outra coisa, um invento que torne possível estabelecer, de uma vez por todas, o que se pode transmitir pelo rádio. Gerações posteriores teriam, então, a oportunidade de ver assombradas como uma casta, ao mesmo tempo tornando possível dizer a todo o globo terrestre o que tinha que dizer e fazendo possível, também, que o globo terrestre visse que nada tinha para dizer. Um homem que tem algo para dizer e não encontra ouvintes está em má situação. Mas estão em pior situação ainda os ouvintes que não encontram quem tenha algo para lhes dizer (BRECHT, 2005, p.36).

A relação de convívio idealizada por Brecht, de viés linear e de interação entre as pessoas e o rádio, essencial para o estabelecimento de um processo educacional, era também exposta em sua obra poética, que expressava a visão afetiva que o autor mantinha sobre o meio que, em sua concepção, agia além da condição passiva da transmissão:

Você, pequena caixa que trouxe comigo
Cuidando que suas válvulas não quebrassem
Ao correr do barco ao trem, do trem ao abrigo
Para ouvir o que meus inimigos falassem
Junto a meu leito, para minha dor atroz
No fim da noite, de manhã bem cedo,
Lembrando as suas vitórias e o medo:
Prometa jamais perder a voz!
(BRECHT, 2000, p. 272)

A educação alicerçada no conceito do envolvimento e da cumplicidade que aparece de forma implícita, mas de forma atual, na obra de Brecht encontra no rádio terreno fértil quando esse meio efetivamente possibilita a interação com os *ouvintes/usuários*, como ocorre na *nova era* marcada pelas tecnologias digitais e convergência das mídias. Observa-se que tal concepção consolidou-se também nas iniciativas de Edgar Roquette-Pinto, que utilizou as transmissões radiofônicas para fazer convergir às áreas da Comunicação e da Educação.

Dentre os fatores que impulsionaram o pioneiro da radiodifusão no Brasil a priorizar esses segmentos de forma conjunta destaca-se a participação dele na expedição feita pelo coronel Cândido Mariano Rondon a Serra do Norte, no estado de Mato Grosso, em 1912. O

resultado dessa empreitada foi registrado, em 1917, no livro *Rondônia*, onde Roquette-Pinto relata suas experiências e ainda “expressa o pensamento de que o brasileiro fortaleceria seus sentimentos patrióticos na medida em que passasse a conhecer a geografia do país, seus costumes, língua, hábitos e valores” (ROCHA, 2010, p. 26).

O contato com questões sociais diversas, como a saúde dos povos indígenas e o isolamento da população sertaneja, não somente deu projeção intelectual no decorrer da trajetória de Roquette-Pinto na sociedade carioca do início do século XX, como também revelou a ele um Brasil que carecia de conhecimento. Ele entendia que a Educação era um remédio capaz de salvar o país e promover o progresso. Como típico intelectual de sua época, acreditava pertencer à vanguarda responsável por contribuir para a construção da nação. Mas, por considerar que o Brasil ainda não tinha um povo – que ainda estaria por ser construído, Roquette-Pinto desejava acelerar esse processo com a Educação (GILIOLI, 2009, p. 126).

O conceito do rádio como tecnologia educacional no Brasil ainda foi influenciado por parte da intelectualidade carioca que, durante a década de 1920, se debruçava sobre questões relativas à Educação, principalmente àquelas que tinham foco na instituição escolar. Era necessário “encurtar o caminho para a popularização do ensino” e, para este propósito, o rádio despontava como a ferramenta mais adequada (*op. cit.*, p. 127).

A experiência da Serra do Norte propiciou ao educador contato com o telégrafo, tecnologia que precedeu o rádio como meio que interligava regiões separadas por longas distâncias. “Tendo uma ideia real do espaço físico do país, o que já havia motivado a instalação de uma rede de telegrafia nas regiões mais distantes, Roquette-Pinto vislumbrou no rádio o meio necessário para um projeto de integração nacional” (PIMENTEL, 1999, p. 22).

O pioneiro do rádio entendia que o veículo ajudaria a reverter o abandono educacional no Brasil, uma vez que a oralidade é predominante em todos os estratos da sociedade. Essa característica, fundamental nos primórdios da radiodifusão no país, pode ser também avaliada como facilitadora de uma relação marcada, até nos dias atuais, pelo interesse e apego dos indivíduos às sonoridades emanadas pelos aparatos tecnológicos. “Nesse ambiente o rádio parecia atender plenamente a uma cultura de baixo letramento, em que a tradição oral se impunha e provocava equilibrado casamento entre a voz do enunciador e a audição dos enunciatários” (CITELLI, 2010, p. 73). Nesse cenário, a *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro* teve destaque por ser a primeira a se configurar como um suporte comunicativo para o fomento de ações educativas. Mesmo inserida em um contexto excludente do ponto de vista

social, uma vez que o público desejado por Roquette-Pinto ainda mantinha-se distante das sonoridades radiofônicas, a emissora serviu de terreno fértil para a efetivação de ações de cunho educacional, como as aulas radiofônicas.

Publicações especializadas em rádio da época, como as revistas *Electron* (1926) e *Radiversas* (1928) divulgavam a transmissão de aulas de História, Geografia, Física e Inglês. Os assuntos eram abordados por intelectuais e especialistas em cada área e por personalidades consideradas “em evidência” na Literatura ou no mundo dos negócios. “Além dessas disciplinas, também se ensinava línguas (Francês, Português), Química, Higiene, História Natural. Havia também a leitura de poemas, literatura e números musicais” (GILIOLI, 2009, p. 160). Ocorria, no rádio, uma mescla entre a educação formal e não formal ou a informal, pois era oferecida a audiência um conteúdo de perfil educacional de maneira desvinculada dos procedimentos metodológicos e programáticos presentes no ambiente escolar.

Roquette-Pinto previu um futuro promissor para o rádio educativo. Ele dizia que “todos os lares espalhados pelo imenso território brasileiro receberão livremente o conforto moral da ciência e da arte; a paz será realidade entre as nações. Tudo isso há de ser o milagre das ondas misteriosas que transportarão, no espaço, silenciosamente, as harmonias” (FEDERICO, 1982, p. 46). Para transformar suas ideias em realidade, o educador arquitetou a implantação de um sistema nacional de educação radiofônica que nortearia a criação de uma rede de *radioescolas* estaduais e municipais, com destaque para a *Rádio Escola Municipal do Rio de Janeiro*, “emissora dirigida à educação e preocupada em divulgar, ao mesmo tempo, conteúdos diretamente escolares e os de natureza formativa mais geral, usando, para tanto, a estratégia à distância” (CITELLI, 2010, p 74).

Inaugurada em 6 de janeiro de 1934, a *Rádio Escola Municipal do Rio de Janeiro* é resultado do desejo de Roquette-Pinto de estabelecer a convergência entre a Comunicação e a Educação. A emissora tinha como foco prioritário o público infantil, com ênfase àquele atendido pelo ensino fundamental da época, bem como buscava atender também a Educação de adultos e promover a orientação de professores. Buscava-se, na iniciativa da *radioescola*, a facilitação diferenciada de acesso aos conteúdos educacionais tendo como base a participação dos estudantes. A falta de uma infraestrutura que pudesse atender à demanda e a relutância do educador em estabelecer formas da captação de recursos publicitários como já faziam as primeiras emissoras comerciais, dentre outros fatores, alteraram os rumos da *radioescola*. Em 1945, a emissora abandonou o plano educativo, mas recebeu o nome de seu fundador – Rádio Roquette-Pinto, estação até hoje sob o controle do governo estadual do Rio de Janeiro.

Ainda no decorrer da década de 1930, ocorrências semelhantes também atingiram a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, como o interesse do Governo Federal em incorporar a emissora ao DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda). Porém, antes que isso ocorresse, Roquette-Pinto doou a emissora para o Ministério da Educação e Saúde, relatando em carta que “a rádio não estava sendo entregue ao governo brasileiro, mas sim à Educação do Brasil” (TAVARES, 1997, p. 6). O fato ocorreu em 7 de setembro de 1936 e garantiu que a primeira rádio do Brasil mantivesse uma programação exclusivamente educativa e cultural. Roquette-Pinto permaneceu diretor da emissora até 11 de março de 1943, quando passou a função para Fernando Tude de Souza. “[A Rádio Sociedade] é como uma filha querida cujo destino lhe confio” (*op. cit.*, p. 6), declarou o educador ao novo diretor. A emissora, que é chamada de *Rádio MEC*, permanece pública e *no ar*, oferecendo ampla programação musical, jornalística e educacional, como era desejo de seu criador⁵⁸.

Além das ações empreendidas por Roquette-Pinto, outras iniciativas realizadas no país durante o século passado também envolveram o Rádio e a Educação. De acordo com Piovesan (1986), uma das ações expressivas nesse sentido foi efetivada em 1961 com a criação do Movimento de Educação de Base – o MEB, vinculado à Confederação Nacional dos Bispos do Brasil – CNBB. Em menos de dez anos, os conteúdos educacionais transmitidos pelo rádio a partir dessa ação atingiram as regiões Norte, Nordeste e Centro-oeste do país, oferecendo às audiências uma programação formada por “aulas radiofônicas, que davam noções de aritmética e linguagem; de cursos radiofônicos, que informavam sobre sindicalismo, cooperativismo, técnicas agrícolas e saúde; e de programas especiais, de caráter recreativo e sociocultural” (PIOVESAN, 1986, p. 56).

Em 1967, o surgimento da Fundação Educacional Padre Landell de Moura – a FEPLAM, vinculada à rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul; e da Fundação Padre Anchieta – Centro Paulista de Rádio e Televisão Educativa, vinculado ao governo do Estado de São Paulo, caracterizam-se como empreitadas de relevante teor envolvendo a radiodifusão educativa. O mesmo pode ser dito da instalação do Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia – o IRDEB, ligado ao governo do Estado (*Idem, Ibidem*).

Em 1970, despontou também no Brasil o *Projeto Minerva*, que foi implantado no auge da ditadura militar. De acordo com Ferraretto (2010, p. 162), os programas eram gerados pela

⁵⁸ A emissora integra a EBC – Empresa Brasileira de Comunicação, e seu conteúdo pode ser acessado pelo endereço eletrônico <http://radiomec.com.br>

Rádio MEC do Rio de Janeiro e transmitidos obrigatoriamente *via satélite* para todo o país. As áreas que não eram cobertas pelo serviço recebiam fitas cassetes com os programas gravados. A iniciativa educacional pelo rádio realizada no governo militar durou quase 20 anos e serviu de resposta às ações promovidas anteriormente pelos movimentos civis e por outros grupos que empregavam, no rádio, o “método Paulo Freire em que, ao refletir sobre a realidade do seu meio, o educando é alfabetizado” (*Idem, Ibidem*). O *Projeto Minerva*, apesar de ter oferecido conteúdo informativo, cultural e educativo, não observava as peculiaridades regionais por conta da veiculação de caráter nacional – condição caracterizada como entrave para a radiodifusão educativa no país.

O projeto Minerva englobava vários programas de caráter informativo-cultural, além da programação educativa propriamente dita. A programação educativa consistia na série moral e civismo, produzida pelo próprio Minerva, e nos cursos de capacitação ao ginasial e primário dinâmico produzidos pelas fundações Landell de Moura e Padre Anchieta respectivamente. Com o projeto Minerva aconteceu centralização da programação regional e a descaracterização do público (PIOVESAN, 1986, p. 55).

Outra ação expressiva envolvendo o Rádio e a Educação ocorreu em 1983, quando a fundação Roquette-Pinto coordenou um grupo de emissoras educativas que criaram o Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa – o *SINRED*. A experiência, que foi extinta no início da década de 1990, tinha o propósito de promover a coprodução de programas para transmissão em cadeia nacional (ZUCULOTOA, 2011).

Se o rádio brasileiro nasceu com vocação e atitude educadora, estabelecer vínculos com instituições educacionais tornou-se um processo inevitável. A convergência estabelecida entre entidades educacionais e a radiodifusão teve início no Brasil em 18 de novembro de 1957, com o surgimento da primeira emissora universitária do país: a *Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul*, instalada em Porto Alegre. Durante os anos 1960 surgiram outras emissoras desse segmento nos estados de Pernambuco, Minas Gerais, Bahia e São Paulo, onde é criada a primeira estação universitária estadual – a *Rádio USP*, fundada em 1977, na capital paulista (OLIVEIRA, 2013, p. 232).

Estima-se que existem atualmente, no Brasil, pouco mais de 30 rádios vinculadas às universidades públicas de âmbito federal, estadual ou municipal, além de outras emissoras que pertencem a instituições privadas e que priorizam em suas programações atividades educativo-culturais. Local considerado ideal à construção e disseminação de conhecimentos científicos, humanísticos, tecnológicos e culturais, as rádios educativas oferecem também

espaço para divulgação de programas produzidos por alunos. Esse é o caso da *Rádio USP*, que mantém parceria com a ECA. Dentre os programas elaborados pelos acadêmicos estão *Trilhas e Rolos*, coordenado pelo professor Eduardo Vicente, do curso Superior de Audiovisual do Departamento de Rádio e Televisão; e *Universidade 93,7*, sob a responsabilidade do professor Luciano Victor Barros Maluly, do curso de Jornalismo do Departamento de Jornalismo e Editoração. Visitas técnicas realizadas por estudantes à emissora, bem como a possibilidade de estágio, são outras ações que inserem os alunos no cotidiano dessa rádio universitária (MALULY, 2013, p. 67).

Cabe salientar que, no Brasil, as emissoras educativas estão inseridas, em grande maioria, em um modelo público de rádio que, na opinião de Zuculoto (2011A), está ainda em construção. “Apesar da importância da sua história, feita de permanências como também de descontinuidades, e de se proclamarem emissoras públicas, as estações estatais, culturais, educativas e universitárias continuam em busca de um modelo próprio” (*Idem, Ibidem*).

2.2.4 Webrádios: Novas sonoridades no ambiente digital

Nativas do meio digital, as *Webrádios* representam um dos mais expressivos divisores históricos entre a radiodifusão do passado – de caráter analógico, e o rádio do futuro – de conformação digital e virtual. A cada dia surgem e desaparecem inúmeras rádios que são acessadas exclusivamente na internet, tornando difícil a tarefa de apresentar uma mensuração atualizada desse cenário. Mas há levantamentos que buscam traçar um panorama aproximado. Prata (2013, p. 5), ao buscar o estabelecimento de um panorama das *webrádios* brasileiras, identificou o total de 2.018 emissoras desse formato disponíveis no portal www.rádios.com.br no dia 30 de maio de 2013. A quantia apresentada foi obtida mediante pesquisa que catalogou o nome, o número de acessos para aferição da audiência, a cidade e o estado de origem e o segmento em que atuam as *webrádios*.

De acordo com o levantamento, 590 municípios brasileiros possuíam pelo menos uma *webrádio* – número que representa pouco mais de 10% dos 5.570 municípios existentes no país. A cidade com o maior número dessas emissoras é São Paulo, com 186 no total; seguida pelo Rio de Janeiro, com 103; e Fortaleza, com 49. No tocante à divisão por estados, o estudo revelou São Paulo como o maior detentor de emissoras – 578; enquanto Acre e Amapá apresentaram, respectivamente, apenas uma dessas estações na internet (*op. cit.*, p. 6).

A autora relata que a distribuição das *webrádios* pelo país replica o mesmo panorama do rádio *hertziano*: maior concentração nas regiões Sudeste e Sul, distribuição variada no Centro-Oeste e Nordeste e carência no Norte. Quando à audiência, Prata detectou que a emissora mais acessada foi a *Só Flashback*, que tem sede em São Luiz, no Maranhão. Essa *webrádio* apresentou 77.438 acessos no mês de maio de 2013, número inexpressivo, na avaliação da autora, se comparado com a audiência das emissoras convencionais. “Uma das rádios com maior audiência hoje no país é a paulista *Nativa FM*, do grupo Band, que atinge a marca de 272 mil ouvintes por minutos no horário entre 7h e 19h” (*op. cit.*, p. 8).

A pesquisa indicou que, nas *webrádios*, a programação é variada, “já que a internet é o espaço apropriado para os conteúdos altamente especializados” (PRATA, 2013, p. 10). A diversidade de estilos musicais, com destaque para o gospel e o sertanejo, entre outros, são dominantes entre os conteúdos reverberados pelas emissoras virtuais. A pesquisa também observou ainda a inexistência de ações diferenciadas ou inéditas dentre as já consagradas no ambiente virtual. O mesmo ocorre com outras formas comunicacionais expressivas, como o Jornalismo, o que permitiu concluir que as *webrádios* tendem a reproduzir os modelos já consolidados pelo rádio tradicional, principalmente em FM.

Os dados apresentados por Prata (2013) representam um instante que, na atualidade, já foi alterado devido à velocidade em que os fatos ocorrem na internet. Em 21 novembro de 2014, a soma simples de *links* disponíveis no mesmo *Site* avaliado em 2013 indicou a possibilidade de acesso a 3874 *webrádios*⁵⁹. A existência volátil, mas crescente das rádios que atuam apenas na internet é um dos fatores que não permite estabelecer uma quantificação aproximada. O neologismo *Webrádio* é outra causa que também impede identificar, com precisão, a quantia desses meios em operação, uma vez que existem rádios convencionais que adotaram, separadamente às suas transmissões convencionais, esse formato de difusão sonora na rede mundial de computadores.

Desde que o rádio passou a marcar presença na *Web* busca-se entender e tipificar as novas mídias prioritariamente sonoras. No contexto tecnológico, o rádio é configurado pelos modelos analógicos (que transmitem por ondas eletromagnéticas) ou digitais (que transmitem de forma digital ou apenas pela internet – sendo este último o caso das *Webrádios*). O meio ainda apresenta três configurações específicas na atualidade: emissoras *hertzianas* com

⁵⁹ Utilizou-se aqui, contudo, os indicadores obtidos por Prata (2013) no citado portal, que empregou os dados obtidos à época da pesquisa com a finalidade de esboçar um cenário das *webrádios* no Brasil. Disponível em: <<http://www.rádios.com.br/cnt/resultado/33/web/0>>. Acesso em: 21 Nov. 2014.

transmissão analógica ou digital; emissoras hertzianas com presença na internet com transmissão digital; e emissoras digitais com presença exclusiva na internet – as *webrádios* (PRATA, 2009, p. 15).

A história do rádio brasileiro na rede mundial de computadores começou em 1996 com as experimentações feitas por Renato Lins, então estudante de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco, que desenvolveu o *Manguetronic* – primeiro programa de rádio feito para a internet na América Latina. O propósito do projeto era criar um espaço de divulgação para o movimento cultural *Mangue Beat* (BUFARAH JR, 2003, p. 154). A primeira emissora brasileira com existência apenas na internet foi a *Rádio Totem*, criada pelo empresário paulista Eduardo Oliva em 1998. Inicialmente, a emissora oferecia somente programação sonora gerada ao vivo de um pequeno estúdio, em São Paulo. O conteúdo veiculado era predominantemente musical e, com o tempo, a rádio passou a oferecer estilos diversificados em outros canais, como *dance*, sertanejo, samba, pagode, pop, rock, MPB, axé e reggae. Ainda havia a possibilidade de acesso a programas e notícias, bem como a *videoclipes* e serviços de e-mail e atendimento ao usuário (*op. cit.*, p. 159).

As *webrádios*, ao oferecerem um modelo de rádio que não é explorado pela posse de uma concessão governamental, mas a partir da livre iniciativa de indivíduos ou de grupos que têm metas e preferências distintas, estabelecem uma nova relação com os *ouvintes/usuários* que possuem, em mãos, um sistema que oferece uma sucessão de escolhas que não pode ser reproduzido pela conformação analógica das transmissões *hertzianas*. “Nesse processo de interação, no qual a relação homem e máquina é extrapolada pela forma de construção escolhida pelo usuário, através das interfaces da WWW, o ouvinte de rádio amplia seu acesso à emissora com base em novas ferramentas multimídia” (BUFARAH JR, 2003, p. 153).

2.4 O rádio e as novas tecnologias: do impasse à adaptação

Na era digital, um dos desafios enfrentados pelas rádios é usar todas as potencialidades das tecnologias digitais com o intuito de disponibilizar os conteúdos sonoros de forma a que os *ouvintes/usuários* possam ser atendidos de maneira plena, em todas as situações. No Brasil, uma das saídas mais recentes tomada pelo Ministério das Comunicações não visou oferecer possibilidades de aprimoramento tecnológico, mas de acomodação a um segmento que encara com mais intensidade a precariedade dos avanços: as rádios AM, que tiveram a opção de

migrar para a faixa onde já atuam as emissoras em FM. O novo – que seria a implantação de um sistema nacional de digitalização das transmissões radiofônicas – ainda aguarda definições governamentais que enfrentam os mais diversos entraves técnicos e interesses políticos.

Segundo Del Bianco e Esch (2010), tem se configurado no meio radiofônico mundial um consenso sobre o processo de digitalização, considerado essencial para o estabelecimento de uma convergência tecnológica baseada na integração do rádio às mídias audiovisuais. No Brasil, nesse mesmo período, a discussão sobre o assunto mobiliza o governo, os profissionais e os pesquisadores do rádio. Entretanto, a falta de uma definição gerou atrasos significativos à radiodifusão, como mostram os dados da pesquisa *Mapeamento das condições técnicas das emissoras de rádio brasileiras e sua adaptabilidade ao padrão de transmissão digital sonora terrestre*, realizada em 2010 pelo Laboratório de Políticas de Comunicação da Universidade de Brasília – LAPCOM⁶⁰.

De acordo com o estudo, a maioria das rádios digitalizou o processo de produção dos conteúdos, seja pelo uso de computadores nos diversos setores das emissoras, seja pelo uso de equipamentos de transmissão transistorizados. As novas tecnologias, porém, ainda convivem com equipamentos analógicos que não são substituídos, conforme as emissoras pesquisadas, por causa dos custos elevados. Del Bianco e Esch (2010, p. 8) citam como exemplo o console digital, dispositivo considerado essencial no futuro processo de transmissão de rádio. O aparelho similar, mas de configuração analógica, continua ativo em 90% das emissoras pesquisadas. Outro dado encontrado no mapeamento é a presença da internet nas rádios: 95,36% tem acesso à rede mundial de computadores, sendo que somente em metade das emissoras o acesso está disponível em todas as áreas de produção.

A descoberta de que 37% das rádios analisadas ainda mantêm transmissores principais valvulados em operação revela o grau de dificuldades futuras na implantação do sistema de digitalização, que necessita de equipamentos transistorizados que façam conexão à internet. Contudo, 52% dos representantes das emissoras alegaram o desejo de trocar esse dispositivo, seja para adaptação às exigências do rádio digital, ampliação da potência de transmissão ou por causa da idade dos equipamentos (op. cit., p. 10).

⁶⁰ O diagnóstico foi liderado por Nelia Del Bianco e Carlos Eduardo Esch – ambos da Universidade de Brasília, e fornece dados que abrangem as características técnicas e de infraestrutura física das emissoras, passando pelo perfil dos profissionais e alcançando as estratégias técnicas e econômicas que buscam viabilizar o processo de digitalização. O levantamento ocorreu entre abril a dezembro de 2009 e envolveu 500 emissoras, sendo que 60% eram FMs (incluídas as comunitárias), 39% AM e apenas 1% OCs e OTs. Desse universo 68% eram comerciais, 13% educativas e 17% comunitárias (DEL BIANCO e ESCH, 2010).

O atual quadro de transição entre o analógico e o digital que envolve a transmissão radiofônica também ocorre, mas com menor defasagem tecnológica, na recepção dos conteúdos. Apesar de, a cada instante surgirem novos *gadgets* que surpreendem pelas diversas facilidades oferecidas aos *ouvintes/usuários*, os antigos suportes continuam presentes e massificados na sociedade. De acordo com a ABERT, havia em 2013 no país mais de 200 milhões de aparelhos de rádio convencionais no Brasil. Já os receptores instalados em automóveis somavam 23,9 milhões de unidades⁶¹.

No segmento automotivo, os receptores têm recebido o acréscimo de uma série de inovações tecnológicas não disponibilizadas em larga escala aos aparelhos convencionais produzidos na atualidade. Um desses aperfeiçoamentos é a conexão *Bluetooth* – tecnologia de comunicação sem fio de que permite estabelecer ligação com diversos equipamentos, como celulares, *tablets* e *notebooks*, dentre outros. Por esse dispositivo é possível conectar-se à internet, transformando o rádio convencional em um receptor de sonoridades vindas do ambiente digital. Há também centrais multimídias veiculares que são acionadas por sistemas operacionais disponíveis em celulares ou *tablets*, permitindo acesso a *sites* e a redes sociais, que podem ser acessadas por intermédio de monitores acoplados ao rádio. O acesso à internet pode ser feito por modem 3 e 4 G ou por adaptador *WiFi* com entrada padrão USB⁶². Os novos equipamentos ainda oferecem dispositivos adicionais que também podem ser ligados à rede, como câmera de ré e sistema de navegação por satélite – o GPS.

Contudo, a vanguarda tecnológica é hoje dos telefones celulares, que se transformaram também em versáteis receptores de rádio, uma vez que permitem o acesso aos conteúdos convencionais captados das ondas *hertzianas* por intermédio de antenas internas ou então disponíveis na internet em aplicativos específicos para essa finalidade. O número de aparelhos em operação também cresce de maneira contínua, ultrapassando a casa dos 272 milhões no início de 2014, segundo informou a Anatel⁶³.

Os celulares permitem aos *ouvintes/usuários* a realização concomitante de diversas ações *offline*, ou seja, não é preciso estar conectado ou com o som do dispositivo de rádio

⁶¹ Disponível em: <<http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2013-02-13/radio-esta-presente-em-88-das-residencias-e-numero-de-emissoras-dobra-em-10-anos>>. Acesso em: 06 Set. 2014.

⁶² USB é uma forma de conexão universal de formato diferenciado existente na maioria dos equipamentos eletrônicos multimídia. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/>>. Acesso em: 06 Set. 2014.

⁶³ Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2014-03/numero-de-celulares-no-pais-passa-de-272-milhoes>>. Acesso em: 06 Set. 2014.

diminuído ou desligado para ver e fazer fotos, ler e escrever textos, analisar ou produzir planilhas e gráficos, dentre outras possibilidades. Todavia, quando se está *online*, as alternativas aumentam exponencialmente sem que seja preciso interromper a recepção sonora. Acessar *sites*, redes sociais e aplicativos diversos são apenas algumas das várias operações propiciadas pelos celulares durante a audiência radiofônica, que também pode vir de uma emissora que mantém uma página na internet ou então de uma *Webradio*. Mobilidade, operacionalidade e ergonomia são nitidamente maiores nos aparelhos de telefonia móvel, em comparação com os aparelhos de rádio convencionais.

Os computadores em seus mais diversos formatos – *desktops*, *tablets*, *notebooks* e *netbooks*, entre outros – também representam outro suporte de acesso *online* às emissoras de rádio que, como os celulares, possibilitam a realização simultânea de uma série de ações no mesmo equipamento. Há também de se ressaltar a presença das estações radiofônicas nas grades de programação dos sistemas de televisão privados – as *TVs* pagas, além da existência de televisores que já saem de fábrica com dispositivos que permitem acesso à internet e, por consequência, às emissoras de rádio virtuais.

É possível perceber que a convergência tecnológica apresenta-se como característica natural dos novos aparatos destinados à radiodifusão. Esses dispositivos lançam, no presente, um novo desafio ao rádio: estabelecer, ao mesmo tempo, a coexistência das ondas *hertzianas* e dos *bits* que moldam a *Web*. Torna-se relevante salientar que a *convergência das mídias* não deve ser minimizada por causa das tecnologias digitais, pois representa um fenômeno que demanda dos meios de comunicação tradicionais avanços em outros segmentos. No Brasil, a formação educacional em áreas específicas, como em Radiojornalismo, depara-se com as instigações da *nova era*, que exigem um olhar também diferenciado e crítico de alunos, professores e pesquisadores.

CAPÍTULO III

FORMAÇÃO EM RADIOJORNALISMO: O CASO BRASILEIRO

O futuro exigirá, assim como já exige na atualidade, um novo repensar sobre as formas de *fazer rádio* em todos os seus aspectos – principalmente o Radiojornalismo, um dos gêneros de maior admiração popular no Brasil também colocado à frente dos novos desafios. Das primeiras transmissões ao despontar da era digital, o Jornalismo produzido e veiculado pelas rádios mobiliza e cativa *ouvintes/usuários* que dispõem de novas possibilidades de acesso às mais diversas informações disponíveis não apenas em áudio, mas também em imagem e texto.

A produção e a veiculação de notícias no rádio a partir de estratégias metodológicas próximas às vigentes teve início no Brasil há mais de sete décadas. A concisão, a clareza e a objetividade passaram a fazer parte do Radiojornalismo atual, que avança rumo a uma reconfiguração agora moldada pelas tecnologias digitais e pela convergência das mídias. Hoje, as estratégias mercadológicas adaptam modelos consagrados a novos paradigmas com o intuito de manter audiências cativas e cada vez mais atuantes.

O Radiojornalismo da *nova era* aproveita as potencialidades digitais para ampliar a radiofusão sonora perante os públicos, mas também para tornar-se convergente com outras expressividades comunicacionais no ambiente virtual. A velocidade em que as transformações ocorrem, modificando o rádio e a maneira como ele se relaciona com os *ouvintes-usuários*, mostra-se como desafio à formação em Radiojornalismo, envolta num contexto de reavaliação e de reposicionamento perante a realidade. Dessa forma, entende-se como atual e oportuna a análise do processo de formação em Radiojornalismo, com vistas a possibilitar uma discussão que aponte para uma reconfiguração próxima às necessidades presentes e futuras não apenas das emissoras, mas prioritariamente dos públicos.

A seguir, este capítulo analisará, mediante estudos bibliográficos e entrevistas, os aspectos atuais da formação em Jornalismo no Brasil para, em seguida, esmiuçar um esboço da formação do Radiojornalismo. O desenvolvimento histórico dos cursos de Jornalismo e da prática profissional nas rádios brasileiras também é outro item contemplado. Por fim, realiza-se estudo de caso com foco no curso de Jornalismo do CJE da ECA/USP, que está dentre os melhores do país de acordo com publicações especializadas em Educação. O intuito é verificar o tratamento dispensado à convergência das mídias nas atividades teórico/práticas da disciplina Radiojornalismo.

2.1 Formação em Jornalismo: aspectos conjunturais

No campo da Educação, o ensino da Comunicação ocupa um amplo espaço, sendo o Jornalismo um dos segmentos que desperta grande interesse dos alunos. Exemplo disso é a concorrência registrada em 2014 nas provas do maior vestibular do Brasil, organizado pela Fuvest. No total, 2.205 pessoas se inscreveram para disputar uma das 60 vagas oferecidas para o curso de Jornalismo, totalizando a média de 36,75 candidatos/vaga⁶⁴. Outro dado que revela o desejo pela carreira em Jornalismo é a existência de um considerável número de faculdades voltadas à área que estão dispersas pelo país, sejam elas públicas ou privadas. Levantamento feito por Bernardo e Leão (2012) revelou que o Brasil tinha 375 cursos de Jornalismo, assim divididos: 194 no Sudeste, 62 no Nordeste, 61 no Sul, 31 no Centro-Oeste, e 25 no Norte⁶⁵.

Gráfico 11 – Cursos de Jornalismo por região no Brasil

Fonte: (BERNARDO E LEÃO, 2012, p. 256)

⁶⁴ Em 2013, a procura pelo curso de jornalismo da ECA/USP foi maior, com média de 45,10 candidatos/vaga. Os números apresentados refletem o interesse dos estudantes em ingressar na principal instituição pública de Ensino Superior do Brasil – a Universidade de São Paulo, não representando um padrão para os demais processos seletivos. A Fuvest é responsável pelos exames que são realizados em suas fases, sendo que, em 2014, foram oferecidas 11.177 vagas e, ao todo, a entidade recebeu 141.888 inscrições.

⁶⁵ Segundo os autores, os números foram obtidos, dentre outras fontes, a partir do *site* do Instituto Nacional de Educação e Pesquisa – INEP (<http://www.inep.gov.br/>)

Do universo identificado, os pesquisadores analisaram as matrizes curriculares dos cursos de Jornalismo de 153 instituições de Ensino Superior, classificando as disciplinas em blocos cujas nomenclaturas eram comuns à maioria das matrizes verificadas. Dos resultados obtidos, o estudo revelou que o ensino oferecido pelos cursos avaliados apresentou-se distante das características regionais das localidades onde estão inseridas as instituições, uma vez que a estrutura curricular nacional adotada mantém-se próxima a encontrada no Sudeste, região que comporta mais da metade dos cursos do país (*op. cit.*, p. 272).

A carga horária média, em nível nacional, ficou em 2.890 horas-aula, sendo que as disciplinas voltadas à prática profissional ocuparam mais de 50% desse espaço temporal. “Também não há um local destinado, nas estruturas, para uma crítica à mídia, reflexão imprescindível para que possamos criar um vínculo franco com o mercado de trabalho e não ficarmos com as estruturas curriculares a mercê do que o mercado considera bom ou ruim” (BERNARDO E LEÃO, 2012, p. 273). Vale salientar que o panorama apresentado na pesquisa foi constituído dentro dos parâmetros determinados pelas últimas *Diretrizes Curriculares Nacionais – DCN* – que, segundo os autores citados, não foram atendidas em sua plenitude pelas instituições.

Atualmente, os cursos de Jornalismo estão às voltas com mudanças em seus currículos depois que foi aprovada, pelo Ministério da Educação, a Resolução nº 1, de 27 de setembro de 2013 que estabelece novas DCNs. De acordo com o artigo 17 do documento, as alterações deverão ser implantadas, obrigatoriamente, no prazo máximo de dois anos após a publicação, ou seja, logo após o início do segundo semestre de 2015.

Dentre as principais modificações determinadas está a autonomia dos bacharelados de Jornalismo, que antes eram vinculados ao campo da Comunicação Social como *habilitações*, conforme indica o Artigo 5 que trata da qualificação a ser oferecida pelos cursos:

O concluinte do curso de Jornalismo deve estar apto para o desempenho profissional de jornalista, com formação acadêmica generalista, humanista, crítica, ética e reflexiva, capacitando-o, dessa forma, a atuar como produtor intelectual e agente da cidadania, capaz de responder, por um lado, à complexidade e ao pluralismo característicos da sociedade e da cultura contemporâneas, e, por outro, possuir os fundamentos teóricos e técnicos especializados, o que lhe proporcionará clareza e segurança para o exercício de sua função social específica, de identidade profissional singular e diferenciada em relação ao campo maior da comunicação social (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2013).

A resolução do Ministério da Educação determina ainda a divisão equilibrada da carga horária entre ações teóricas e práticas, conforme indica o artigo 9. Houve também aumento da carga horária para o mínimo de 3.200 horas, sendo que 200 horas serão atribuídas para o estágio dos estudantes (Artigo 10), que se tornou obrigatório e supervisionado (Artigo 12). Outra mudança foi a obrigatoriedade de desenvolvimento individual dos TCCs – Trabalhos de Conclusão de Curso (Artigo 11)⁶⁶.

As novas diretrizes curriculares dos cursos de Jornalismo surgiram do trabalho de uma comissão de especialistas nomeada em 2009 pelo Ministério da Educação, sob a presidência do Prof. Dr. José Marques de Melo⁶⁷. Docente-fundador da ECA/USP, onde também atuou entre 1989 a 1993 como diretor, Marques de Melo⁶⁸ ressalta que as novas diretrizes resultam de um modelo brasileiro de ensino de comunicação construído nas últimas sete décadas e que tem, em sua matriz pedagógica, certa singularidade que se projeta no panorama mundial.

Criamos uma via crítico-experimental mesclando o padrão europeu com o modelo americano, ou seja, o estudo teórico com a aprendizagem pragmática e, portanto, logramos uma via crítico-experimental de ensino e pesquisa. Daí vem a pergunta: o sistema é perfeito? Absolutamente não. Ele tem muitas fragilidades, ele deve ser melhorado e é isso que nós vamos fazer a partir dessas diretrizes (FÓRUM – DEPOIMENTO DE JOSÉ MARQUES DE MELO, 2014).

A declaração, exposta durante o fórum *Diretrizes Nacionais Curso de Graduação de Jornalismo*, realizado na ECA/USP em 14 de fevereiro de 2014, reforça o propósito de que a formação no novo contexto deve envolver os profissionais em questões de foro social, sem deixar de observar a reconfiguração dos meios. “O Jornalismo adquiriu maior complexidade, principalmente em função da convergência midiática e das transformações da sociedade. Precisamos imediatamente vencer a batalha pela inclusão educativa das maiorias incultas e

⁶⁶ A íntegra da resolução pode ser acessada na internet pela página da FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/educacao/novas_diretrizes_curriculares_jornalismo.pdf>. Acesso em: 05 Ago. 2014.

⁶⁷ O grupo também foi integrado por Aldredo Vizeu, Carlos Chaparro, Eduardo Meditsch, Luiz Gonzaga Motta, Lucia Araújo, Sergio Mattos e Sonia Virgínia Moreira.

⁶⁸ Informações adicionais podem ser encontradas no *Cibermemorial Marques de Melo*. Disponível em: <<http://www.marquesdemelo.pro.br/perfil.htm>>. Acesso em: 28 Nov. 2014.

iletradas que povoam o território nacional” (*Idem, Ibidem*). Para Marques de Melo, esse deve ser um dos compromissos do Jornalismo.

Outro representante da comissão responsável por elaborar as diretrizes que esteve presente no fórum realizado na ECA/USP foi o Prof. Dr. Eduardo Meditsch, da UFSC. Na ocasião, ele declarou que a aprovação das matrizes curriculares representa uma oportunidade de aprimorar a formação de jornalistas, que devem ser capacitados para enfrentar os desafios da profissão nos mais diversos âmbitos. “Isso significa também uma mudança de rumos, uma quebra de paradigmas na maneira como a questão do ensino do Jornalismo tem sido levada no Brasil, [ensino] que tem problemas estruturais muito graves” (FÓRUM – DEPOIMENTO DE EDUARDO MEDITSCH, 2014).

3.2 Perfil atual da formação em Radiojornalismo

Conforme o artigo 6 das novas DCNs, a organização dos currículos de Jornalismo deve contemplar, no projeto pedagógico, conteúdos que atendam a seis eixos de formação: fundamentação humanística, fundamentação específica, fundamentação contextual, formação profissional, aplicação processual e prática laboratorial. O Radiojornalismo está inserido no eixo de aplicação processual (parágrafo V do artigo 6), que tem por intenção fornecer ao estudante ferramentas técnicas e metodológicas para a realização de coberturas jornalísticas em diferentes suportes: jornalismo impresso, telejornalismo, webjornalismo, assessorias de imprensa e outras demandas do mercado. O eixo relativo à prática laboral (parágrafo VI), que se propõe a integrar os demais segmentos, define ainda a elaboração de projetos editoriais que tenham publicação efetiva e periodicidade regular, sendo o radiojornal uma dessas atividades destacadas (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2013).

A efetivação do novo modelo educacional passa, contudo, pela realidade das salas de aula e laboratórios dos cursos de Jornalismo. Na atualidade, a formação em Radiojornalismo propõe-se a conciliar estratégias teórico/práticas com características e interesses dos diversos segmentos envolvidos nesse processo. Tornou-se comum encontrar, nos cursos, modelos metodológicos e pedagógicos particulares e heterogêneos que buscam superar as tradicionais barreiras impostas à formação em Radiojornalismo. Na avaliação de Maluly e Maciel (2013), se destacam entre esses entraves as dificuldades de infraestrutura técnica e operacional, a baixa valorização do rádio em relação às outras áreas dos cursos de Jornalismo e “o contumaz

desinteresse dos estudantes pelo meio (mais grave ainda quando se trata da produção jornalística)”. Obstáculos semelhantes também são identificados por Meditsch (2001) no âmbito das instituições de ensino. “Algumas de nossas melhores escolas de Jornalismo consideram o rádio como um mero acessório, quase um enfeite, merecedor de uma mísera disciplina perdida no currículo e não levada muito a sério”.

Aos fatores apresentados é cabível acrescentar a frequente perspectiva pessimista que ronda o rádio, sucessivamente condenado ao desaparecimento – até por pessoas que atuam nele – por conta das novas tecnologias digitais. É fundamental compreender que o meio se adapta a nova realidade, sendo a convergência com outras mídias no ambiente digital prova dessa evolução. A imbricação ocorrida no ambiente virtual é fundamental não apenas para motivar o processo de formação, mas principalmente para torná-lo aderente à realidade.

Emprega-se de forma coerente a esse contexto a reflexão de Meditsch (2001) de que a formação em Radiojornalismo não capacita os estudantes somente para atuar no rádio. “Quem sai dominando a linguagem do veículo se adapta muito mais facilmente tanto à expressão audiovisual quanto ao texto utilizado na internet”. De acordo com o autor, o rádio serviu como modelo para os primeiros *sites* noticiosos na *Web*, “desde o serviço de radioescuta até a edição em fluxo contínuo - porque ninguém como o rádio tinha antes o *know-how* de trabalhar com informação jornalística em tempo real” (*Idem, Ibidem*). Outro fator apontado como relevante à valorização da formação em Radiojornalismo é a possibilidade de comparar a história do rádio com a conformação das novas mídias que se estabelecem na internet. Para Meditsch, compreender o atual momento e seu processo evolutivo exige o entendimento sobre as origens e problemáticas que envolveram os meios tradicionais no decorrer da história.

Experiências relevantes baseadas na busca por uma formação atualizada ao novo contexto multimidiático foram constatadas no *1º Simpósio Brasileiro de Radiojornalismo*, promovido em 2012 no CJE da ECA/USP. O evento, que contou com 23 comunicações científicas, apresentou o *1º Painel Paulista Sobre o Ensino de Radiojornalismo*, que compartilhou experiências de professores e pesquisadores de 16 instituições de ensino superior do Estado de São Paulo⁶⁹. Na ocasião também foram apresentadas iniciativas de emissoras de rádio comerciais e públicas universitárias. Apesar de terem características

⁶⁹ A íntegra das apresentações também está disponibilizada em vídeo. Disponível em: <<http://video.rnp.br/portal/video.action;jsessionId=EEF5CAF4DB58BA156783A0503164F1E2?itemId=20192>>. Acesso em: 07 Jan. 2014.

distintas, estratégias e propósitos particulares, os participantes do *1º Painel* expuseram três preocupações básicas quanto aos métodos e propostas para a formação em Radiojornalismo:

- a) como despertar no aluno o interesse pelo rádio e as demais mídias sonoras, em meio ao fascínio exercido pelos meios digitais e a televisão;
- b) como garantir uma formação alinhada com as demandas do mercado de comunicação (fortemente marcadas, na atualidade, pelas mudanças tecnológicas) e, ao mesmo tempo, contribuir para o desenvolvimento de novas perspectivas e modelos para a comunicação radiofônica;
- c) o que e como fazer para formar profissionais éticos, responsáveis e alinhados com a defesa da comunicação cidadã, independente, democrática e comprometida com os mais amplos setores da sociedade (MALULY E MACIEL, 2013).

Outra peculiaridade notada foi à uniformização das grades de ensino dos cursos, que dedicam entre três a quatro semestres à formação em Radiojornalismo. O mesmo ocorre quanto aos conteúdos que, numa primeira fase, destacam conceitos sobre história e fundamentos da produção sonora para, à frente, efetivarem ações práticas de produção mais adensadas. De acordo com Maluly e Maciel (2013), a abordagem identificada nas propostas de ensino é concentrada nos princípios do rádio tradicional. Eles observaram ainda que a convergência com outras mídias no meio digital e a nova configuração multimidiática da produção radiofônica são temas que não integram as ações de caráter teórico/prático. “Não houve, durante o I Painel, o relato de experiências nesse sentido, ou seja, de atividades que instassem os alunos a realizar, por exemplo, produções que juntem áudio, vídeo, texto escrito, foto etc., como já se percebe na realidade do mercado hoje” (*Idem, Ibidem*).

Ao participar do evento da ECA/USP foi possível constatar as observações de Maluly e Maciel (2013), como ainda foi factível notar a versatilidade educacional dos docentes em driblar as dificuldades relacionadas à formação em Radiojornalismo. Um exemplo dessa polivalência foi apresentado no curso de Jornalismo da UNESP de Bauru. Naquela instituição, a formação em Radiojornalismo foi relacionada a projetos de extensão que permitiram a apresentação de trabalhos elaborados por alunos na *Rádio UNESP FM* e na internet, com destaque para as redes sociais, como o *Facebook*, onde os programas foram disponibilizados e compartilhados. O uso de outras das redes, como o *Twitter*, foi citado como estratégia para a formação em Radiojornalismo no curso oferecido pela FIAM/FAAM e UNISA.

O desenvolvimento de produções radiojornalísticas que enfatizam a sensorialidade por intermédio da manipulação sonora foi uma das estratégias de ensino apresentadas por

docentes das instituições FIAM/FAAM, FECAP, Anhembí-Morumbi e Cásper Líbero sendo que, na última instituição, ainda são mantidas parcerias com rádios comunitárias, como a da favela de Heliópolis, em São Paulo, bem como a promoção de visitas a outras emissoras e entidades relacionadas ao rádio. No tocante às tecnologias digitais, foi observada na ESPM a intensificação do ensino no que se refere ao manuseio de *softwares* de edição de áudio como o *Audacity*, com o emprego de avaliações específicas para esse segmento.

Chamou a atenção, dentre os relatos, o apresentado por representantes do Mackenzie, de São Paulo, onde foi adotada a nomenclatura *Audiojornalismo* para designar disciplinas que trabalham com áudios digitais e outras expressividades sonoras, como as emitidas pelo rádio convencional. O conceito de Jornalismo em áudio é admitido por Eduardo Meditsch⁷⁰ como possibilidade para reflexão sobre um Radiojornalismo que seja efetivamente convergente:

A gente espera que o jornalismo em áudio seja pensado no contexto da convergência. Uma coisa que tem sido pouco observada na evolução da internet é que o áudio vai passar a ter um papel muito mais importante dentro de pouco tempo, quando os receptores de rádio dos carros forem substituídos por terminais de internet. Nesse momento, a internet vai ter que começar a falar e as pessoas não vão poder olhar para a tela. Então o jornalismo em áudio vai ter um papel fundamental na própria internet. Nesse sentido é que toda essa bagagem técnica e teórica acumulada sobre o rádio vai ser importante para a convergência (DEPOIMENTO DE EDUARDO MEDITSCH, 2014).

O docente cita que a opção pelo *Audiojornalismo* também ocorre em outros países, como nos Estados Unidos. Segundo ele, o *State of the News Media*⁷¹, da Universidade de Columbia, indicou a utilização do termo há cerca de cinco anos. Apesar da aura de atualidade que tal alteração possa apresentar, o pesquisador esclarece que, no mesmo *site*, foi possível notar que 90% da população Norte-americana continua ouvindo rádio AM e FM analógico:

O rádio digital não pegou lá e outras coisas que eles previram não aconteceram. Estamos em um momento muito inicial, de pré-história dessa mutação, dessa convergência. O que temos que definir são as bases para que se aplique o Jornalismo em áudio em todos os suportes possíveis, inclusive nos tradicionais (*Idem, Ibidem*).

⁷⁰ Entrevista em áudio concedida em 2014, durante o 15º Encontro Nacional dos Professores de Jornalismo, realizado em Curitiba, Paraná.

⁷¹ De acordo com Meditsch, o site faz uma avaliação anual de como estão evoluindo os meios de comunicação que tratam de jornalismo nos Estados Unidos. Disponível em: <<http://www.journalism.org/packages/state-of-the-news-media-2014/>>. Acesso em: 20 Nov. 2014.

Para Meditsch, a formação atual em Jornalismo é estabelecida numa base de métodos e técnicas que já são testadas e consagradas e que devem ser mantidas dentro do currículo. Porém, é preciso pensar na perspectiva multimídia da convergência em algum outro momento do currículo, usando essas bases. No tocante aos conteúdos, o pesquisador salienta que ainda não há uma convergência real ou consolidada envolvendo o rádio e a internet, mas uma sobreposição de linguagens e técnicas distintas. “O rádio está muito atrasado no processo de convergência. E o exemplo que dou é banal: não conseguimos ainda conciliar a programação sonora com a visual nos *sites* de rádio”.

É possível compreender que o atual momento evidencia-se, a partir do pensamento de Meditsch, como marcado por uma transição de contornos que ainda são totalmente perceptíveis. Observa-se, entretanto, o início de um processo que tem exigido, às vezes de forma experimental, a reconfiguração das práticas educacionais, no sentido de permitir uma aproximação maior do contexto atual, como demonstraram fazer os participantes durante seus relatos no *1º Painel Paulista sobre o Ensino de Radiojornalismo*.

Mesmo que boa parte das iniciativas ainda seja bastante acanhada e, muitas vezes, em descompasso com a velocidade das mudanças no meio, é nítido o esforço em garantir uma formação que ofereça os recursos necessários ao amplo desenvolvimento do aluno como profissional multimídia, multitarefa, empreendedor, autônomo e responsável, ciente de seu papel na consolidação, nas mídias sonoras, de uma produção diversificada, criativa, ética e comprometida com as demandas do público nas esferas local, regional e global (MALULY e MACIEL, 2013).

Pelo exposto, cabe ressaltar que tais proposituras merecem atenção não apenas dos docentes e pesquisadores, mas também das instituições de ensino que oferecem disciplinas como o Radiojornalismo. Considera-se que tal reflexão é o primeiro passo para efetivar ações que permitam ao ensino acompanhar, em ritmo mais acelerado, a velocidade da *nova era*.

3.3 Evolução dos currículos de Jornalismo no Brasil

Tratar dos aspectos atuais relativos à formação em Radiojornalismo no Brasil parte da necessidade de buscar, no passado, os fatos que levaram a configuração do atual sistema de ensino superior responsável por habilitar os futuros jornalistas. O ponto de partida situa-se entre parte do século XIX e o início do século XX, quando teve início a prática do Jornalismo

em terras brasileiras. Nesse período histórico, a atividade caracterizou-se como amadora, pois comportava poucas especializações e não obedecia a divisões sistematizadas de funções e de tarefas relacionadas ao processo de produção da notícia, condição extensiva à impressão dos jornais. O primeiro deles, o *Correio Braziliense*, expõe o experimentalismo vigente à época. Editado por Hipólito José da Costa entre 1808 a 1822, o periódico foi inicialmente produzido em Londres, na Inglaterra. A *Gazeta do Rio de Janeiro*, este sim o primeiro impresso no país, também revelava a fragilidade das ações jornalísticas, uma vez que era produzido a partir da *Impressão Régia*, oficina tipográfica oficial trazida ao Brasil pelo regente Dom João VI que, na companhia da família real, deixou Portugal durante as invasões napoleônicas na Europa (COSTELLA, 1984, p.92).

A atividade jornalística no Brasil carecia de organização, valorização e de qualificação profissional promovida a partir do ensino de nível superior. É oportuno lembrar que, durante no período histórico citado, o Brasil foi submetido a expressivas alterações de ordem social e política, transitando de colônia portuguesa à monarquia para, posteriormente, consolidar-se como regime republicano e federativo, este último responsável por mudanças estruturais em diversos segmentos da sociedade.

O Jornalismo foi um dos setores a encarar transformações que o levaram a adquirir sua atual identidade. Uma das principais mudanças foi a nova configuração das organizações que editavam jornais e revistas, que migraram do amadorismo para se tornarem empresas comerciais ávidas pelos lucros da veiculação de publicidades. Para Marques de Melo (2000, pp. 80-81), o exercício do Jornalismo, antes visto como trampolim para ascensão social em um país em transformação, pois facilitava o acesso à carreira na burocracia estatal ou na política, foi submetido a um lento processo de profissionalização marcado por um cenário em que se destacava a industrialização da imprensa. O Jornalismo, que era exercido por literatos ou bacharéis das Faculdades de Direito que aspiravam posições de liderança na sociedade brasileira, passou a exigir uma formação de caráter mais específico.

A primeira proposta para viabilizar a formação de jornalistas profissionais foi tardia e não surgiu de nenhum órgão do governo ou do setor patronal. Ela foi classista, sendo apresentada em 1908 durante o ato de instalação da Associação Brasileira de Imprensa – ABI. Dentre outras prioridades, a entidade discutiu à época a necessidade da criação de cursos que promovessem a formação universitária de jornalistas, com o a intenção de proporcionar conhecimento científico sobre a atividade a iniciantes e profissionais na ativa. Apenas em 1918 a entidade elaborou e aprovou um projeto detalhado a respeito do assunto, apresentado

no *Primeiro Congresso Brasileiro dos Jornalistas*, realizado no Rio de Janeiro. A proposta sugeria a criação de uma escola de Jornalismo que ficaria sob a responsabilidade da ABI, que ainda cuidaria da estrutura do curso.

A escola sequer chegou a ser implantada, mas o assunto continuou merecendo a atenção de dirigentes da entidade, como Barbosa Lima Sobrinho, que demonstrou no livro *O problema da imprensa*, de 1923, preocupação com a qualidade do Jornalismo que era praticado, apontando como alternativa o exemplo dos Norte-americanos que instituíam escolas para a formação de jornalistas (MARQUES DE MELO, 1974, p. 16). As intenções não saíram do papel, em grande parte, devido ao conservadorismo educacional da primeira república brasileira.

O decreto-lei nº 19.851, de 11 de abril de 1931, determinou a criação do estatuto das universidades brasileiras e atribuía ao ensino universitário a finalidade de elevar o nível da cultura geral dos estudantes, estimulando a investigação científica nas mais diversas áreas de domínio do conhecimento humano e habilitando o exercício de atividades que requeressem preparo técnico e científico superior. É nesse contexto que se consolidam projetos visando à formação de jornalistas, como o apresentado em abril de 1935: a implantação de uma cátedra de Jornalismo, então ligada à Universidade do Distrito Federal – a UDF, no Rio de Janeiro⁷². A instituição, formada por um instituto de educação e de escolas de ciências, de economia e direito, de filosofia e letras e do instituto de artes, ofereceria alguns cursos completamente novos no ensino superior brasileiro, dentre eles Jornalismo e Publicidade (MARQUES DE MELO, 2000, p. 84).

As aulas, que dispunham de professores franceses e brasileiros, não atendiam aos parâmetros reivindicados pela ABI, já que eram oferecidas por uma instituição educacional voltada a formação autônoma – e não específica – de jornalistas. Dentre outros propósitos, o

⁷² De acordo com Fávero (2008), a Universidade do Distrito Federal (UDF) procurou refletir as concepções e propostas de intelectuais vinculados a entidades como a Associação Brasileira de Educação (ABE) e a Academia Brasileira de Ciências (ABC), que defendiam a Universidade como local para produção cultural e realização de atividades científicas livres. Fundada na então capital da República pelo Decreto Municipal nº 5.513/35, a UDF foi instituída em grande parte pelo esforço do educador Anísio Teixeira, na época Diretor de Instrução Pública do Distrito Federal, que adaptou aos cursos da UDF o modelo de outro educador, o filósofo Norte-americano John Dewey, que considerava a Educação uma função vinculada aos objetivos da sociedade. As ações de Anísio Teixeira chegaram a ser rotuladas de americanistas, apesar de Costa Rego, responsável pela cátedra de jornalismo, ter empreendido iniciativas educacionais de nuances mais próximas às condutas europeias.

curso configurava a intenção de refletir sobre o fenômeno ascendente da cultura de massa, correlacionando o Jornalismo e a Publicidade.

A estratégia da ABI para efetivar a criação da Escola de Jornalismo orientou-se no sentido de reivindicá-la junto ao Estado, amarrando-a no estatuto de regulamentação da profissão de jornalista. Foi exatamente nesse contexto de criação do curso pioneiro da UDF que a ABI arrancou de Getúlio Vargas o compromisso de manter escolas para formar novos jornalistas (MARQUES DE MELO, 2000, p. 84).

A cátedra foi designada ao jornalista Costa Rego, então secretário de redação do *Correio da Manhã*, jornal carioca considerado um dos principais formadores de opinião do país. Apontado por Marques de Melo (2000, p. 86) como o primeiro catedrático brasileiro de Jornalismo, Costa Rego empreendeu na Universidade do Distrito Federal um enfoque pedagógico que se assemelhava menos ao modelo Norte-americano e mais às experiências europeias que tinham, por diretrizes, a valorização da formação humanística e o estímulo dos valores éticos dos profissionais (*op. cit.*, p. 87).

Desarticulada precocemente em 1939 por conta da extinção da UDF durante o governo ditatorial de Getúlio Vargas – mais conhecido historicamente como *Estado Novo*, a cátedra demonstrou o propósito em estimular ações efetivas que visassem à capacitação jornalística a partir de preceitos educacionais. Apesar de ser o responsável pelo fim da cátedra da UDF, o governo de Getúlio Vargas atendeu os anseios da ABI ao instituir, em 1938, pelo decreto-lei 910, o ensino superior de Jornalismo, integrando-o na estrutura universitária brasileira como setor vinculado às Faculdades de Filosofia (MARQUES DE MELO, 1974, p. 19). As escolas para preparação de jornalistas tinham como propósito capacitar profissionais aptos a atuar na imprensa e, para tanto, deveriam organizar e sistematizar esse ensino.

A criação das escolas de Jornalismo ainda determinava que os profissionais formados fossem obrigados a fazer a inscrição no *Registro da Profissão Jornalística*, uma vez que era preciso apresentar, no ato do registro, diplomas do curso superior de Jornalismo ou exames prestados em escolas. Entretanto, o ensino só teria suas diretrizes pedagógicas estabelecidas em 1946, quando o Ministério da Educação fixou uma estrutura curricular e definiu outras providências de natureza didática, contanto para isso com a assessoria da ABI (MARQUES DE MELO, 1974, p. 19).

Outro episódio relevante à qualificação profissional foi a realização em São Paulo, em 1943, de um curso livre de Jornalismo patrocinado pela Associação dos Profissionais de

Imprensa de São Paulo – APISP. A iniciativa levou a publicação, em 1945, do livro *Curso de Jornalismo*, editado pelo advogado e jornalista Vitorino Prata Castelo Branco. A obra sistematizava o ensino de Jornalismo com o propósito de dar oportunidade aos interessados em aprender a profissão. No curso, o aprendiz a jornalista era desafiado a dominar técnicas da área e a desenvolver o senso crítico e a responsabilidade social. Os 12 capítulos do livro foram vendidos separadamente como fascículos publicados na revista mensal *Cursos*, que era editada por Vitorino e circulava em todo Brasil (*Idem, Ibidem*).

Os conteúdos eram expostos no formato de *lições* que abordavam técnicas jornalísticas e que ofereciam resumos históricos e uma série de exercícios práticos. A obra, apesar de posteriormente ser considerada como pioneira e relevante à elaboração dos conteúdos programáticos dos primeiros cursos de Jornalismo no país, sendo apontada pelo próprio Vitorino Prata Castelo Branco como a primeira do gênero a ser publicada em Língua Portuguesa, foi criticada pelo Sindicato dos Jornalistas, que solicitou a então secretaria de Segurança Pública a suspensão da publicação por considerá-la voltada exclusivamente a objetivos comerciais (MARQUES DE MELO, 1974, p. 18).

A inclusão oficial do curso de Jornalismo no sistema de ensino superior do Brasil aconteceu em 13 de maio de 1943 com a promulgação do Decreto-lei nº 5.480, assinado por Getúlio Vargas e pelo Ministro da Educação da época, Gustavo Capanema. O ato atribuiu à Faculdade Nacional de Filosofia do Rio de Janeiro o oferecimento do curso em cooperação com a ABI e os sindicatos dos jornalistas e das empresas jornalísticas. Porém, as atividades naquela instituição tiveram início tardio, em 1948, por causa da publicação do decreto 22.245 de 6 de dezembro de 1946, que regulamentou o decreto-lei anterior⁷³.

De acordo com o decreto, as aulas dos cursos de Jornalismo seriam ministradas em três anos e deveriam promover a formação, o aperfeiçoamento e a extensão cultural. Dentre as primeiras disciplinas escolhidas para o curso de Jornalismo destacavam-se Português e Literatura, Francês ou Inglês, Geografia Humana, História da Civilização, Ética e Legislação de Imprensa, Sociologia, História do Brasil, História da Imprensa, Noções de Direito, Técnicas de Jornalismo, Economia Política, Psicologia Social e Organização e Administração de Jornal. A disponibilização dos conteúdos técnicos e teóricos era discrepante em relação às

⁷³ O curso superior foi o segundo aberto no país, incorporado mais tarde à Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) depois da extinção da Faculdade Nacional de Filosofia pelo governo militar em 1968 (FÁVERO, 2006, p. 28).

ações de caráter prático, pois ocorreriam fora do ambiente escolar, mediante a realização de estágios obrigatórios em organizações jornalísticas.

A formação de jornalistas por instituições de ensino superior no Brasil começou de forma efetiva em 1947 na *Fundação Cásper Líbero*, que firmou convênio com a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP. O curso pioneiro, agregado à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras São Bento até o fim de 1971, tornou-se autônomo e autorizado a utilizar a denominação de *Escola* em 1958, oferecendo, um ano depois, cursos de pós-graduação em nível de especialização e de aperfeiçoamento. O nome foi alterado novamente em 1972 para *Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero* que incorporou, além do curso de Jornalismo, os de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. Em 2002, a instituição abriu o curso de Rádio e TV e, em 2003, o curso de graduação em Turismo teve seu funcionamento autorizado pelo Ministério da Educação (KOSHIYAMA, 2007).

O primeiro curso de Jornalismo do Brasil estruturou-se devido ao idealismo do advogado, jornalista e proprietário do jornal *A Gazeta*, Cásper Líbero. Antes de falecer em um acidente de avião, em 1943, o empresário determinou em testamento que a fundação que recebeu seu nome deveria “criar e manter uma escola de Jornalismo e ensinamento de humanidades, particularmente Português, Prosa, Estilo, Literatura, Eloquência, História e Filosofia, em cursos de grandes proporções, a começar pelo secundário e finalizar pelo superior”⁷⁴. De acordo com José Marques de Melo (1974, p. 22), o momento era propício e havia até mesmo uma consciência empresarial em torno da necessidade da instalação de uma faculdade de Jornalismo, que também era vislumbrada pela ABI desde a década de 1910.

Segundo Beltrão (1972, p. 109), a Faculdade de Jornalismo da Fundação Cásper Líbero, bem como o curso criado em 1948 na Faculdade Nacional de Filosofia do Rio de Janeiro – depois UFRJ, indicaram a opção por um modelo de ensino baseado na corrente pedagógica Norte-americana de orientação humanístico-técnico-profissional. O autor relata que os casos brasileiros mostravam tendência mais humanística do que técnico-profissional, condição resultante da falta de equipamentos nas escolas, da inexperiência didática e do limitado conhecimento teórico dos primeiros docentes, que eram provenientes, em grande maioria, das redações e de outras áreas correlatas. Beltrão cita o exemplo de um profissional de rádio que era produtor, locutor e ator, com formação universitária em Direito, que foi chamado a lecionar. O conteúdo ministrado, contudo, era prioritariamente humanístico:

⁷⁴ Disponível em: <http://fcl.com.br/faculdade/>. Acesso em: 10 Jun. 2014.

Convidado para ocupar uma cátedra, em uma semana expôs tudo que sabia e ficou impossibilitado de orientar a classe. Como era de um caráter honesto, demitiu-se – o que nem sempre ocorre com professores, que sem tarimba no magistério e sem qualquer curiosidade para com os métodos pedagógicos, continuam ditando classes, como se estivessem em uma tribuna parlamentar no exercício de uma ação procrastinadora (BELTRÃO, 1972, p. 109).

Após a criação dos primeiros cursos de Jornalismo, ações de intervenção do Estado no sentido de regulamentar os currículos tornaram-se cada vez mais evidentes e constantes. Um desses atos ocorreu em 1961 com a criação da lei 4.024 que estabeleceu as *Diretrizes e Bases da Educação Nacional* e o *Conselho Federal de Educação* – CFE, órgão que tinha por competência fixar o currículo mínimo dos cursos superiores. Entre 1962 a 1984, a legislação que normatizou a área da Comunicação Social com relação aos currículos implantados foi composta por cinco pareceres do CFE e três resoluções do Ministério da Educação. Como resultados dos atos normativos foram criados, no Brasil, cinco currículos mínimos que atenderam ao Jornalismo e, posteriormente, a área da Comunicação Social.

O primeiro currículo mínimo do curso de Jornalismo foi criado em decorrência do parecer 323/62, que revelou a tendência de formar profissionais de imprensa, de rádio e de televisão. As disciplinas foram denominadas de forma global, podendo ser desdobradas. As de caráter geral eram obrigatórias, enquanto as técnicas previam atividades práticas que seriam realizadas durante estágio em redações de jornal, emissoras de rádio e televisão e empresas de publicidade (MOURA, 2002, p. 83).

O segundo currículo mínimo, implantado pelo parecer 984/65, ampliou a duração do curso, que passou a atender a três níveis: cultural (formado por disciplinas de formação humanística), fenomenológico (com matérias teóricas voltadas à área da Comunicação) e instrumental (com disciplinas técnicas ou de especialização). O Radiojornalismo é citado apenas – e indiretamente – no segundo currículo mínimo como *Jornalismo Radiofônico*, sendo incluído à grade curricular na modalidade *transmissão de notícias*.

A segunda reformulação visava, segundo o documento, a formação de profissionais polivalentes e que atuassem em todas as modalidades noticiosas: jornalismo diário, periódico, ilustrado, televisionado, cinematográfico, publicitário e relações públicas. Nas matérias técnicas e práticas o parecer determinou a aplicação de exercícios para treinamento que deveriam ser feitos em laboratórios pertencentes às instituições de ensino ou entidades conveniadas aos cursos. Nesses locais, o parecer indicava a obrigatoriedade de elaboração de um jornal impresso e de programas de rádio e televisão. Haveria ainda uma disciplina de

redação que complementaria o estudo da Língua Portuguesa. Além disso, outras disciplinas complementares poderiam ser acrescentadas ao currículo mínimo (MOURA, 2002, p. 85).

As alterações estruturais promovidas na segunda intervenção feita ao currículo mínimo sofreram a influência direta do Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo para a América Latina – CIESPAL, entidade vinculada à Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO, com sede em Quito, no Equador. Uma das contribuições do órgão foi a realização de seminários para o desenvolvimento de estudos de Comunicação Social promovidos em 1965 em cinco cidades da América Latina: Medellín, Colômbia; Cidade do México, México; Buenos Aires, Argentina; e Rio de Janeiro, Brasil.

Os seminários tiveram apoio da ABI e a participação de profissionais e docentes brasileiros, dentre eles dois renomados defensores da formação acadêmica dos jornalistas: Carlos Rizzini – professor do curso de Jornalismo da Universidade do Brasil que investigou a formação de jornalistas em diferentes partes do mundo, como nos Estados Unidos onde avaliou, nos cursos de Jornalismo de Missouri e Columbia, as estruturas curriculares Norte-americanas com o intuito de formular propostas para um modelo brasileiro; e também Luiz Beltrão – que iniciou trajetória acadêmica ao fundar, em 1961, o curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, sendo reconhecido não apenas como jornalista renomado da região Nordeste do país, mas principalmente pela visão sobre o preparo dos profissionais e pela criação de um curso de Jornalismo mais adequado à realidade nacional (MARQUES DE MELO, 1974).

Os resultados dos eventos realizados pelo CIESPAL mostraram-se fundamentais à renovação de escolas de Jornalismo da América Latina. No caso brasileiro, as atualizações despontaram em 1969, ano em que o Decreto-lei 972 regulamentou o exercício da profissão de jornalista. De acordo com Meditsch (1999), o CIESPAL exerceu papel preponderante na conformação do campo acadêmico, pois a entidade não se limitava a propor a formação de um novo tipo de profissional, mas sugeria a extinção e a substituição das profissões previamente existentes. “A política do Centro influenciou a regulamentação profissional em diversos países e conseguiu unificar a linguagem acadêmica da área em todo o continente, com a boa desculpa de facilitar o intercâmbio” (*op. cit.*, p. 3).

O terceiro currículo mínimo surgiu em 1969 com a publicação do parecer 631/69 e da resolução 11/69 do CFE. Dentre as principais alterações destacaram-se a nova carga horária, nova duração e denominação do curso, que passou a ser *de Comunicação Social*, atribuindo

aos formandos o grau de Bacharel com habilitação em Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Editoração. Metade do programa era destinado a todas as habilitações, enquanto a outra metade tinha disciplinas específicas para cada habilitação (MOURA, 2002, p. 86). O quarto currículo mínimo, estabelecido pelo parecer 1203/77, apontou três fases distintas do ensino de Comunicação: clássico-humanista, científico-técnica e crítico-reflexiva. Ampliaram-se também as habilitações, sendo acrescentados os cursos de Rádio e Televisão e Cinematografia.

O último currículo mínimo, instaurado pelo parecer 480/83, surgiu após trabalho de uma comissão especial formada por conselheiros, professores e, mais tarde, representantes discentes, que fizeram um levantamento junto à comunidade acadêmica e as áreas empresariais e profissionais. A resolução 02/84 fixou o currículo mínimo, estabelecendo exigências de infraestrutura para o funcionamento dos cursos. No Jornalismo, determinou-se que fossem feitas 8 edições anuais de jornais-laboratório (*op. cit.*, p. 95).

Os cursos de Comunicação Social precisaram aguardar até 1996 para que fosse criada a lei 9.394, que estabeleceu novas diretrizes e bases da educação nacional. Popularizada como *Lei de Diretrizes de Base* ou *LDB*, a normatização garantiu autonomia às instituições de ensino superior, acabando assim com a trajetória dos currículos mínimos. Para Marques de Melo (2007), a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional representou um avanço, mas também uma responsabilidade maior para os docentes compromissados com a elaboração das novas grades curriculares, agora sintonizadas com as demandas locais e regionais. Segundo ele, muitos preferiram se acomodar “aos modelos adotados pela burocracia acadêmica ou sutilmente impostos pelas vanguardas que integram as comissões verificadoras do Ministério da Educação” (*Idem, Ibidem*).

3.4 Desenvolvimento do Radiojornalismo brasileiro

Compreender a formação em Radiojornalismo parte, inicialmente, da intenção de conhecer como esse gênero se consolidou nos países. Trata-se de uma trajetória que, como a do Jornalismo, também apresentou momentos de experimentalismo até a consolidação da credibilidade perante as audiências. No caso das rádios brasileiras, o Jornalismo faz parte da programação desde as primeiras transmissões de ondas eletromagnéticas geradas de forma contínua, em 1923. Entretanto, durante muito tempo, o espaço destinado ao noticiário

radiofônico foi limitado, uma vez que não havia qualquer tipo de técnica apurada ou estratégia para produção dos conteúdos sonoros. Nesse sentido chamam atenção às alternativas encontradas por Edgard Roquette-Pinto que, juntamente com Henry Morize e um grupo de intelectuais da Academia Brasileira de Ciências, criou a *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*.

Edgard Roquette-Pinto acordava por volta das cinco horas, lia todos os matutinos, circulando as notícias com um lápis vermelho, e, duas horas depois, estava ao microfone. Esse pioneiro, *the father of radio in Brazil*, como chegou a ser chamado pela imprensa dos Estados Unidos, ia, então, para a frente do microfone, lendo e comentando aqueles trechos assinalados (FERRARETTO, 2011, p. 17).

O conteúdo fragmentado de forma improvisada e amadora por Roquette-Pinto era apresentado por ele próprio no *Jornal da Manhã*, que ganhou destaque pelos comentários e opiniões emitidas sobre os fatos⁷⁵. Essa prática ganhou mais tarde nas redações o nome pejorativo de *Gilete Press*, em alusão à utilização da lâmina de barbear que, a exemplo das tesouras, réguas ou qualquer outro material cortante disponível, foram empregadas para recortar as notícias dos jornais impressos que seriam lidas pelos locutores durante os radiojornais. Essa técnica tornava mais fácil o manuseio das notas impressas e ainda evitava-se levar, ao estúdio, o calhamaço inteiro do jornal que, ao ser folheado, poderia gerar ruídos que inevitavelmente seriam captados pelos microfones e pelas audiências. Na atualidade, a manipulação mal intencionada das tecnologias digitais perpetua essa conduta perniciosa em muitas emissoras do país, que constroem seus noticiários na base do popular *copia e cola*⁷⁶.

Ferraretto (2011) salienta que as práticas de Roquette-Pinto foram parte das estratégias de produção do noticiário no rádio brasileiro até 28 de agosto de 1941, quando entrou *no ar* um radiojornal revolucionário que foi referência para a maioria das emissoras do país – o *Repórter Esso*, transmitido inicialmente pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro⁷⁷. Narrado

⁷⁵ Além do *Jornal da manhã*, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro transmitia mais três noticiários usando como base os impressos: *Jornal do Meio-dia*, *Jornal da Tarde* e *Jornal da Noite* (FEDERICO, 1982).

⁷⁶ A técnica consiste em selecionar um texto em um determinado *Site* e comprimir as teclas “Ctrl” e “V”. Em seguida, acionam-se as teclas “Ctrl” e “C” sobre uma planilha ou programa específico para redação (Microsoft Word, por exemplo), colando o texto copiado.

⁷⁷ Além da Rádio Nacional, o radiojornal foi também apresentado no mesmo ano pela Rádio Record de São Paulo. Em pouco mais de 12 meses o *Repórter Esso* foi transmitido pelas rádios Farroupilha, do Rio Grande do Sul; Inconfidência, em Belo Horizonte; e Clube de Pernambuco, em Recife (FERRARETTO, 2011, p. 21). Ao transmitirem em ondas curtas e médias, as rádios atingiam a maioria dos estados brasileiros e, segundo

pelo locutor gaúcho Heron Domingues e patrocinado pela empresa *Esso Brasileira de Petróleo*, o programa foi veiculado anteriormente em Nova York, Buenos Aires, Santiago, Lima e Havana, afinado com “a política de boa vizinhança” estabelecida pelos Estados Unidos com a América Latina no final da primeira metade do século passado (*Idem. Ibidem*).

O escritório da agência de publicidade *McCann-Erickson* abrigava, na então capital brasileira, a redação do informativo, que ficava sob a responsabilidade da UPI. A agência cuidava “da seleção dos pontos estratégicos para a veiculação do programa, de acordo com os interesses dos Estados Unidos” (MOREIRA, 2011, p. 9). A veiculação de bordões de características publicitárias, como *a testemunha ocular da história* ou *o primeiro a dar as últimas*, caracterizavam o *Repórter Esso* como um noticioso ágil, baseado em frases curtas e em ordem direta, que priorizou, inicialmente, os fatos referentes às ações empreendidas nas linhas de batalha da segunda guerra mundial (*Idem, Ibidem*).

As contribuições ao Radiojornalismo atribuídas ao *Repórter Esso* apontam para uma padronização nos padrões de produção jornalística que perdura na contemporaneidade. Dentre os avanços destacam-se a introdução de um formato de noticiário elaborado com linguagem própria para o rádio a partir da adaptação dos telegramas da UPI e a consolidação de um estilo de locução pausado e de forte entonação comum a Heron Domingues e que foi seguido por locutores de várias outras emissoras brasileiras.

As grades de programação também foram beneficiadas pela definição de horários predeterminados para a apresentação do radiojornal, que contava com quatro edições diárias fixas veiculadas às 8h, 12h55, 19h55 e 22h55, e de “edições extras”, que eram preparadas principalmente durante a guerra (*op. cit.*, p. 10). Observa-se que padronização dos períodos de inserção do *Repórter Esso* nas grandes de programação popularizou o chamado *horário nobre* do Radiojornalismo – momento em que há um maior número de ouvintes/usuários envolvidos com a transmissão radiofônica por conta de seus afazeres diários.

Outras ações serviram de alicerce às atuais estruturas jornalísticas vigentes no rádio, como o estabelecimento de diversas técnicas redacionais (como a apresentação, nos textos, dos números por extenso para a contagem do tempo de narração a partir do total de linhas escritas) e a organização de um manual de produção que definia o *Repórter Esso* como um programa informativo que não emitia opinião e que mencionava as fontes. A criação de

Zuculoto (2011, p. 47), elas teriam formado a primeira tentativa de estabelecer uma rede nacional de divulgação de notícias no Brasil.

redações específicas para a elaboração dos conteúdos jornalísticos e a implantação de equipes de produção também foram heranças daquele programa jornalístico radiofônico.

Sete anos depois de seu lançamento, o programa inspirou a criação da primeira redação de radiojornalismo no país, na mesma Rádio Nacional, que passou a contar em sua estrutura com a Seção de Jornais Falados e Reportagens. Composta por uma equipe de quatro redatores, um chefe de reportagem e um colaborador de noticiário parlamentar, a redação pioneira avançava em relação ao *Repórter Esso* ao introduzir no rádio rotinas e hierarquias peculiares a uma redação jornalística. O material divulgado era resultado da apuração local dos repórteres e da redação de notícias das agências Nacional, AsaPress (brasileiras) e UPI (estrangeira). Em 1953, o trabalho da Seção resultaria na Rede nacional de Notícias, retransmissão em ondas curtas dos jornais falados DAC Rádio Nacional do Rio de Janeiro por emissoras de diversas regiões. Estava, assim, consolidado o estilo de radiojornalismo adotado pela maioria das rádios brasileiras, que, de certa forma, continua presente ainda hoje e cuja origem remonta àquela primeira edição do *Repórter Esso*, de 1941 (MOREIRA, 2011, p. 11).

O modelo da *síntese noticiosa*, nome dado à técnica introduzida pela *Rádio Nacional* em seu *Repórter Esso*, deu contornos profissionais ao Radiojornalismo e também impulsionou novas formas de produção noticiosas que surgiram posteriormente. De acordo com Zuculoto (2012, p. 29), as normas rígidas de produção do *Repórter Esso* foram determinantes para a configuração do atual modelo noticioso, que adquiriu síntese, clareza e objetividade na forma e na estrutura do relato jornalístico. O *lead* – método que fornece dados essenciais logo no início da notícia – consolidou-se no rádio mediante adoção dessas técnicas.

O estabelecimento de normas redacionais específicas fundou as bases da linguagem radiofônica jornalística, antes compreendida por profissionais e pesquisadores da área apenas como oral, como lembra Armanda Balsebre (1994). A linguagem do rádio, na concepção do autor, não se estabelece somente no uso da palavra, mas na expressão de um sistema que envolve fala, música e efeitos sonoros. Há, segundo ele, uma falsa identificação da linguagem no rádio que instaura uma “concepção limitada do meio como um canal transmissor de mensagens de voz, suporte para comunicação remota entre as pessoas, excluindo o caráter de rádio como um meio de expressão” (*Idem, Ibidem* – tradução nossa).

A predominância do texto curto e direto, privilegiando a similaridade de assuntos e destacando os acontecimentos no final do noticiário, com duração preestabelecida de cinco a dez minutos, tornou-se a fórmula que sintetiza a informação no rádio e que serviu de modelo para iniciativas como a do *Grande Jornal falado da Tupi*⁷⁸, que ao estreiar em 1942 oferecia

⁷⁸ Criado por Coripeu de Azevedo Marques e Armando Bertoni para a Rádio Tupi, de São Paulo.

uma estrutura baseada na divisão editorial dos jornais impressos. “No início, [havia] a identificação do noticiário como o cabeçalho de um periódico impresso; depois com a marcação da sonoplastia, [apresentavam-se] as manchetes a reproduzir a capa de um jornal; e seguiam-se as notícias agrupadas em blocos - política, economia, esportes” (FERRARETTO, 2011, p. 22). Outra mudança que integrou a rotina do Radiojornalismo na primeira metade do século passado foi a participação de equipes de repórteres nas localidades onde os fatos aconteciam. A inovação foi atribuída a *Rádio Continental*, criada em 1948 no Rio de Janeiro. A cobertura privilegiava a informação e a música, mas o destaque ficava para os eventos esportivos, como o automobilismo, remo, natação, futebol e atletismo.

A chegada da televisão ao Brasil na década de 1950 e o golpe militar de 1964 foram, dentre outros episódios, aqueles que mais influenciaram a ação jornalística no rádio, que ainda sofreu com a redução de recursos financeiros e, posteriormente, com o controle da informação por parte dos agentes do regime autoritário. Para Zuculoto (2012, p. 30), de outro lado, o avanço tecnológico ocorrido nesse período histórico trouxe benefícios à transmissão e recepção dos conteúdos sonoros, principalmente os de caráter noticioso. Nos anos 1970 e 1980, o aumento no número de FMs que ofereciam melhor qualidade sonora e privilegiavam inicialmente a programação musical estimulou o aparecimento de emissoras próximas ao formato *all news*. “Ocorre a cristalização de uma tendência de formação de grandes redes permanentes. Enfim, o Radiojornalismo conquista um espaço definitivo na radiofonia brasileira” (*op. cit.*, pp. 30-31)

A evolução do Radiojornalismo, porém, não ocorreu de forma homogênea no Brasil. O emprego de técnicas e estratégias que tinham por propósitos a qualidade na produção e na transmissão dos conteúdos noticiosos restringiu-se por muito tempo às emissoras instaladas nas capitais ou nos grandes centros urbanos. “No interior do país e nas pequenas rádios, os jornais impressos continuavam sendo lidos no ar, e o avanço era copiar as grandes estações” (ZUCULOTO, 2011B, p. 47). Apesar dos avanços já mencionados, observa-se que a condição indicada pela autora permanece vigente em muitas rádios, principalmente às comunitárias que, de forma precária, improvisada e inconsistente elaboram e difundem seus noticiosos quase sempre feitos na base do *Gilete Press* virtual.

Para Ferraretto (2011), o Radiojornalismo brasileiro passou por três fases distintas. A primeira, a *da difusão*, ocorreu de 1930 até metade dos anos 1960, caracterizando-se pela veiculação de conteúdos generalistas que não observavam a diversidade de públicos. “A programação corresponde ao que, no conjunto, passou a ser conhecido como rádio-espetáculo:

de modo majoritário, humorísticos, novelas e programas de auditório; com menor espaço, noticiário e cobertura esportiva” (*op. cit.*, p. 19).

A segunda fase, a *da segmentação* implantada com a chegada da televisão, ainda é vigente na atualidade e ocorre principalmente por causa do desenvolvimento tecnológico dos aparelhos receptores que popularizam e disseminam o rádio junto às audiências em suas fases analógica e digital. Alterações sociais ocorridas no Brasil com maior intensidade na segunda metade do século passado complementaram essa fase: crescimento urbano desenfreado, conformação do jovem como categoria social, vigência da sociedade de consumo a partir da popularização do crédito e a dimensão política decorrente da abertura gradual e progressiva do regime militar iniciada no governo de Ernesto Geisel entre 1974 e 1979. Ferraretto avalia ainda que a abertura política teve relação direta com o Radiojornalismo, que começou a se desenvolver “com o lento e gradual fim da censura e de outras formas de repressão à liberdade de imprensa, até chegar ao estágio das emissoras totalmente dedicadas à notícia” (*Idem, Ibidem*).

Para o autor, a terceira fase evolutiva do Radiojornalismo é a *da convergência* que tem viés é predominantemente *tecnológico*. Deflagrado a partir dos anos 1990 devido ao acesso massivo à telefonia celular e à internet comercial, esse novo período ressalta-se pela oferta de um ambiente digital onde reverberam conteúdos adicionais aos sons emitidos pelas emissoras, instaurando um processo no qual “as mudanças vão chegando e se desenvolvem, com maior ou menor vagar, até se tornarem hegemônicas” (*op. cit.*, p. 20). As considerações feitas por Ferraretto permite entender que a nova configuração do rádio já se consolidou nessa segunda década do século XXI, permitindo o estabelecimento de outras formas de *convergência*, como a *midiática*. “A característica central do rádio convergente é a sua presença multiplataforma, ou seja, em todos os suportes possíveis, indo além, inclusive, da tradicional transmissão *hertziana*, é, até, da obrigatoriedade de irradiação com recepção no mesmo momento” (*op. cit.*, p. 32).

Vale ressaltar que não foram apenas o Rádio e o Radiojornalismo que evoluíram no século passado e seguem avançando na *nova era*. O perfil das audiências também mudou expressivamente durante as sete décadas de efetiva produção radiojornalística no Brasil. Essa *remodelagem*, como denomina Del Bianco (2008), teve início na década de 1940, sendo marcada pela aprovação das audiências aos novos padrões estéticos sonoros que substituíram à leitura de jornais impressos e também pela popularização dos aparelhos receptores, que se tornaram menores e mais baratos devido aos novos componentes tecnológicos, como o

transistor. A aproximação com o público tornou-se ainda maior na década de 1970, com a consolidação de emissoras especializadas em Jornalismo; e na década de 1980, quando novos aparatos permitiram a manifestação dos repórteres *ao vivo* na programação. “O tempo entre o acontecimento e a veiculação da notícia é encurtado. A cobertura ao vivo criou uma sensação de participação do ouvinte no cenário dos principais acontecimentos políticos da época” (DEL BIANCO, 2008, p. 5). Estabeleceu-se, no rádio, uma audiência rotativa, baseada na opção dos indivíduos pela busca constante de notícias, independente da estação que as irradiava.

No atual cenário digital e de convergência das mídias, as audiências passaram a ter meios virtuais para desfrutar do Rádiojornalismo, antes acessível exclusivamente pelas ondas eletromagnéticas. Para Zuculoto (2012), os *ouvintes/usuários* não precisam mais ouvir o rádio em tempo real, no exato momento da transmissão, para se informarem a respeito de um determinado fato. A internet permitiu ouvir o que se deseja a qualquer momento, gerando assim alterações na linguagem radiojornalística consolidada desde o *Repórter Esso* e que ainda se mantém na rotina de muitas emissoras. A autora salienta que não cabe mais à notícia no rádio obedecer a padrões rígidos que observam questões referentes, por exemplo, à temporalidade do *aqui e agora*. “O rádio já não pode mais simplesmente informar que tal fato ocorre daqui a pouco, sem situar de que dia, de que turno” (*op. cit.*, p. 171).

A factualidade tornou-se uma condição a ser revista no noticiário no rádio, que trazia do passado a primazia da instantaneidade e que, de acordo com Ortriwano (2003), ganhou novo aspecto na era da convergência das mídias.

Na Internet o rádio tem suas particularidades. Na transmissão comum, se o ouvinte perde a atenção, não pode voltar a notícia ou a música para ouvir novamente, característica da instantaneidade, ou seja, a simultaneidade na recepção. Na *Web*, mesmo nas transmissões ao vivo, os *sites* podem disponibilizar os arquivos de áudio para que os ouvintes possam escutá-los posteriormente, *on demand* (ORTRIWANO, 2003, p. 81)

O Rádiojornalismo intensifica, na *nova era*, a conquista de um público que mantém, em parte, antigos hábitos de audiência e, de outra parte, que se renova a partir da capacidade de interação amplificada pela configuração das novas tecnologias digitais. Nesse sentido, torna-se imprescindível a formação de profissionais que estejam sintonizados ao novo contexto e não a um modelo de rádio que se dilui com o tempo, mas que também se renova principalmente por conta da convergência das mídias no ambiente virtual.

Como anteriormente foi notado existem, nas disciplinas de Radiojornalismo oferecidas por instituições de ensino superior brasileiras, esforços no sentido de não apenas compreender as mudanças da *nova era*, mas também de buscar a aderência do ensino à realidade. Nesse sentido, torna-se oportuno verificar se a formação em Radiojornalismo oferece, de fato, um ensino contextualizado à convergência das mídias no ambiente virtual.

Para tanto, tem-se como procedimento metodológico estudo de caso que observou o plano de ensino e sua aplicação teórico/prática junto à disciplina *Radiojornalismo* oferecida pelo curso de Jornalismo do CJE da ECA/USP. O critério de validação para tal escolha observou o fato de o curso ser oferecido pela principal instituição de ensino superior do país⁷⁹, sendo também posicionado como o melhor dentre os demais existentes⁸⁰ e o mais procurado por estudantes interessados em ingressar em Jornalismo, conforme foi revelado na exposição referente à Fuvest. Antes de empreender o estudo de caso, torna-se oportuno apresentar o percurso percorrido pelo curso de Jornalismo da ECA/USP, que teve no passado – e tem no presente – relevante papel na formação de profissionais para essa área da Comunicação.

3.5 Estudo de caso: o curso de Jornalismo da ECA/USP

A *Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo* – ECA/USP – foi criada como o nome de *Escola de Comunicações Culturais* por um decreto assinado pelo Governo do Estado de São Paulo em 15 de junho de 1966. A Instituição de Ensino Superior surgiu após estudos realizados por uma comissão especial presidida pelo então reitor Gama e Silva. “A estrutura da escola da USP compreendia sete cursos profissionalizantes: Jornalismo, Rádio e Televisão, Cinema, Artes Dramáticas, Biblioteconomia, Documentação e Relações Públicas” (MARQUES DE MELO, 1974, p. 56). O nome atual foi atribuído em 1970 durante

⁷⁹ Dado divulgado, em 2014, pela QS – *Quacquarelli Symonds University Rankings*, que ainda apresentou a USP como a segunda melhor Instituição de Ensino Superior da América Latina, precedida apenas pela Universidade do Chile. Disponível em: <<http://www.topuniversities.com/latin-american-rankings>>. Acesso em: 07 Jul. 14.

⁸⁰ Dentre as referências que corroboram a afirmação estão os índices elaborados por publicações especializadas na área, como o *Guia do Estudante*, da Editora Abril; e o *RUF – Ranking Universitário Folha*, do jornal Folha de São Paulo, que coloca o curso oferecido pela ECA/USP em 1^o lugar dentre os demais no Brasil. Informações disponíveis em: <<http://guiadoestudante.abril.com.br/blogs/melhores-faculdades/os-melhores-cursos-de-jornalismo-do-brasil/>> e <<http://ruf.folha.uol.com.br/2014/perfil/universidade-de-sao-paulo-usp-112220.shtml>>. Acesso em: 03 Nov. 2014.

a reforma do ensino na USP, momento em que a escola ampliou o número de cursos, acrescentando Editoração, Música e Artes Plásticas. A ECA/USP ainda foi pioneira, no Brasil, no ensino de Pós-Graduação, iniciando em 1972 um curso de mestrado em Ciências da Comunicação (*op. cit.*, pp. 60-61). Em 2014, a ECA/USP ofereceu 24 cursos de graduação entre licenciaturas, bacharelados e habilitações⁸¹.

O primeiro currículo, de acordo com Marques de Melo (1974, 58), tinha orientação pedagógica baseada no plano que originou a *Faculdade de Comunicação de Massa de Brasília*⁸² e por orientações propostas pelo CIESPAL. Entretanto, “a estrutura didática pecava pela concomitância da formação humanística e de formação técnico- profissional, com matérias dispostas paralelamente ao longo da seriação curricular” (*op. cit.*, p. 58). Segundo o autor, as manifestações desfavoráveis à escola foram superadas na medida em que recursos financeiros possibilitaram equipar laboratórios, viabilizando aos alunos à prática intensiva em suas áreas. No âmbito curricular, Marques de Melo afirma que a ECA/USP elaborou, em 1970, um conjunto de diretrizes que buscaram alterar a correlação inicial entre disciplinas técnicas e humanísticas. O autor salienta que, até 1974, o impasse referente à equalização desejada mantinha-se presente (*op. cit.*, p. 61).

Koshiyama (2007) explica que a ECA/USP enfrentou, desde seu surgimento, questões relacionadas aos currículos. No caso do Jornalismo, ela revela que o curso era formado por disciplinas obrigatórias que ficavam sob a responsabilidade do departamento da escola. “O currículo fechado causava muitas insatisfações aos alunos pela impossibilidade de fazer disciplinas em outras unidades de ensino da faculdade” (*op. cit.*, p. 5).

A abertura curricular na Escola de Comunicações e Artes ocorreu no início da década de 1990, época em que um grupo de docentes, inspirados pelo professor Bernardo Kucinski⁸³, fez um trabalho sobre currículos de escolas nos Estados Unidos e Inglaterra. “Essa orientação

⁸¹ Os cursos são nas áreas de Artes Cênicas (4 bacharelados, 2 habilitações 1 ciclo básico e 1 licenciatura), Biblioteconomia, Comunicação Social (4 habilitações: Editoração, Jornalismo, Publicidade e Propaganda e relações Públicas), Áudio Visual, Educação Artística (2 licenciaturas), Educomunicação, Música (4 bacharelados) e Turismo. Disponível em: <<http://www3.eca.usp.br/graduacao/cursos>>. Acesso em: 03 Nov. 2014.

⁸² Inaugurada em 1964 tornou-se a FAC – Faculdade de Comunicação, vinculada à Universidade de Brasília – UnB. Disponível em: <<http://fac.unb.br/50anos>>. Acesso em: 03 Nov. 2014.

⁸³ Jornalista, escritor e ex-professor da USP, atua hoje na UFSC. Mais informações sobre a obra e outras ações do docente, que ainda atuou como assessor durante o primeiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva podem ser obtidas no site <http://kucinski.com.br/>.

curricular se apoia na ideia de que o futuro jornalista deve conhecer a fundo alguma área de conhecimento na universidade” (*Idem, Ibidem*).

A organização curricular propôs um conjunto de disciplinas teóricas e práticas básicas para todos os estudantes. “Cerca de dois terços da carga horária passou a ser composta por disciplinas optativas, sendo uma parte delas escolhidas entre as ofertas da ECA e o outro terço poderia ser feito em qualquer unidade da USP sem nenhuma restrição” (KOSHIYAMA, 2007). Na visão da autora, o currículo implantado na ECA/USP foi constituído com base no entendimento de que os futuros jornalistas necessitam receber uma sólida formação ética, política e técnica, uma vez que a profissão constitui “uma atividade fundamental na sociedade democrática” (*op. cit.*, p. 6).

O CJE contava com 28 docentes e 13 servidores administrativos. A grade curricular de Jornalismo – ainda apresentado como uma habilitação do curso de Comunicação Social – disponibilizava 87 disciplinas fracionadas como *obrigatórias* e *optativas livres*⁸⁴. O curso intercala, na grade, conteúdos de caráter teórico e prático, tanto no segmento obrigatório como no optativo. A cada disciplina é atribuído um determinado número de créditos relativos aos itens *aula* e *trabalho* que, somados, atendem às determinações para a obtenção do grau acadêmico. O conteúdo é ministrado em, no mínimo, oito semestres e, no máximo, 12 semestres, com carga horária de 4.590 horas. O CJE oferece o total de 60 vagas para o curso de Jornalismo, sendo 30 para o período matutino e outras 30 para o noturno.

Tabela 5 – Carga horária / Jornalismo – CJE

Carga Horária	Aula	Trabalho	Subtotal
Obrigatória	1815	2250	4065
Optativa Livre	525	0	525
Total	2340	2250	4590

Fonte: Site da USP (<http://www3.eca.usp.br/>)

⁸⁴ As informações apresentadas estão disponíveis para consulta pública no site ECA/USP. Os dados sobre o número de disciplinas foram atualizados em 2011, enquanto o de professores e de servidores foram atualizados em 2010. Disponível em: <<http://www3.eca.usp.br/>>. Acesso em: 04 Dez. 2014.

3.5.1 Radiojornalismo no CJE: os planos de estudo

As disciplinas destinadas ao rádio são obrigatórias, semestrais e totalizam 420 horas na grade curricular do CJE. Apesar de distintas, as matérias revelam destinações comuns, indicando um desenvolvimento gradativo dos conteúdos. A primeira delas, *Jornalismo no Rádio e na TV* (CJE 0600) é considerada introdutória, oferecida aos alunos do 1º período pelo Prof. Dr. Luiz Fernando Santoro⁸⁵. As outras duas disciplinas, *Radiojornalismo* (CJE 0603) e *Projetos em Rádio* (CJE 0532) são ministradas, de maneira sequencial, pelo Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly⁸⁶ a partir do 5º semestre. As atividades teórico/práticas ocorrem em salas de aula com estrutura multimídia e também nos laboratórios de informática e de rádio, sendo que este último conta com infraestrutura adequada para a elaboração e apresentação de programas e outras atividades jornalísticas, como entrevistas e debates.

Tabela 6 – Disciplinas relacionadas ao Rádio – CJE

Disciplinas	Créditos/Aula	Créditos/Trabalho	Carga Horária
Jornalismo no Rádio e na TV	4	2	120 horas
Radiojornalismo	4	3	150 horas
Projetos em Rádio	4	3	150 horas

Fonte: Site da USP (<http://www3.eca.usp.br/>)

⁸⁵ Possui Graduação em Comunicação (Rádio e TV) pela Escola de Comunicação e Artes da USP (1977), Mestrado em Artes Contemporâneas pela Université de Provence, França (1979) e Doutorado em Ciência da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1988). Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/5338933760422537>>. Acesso em: 05 mar. 2014.

⁸⁶ Possui Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo - pela Universidade Estadual de Londrina (1995), Mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (1998), Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2002) e Pós-doutorado na Universidade do Minho/Portugal (2011). Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/8327819994771588>>. Acesso em: 05 mar. 2014.

O plano de ensino de *Jornalismo no Rádio e na TV*⁸⁷ destaca como objetivo permitir aos estudantes o primeiro contato com as diferentes linguagens e processos de produção jornalística, possibilitando ainda conhecimento dos conceitos básicos de Radiojornalismo e Telejornalismo por intermédio de análises dessas mídias e da realização de exercícios práticos. Nesse último quesito são oferecidas ações desenvolvidas nos estúdios que envolvem o contato com equipamentos e a gravação e edição de áudios e vídeos a partir da manipulação de *softwares* específicos, além de exercícios *em externa*, ou seja, em condições reais de ação jornalística. As aulas expositivas são predominantes em relação às ações de cunho prático e o critério de avaliação leva em conta a participação dos alunos e a realização de diversas atividades, como *decupagem* em áudio e vídeo, redação, gravação e edição de matérias e programas de rádio e televisão.

O plano de ensino de Radiojornalismo⁸⁸ tem, como proposta, o estudo e a avaliação das manifestações jornalísticas no rádio, no sentido de permitir aos alunos o conhecimento e o emprego das técnicas de elaboração dos programas radiojornalísticos, com destaque para o Radiojornal. Esse processo propõe disponibilizar conhecimentos sobre as potencialidades do rádio, aliando o estudo crítico do Jornalismo praticado nesse meio, na atualidade.

O programa ainda aborda questões relativas ao conteúdo programático, a respeito de linguagem oral e linguagem radiofônica, e sobre as conformações noticiosas do rádio, que vai da relação com as fontes, passando pelas regras redacionais e de transmissão sonora, chegando a expressão de opiniões, com a realização de entrevistas e debates. Nota-se no plano de ensino que há uma maior dosagem entre o conteúdo teórico e prático nessa matéria que, além da produção e da apresentação dos programas radiojornalísticos, emprega como método de avaliação a elaboração de uma monografia relacionada à pesquisa em emissoras, dentre outras estratégias.

A terceira disciplina, sendo esta aplicada de maneira concomitante ao Radiojornalismo – *Projetos em Rádio* – apresenta, em seu plano, uma proposta predominantemente prática ao indicar a produção de programas com diferentes formatos jornalísticos no rádio. A intenção expressa é de viabilizar um maior conhecimento e domínio das especificidades do rádio como

⁸⁷ Disponível em:

<<https://uspdigital.usp.br/jupiterweb/obterDisciplina?sgldis=CJE0600&codcur=27011&codhab=404>>. Acesso em: 20. Jun. 2014.

⁸⁸ Disponível em: <<https://uspdigital.usp.br/jupiterweb/obterDisciplina?sgldis=CJE0603&codcur=27011&codhab=404>>. Acesso em: 20. Jun. 2014.

meio difusor de notícias. Para tanto, a disciplina oferece aos estudantes a oportunidade de elaborar produções que poderão ser veiculadas ao vivo pela Rádio USP.

Os trabalhos prometem envolver todas as etapas de atuação profissional, como a produção, a definição da pauta, a realização de entrevistas, a transmissão e apresentação *ao vivo*, a busca pela interação com o *ouvinte/usuário* e o envolvimento com a estrutura jornalística da emissora. A avaliação é feita com base nos trabalhos práticos apresentados pelos alunos, observando como critério a elaboração do material, a análise crítica dos resultados e a prática jornalística no rádio.

É possível observar, nos planos de ensino analisados, que as três disciplinas seguem uma estrutura alicerçada em bases interligadas, mas específicas: introdutória (*Jornalismo no Rádio e na TV*), de aprofundamento profissional (*Radiojornalismo*) e complementar (*Projetos em Rádio*). Luciano Maluly⁸⁹, docente responsável pelas duas últimas disciplinas citadas, relata que a primeira matéria está relacionada à descoberta da mídia, seja no campo teórico como no prático, que é deflagrado com a realização de experimentações que envolvem a produção sonora, com embasamento no referencial teórico.

Radiojornalismo expõe-se como matéria conceitual e de base, sendo voltada para análise e aplicação prática de questões relacionadas aos aspectos sobre a estrutura, o funcionamento e os estilos relativos ao rádio e ao Jornalismo. De acordo com o professor, nessa disciplina “os alunos já produzem programas, mas básicos, como o radiojornal, que tem uma estrutura baseada naquilo que já existe [no mercado]”.

A terceira disciplina permite a produção de programas alternativos que tem por proposta oferecer descobertas e experimentações reais e compartilhadas com as audiências. O professor explica que a complexidade é ampliada porque, nessa fase, os estudantes tiveram a oportunidade, nas outras matérias que compõem a grade, de se familiarizar com as bases, os conceitos e os fundamentos do Radiojornalismo.

Para a efetivação dos trabalhos de maior densidade técnica e operacional, os alunos formam grupos, em média, com quatro pessoas. A intenção é que cada equipe faça quatro programas por semestre, sendo que esse número pode aumentar por conta da possibilidade de desdobramento de alguns trabalhos. O diferencial nessas produções é que, após serem finalizadas e avaliadas, elas não ficam condicionadas à audiência restrita dos alunos, técnicos

⁸⁹ Gravação em áudio feita em 27 de junho de 2014 no CJE.

e professores, tendo como destino seu posterior o armazenamento. Os programas encontram reverberação entre públicos diversos, pois são exibidos de forma convencional e também virtual pela emissora de rádio da Universidade de São Paulo, a *Rádio USP*.

3.5.2 Aspectos convergentes na interface com a Rádio USP

Criada em 11 de outubro de 1977, a *Rádio USP FM* tem seus estúdios instalados na Cidade Universitária, no Butantã, em São Paulo, transmitindo de forma convencional, mas também disponibilizando as sonoridades *ao vivo* no *site* da emissora via *streaming*. Em quase quatro décadas de existência, a emissora educativa foi diversas vezes premiada pela qualidade da programação e também inovou ao fazer parte, em setembro de 2002, da *Rede USP de Rádio* – pioneira nesse tipo de integração na internet. A rede usou tecnologia implantada no estúdio de multimeios do Departamento de Tecnologia da Informação da USP. Além da emissora de São Paulo, integraram a rede as rádios de São Carlos e Ribeirão Preto⁹⁰.

A programação jornalística da *Rádio USP* revela-se generalista, mas também voltada à divulgação de atividades acadêmicas e culturais da Universidade de São Paulo. O destaque são os radiojornais *USP Notícias*, que tem duas edições diárias, além de boletins noticiosos. Há também programas variados com viés jornalístico, como *Áudio Papo* (de entrevistas), *Biblioteca Sonora* (educativo) e *É o bicho!* (prestação de serviços). A emissora apresenta ainda programas especializados como *Sobre Rodas* (automobilismo), *Cinema Falado*, *Via Sampa* (cultura), *Sala de Leitura* (Literatura), *Clip Informática*, *Saúde Feminina* e *Esporte Acontece*. A diversidade musical é outra marca da Rádio USP, que oferece espaço para vários gêneros, priorizando a Música Popular Brasileira (MALULY, 2013, p. 64).

Os trabalhos dos estudantes de *Radiojornalismo* e *Projetos em Rádio* são transmitidos na Rádio USP aos domingos, às 11h30, no programa *Universidade 93,7* – iniciativa criada pelo DJE em 2008 e que tem, em média, 30 minutos de duração, caracterizando-se em três formatos: entrevistas, temas especializados e *audiobiografias*. Os programas veiculados têm

⁹⁰ As informações utilizadas são provenientes do *site* da emissora onde é possível acesso aos conteúdos específicos pelos *links* HOME, PROGRAMAS, ESPECIAIS, HISTÓRICO, REDE USP, EQUIPE e AO VIVO! Nesse último *link*, o *site* informa que a emissora opera na frequência 93,7 Mhz e oferece programação voltada à área educativa, atuando como cabal de comunicação entre a Universidade e a sociedade. A transmissão *online* é feita em tempo real por intermédio de dois padrões de áudio: Windows Media e Mp3. Disponível em: <<http://radio.usp.br/2014/>> . Acesso em 10 dez. 14.

como proposta explorar assuntos de interesse público, como saúde, educação, segurança, habitação e esportes, entre outros. Na *homepage* da Rádio USP há um *link* indicativo do programa onde são publicadas informações atualizadas sobre eventos e outros assuntos.

Figura 1 – Homepage da Rádio USP / Programa Universidade 93,7

Fonte: <http://radio.usp.br/2014/>

O site do CJE⁹¹ mantém um *link* para o programa, que ainda possui uma *homepage* própria para exposição dos conteúdos⁹². No topo dessa página há *links* que dão acesso a informações sobre o projeto, onde é possível identificar no texto disponível para consulta o caráter de transversalidade do curso de Jornalismo da ECA/USP, que permite aos alunos, do primeiro ao último semestre, elaborar e divulgar produtos de caráter radiojornalísticos. “O interesse é estimular o exercício do Radiojornalismo diante do conteúdo, formato e estrutura, como forma de rediscutir a atual produção radiofônica no Brasil”, salienta o texto disposto na Web.

⁹¹ Acesso ao site do DJE: <http://www.usp.br/cje/>

⁹² Acesso ao programa Universidade 93,7: <http://www.radiojornalismo.jornall.com.br/>

O *site* do programa ainda apresenta *links* com a bibliografia usada pelos alunos nas duas disciplinas e com um expediente onde são identificados os responsáveis pela orientação acadêmica, pela produção radiofônica e pelo *Web Designer*. A iniciativa conta também com supervisão da coordenação de programação da Rádio USP.

Figura 2 – Homepage do programa Universidade 93,7 (DJE-ECA/USP)

Fonte: <http://www.radiojornalismo.jornall.com.br/>

A veiculação convencional pelas ondas da Rádio USP e a disponibilização do material transmitido no suporte virtual são estratégias que visam inserir os futuros profissionais numa condição próxima ao contexto do Radiojornalismo. “O trabalho em rádio é uma alternativa para os futuros profissionais de comunicação, principalmente dos que desejam conduzir o Jornalismo como forma de conhecimento, democratizando assim à informação”, completa o texto do item *o projeto*.

A variedade de assuntos e de fontes consultadas chama a atenção quando é realizada a audição dos programas radiojornalísticos, que também são apresentados em grande número no decorrer do ano. Entre 20 de março a 11 de dezembro de 2014, o *site* da *Universidade 93,7* recebeu 24 novos trabalhos⁹³ elaborados pelos alunos. Essa produção, que foi veiculada pela

⁹³ Torna-se oportuno ressaltar que, em 2014, a produção foi afetada por conta do movimento grevista que perdurou entre maio a outubro.

emissora universitária pelas vias convencional e digital, faz parte de um acervo composto por 260 trabalhos elaborados desde a criação do projeto. Cada edição é disponibilizada para audiência, seja pelo computador ou por outras tecnologias digitais com acesso à internet. Se o *ouvinte/usuário* desejar é possível também fazer o *download* dos áudios.

Luciano Maluly afirma⁹⁴ que, nos programas, os alunos também trabalham a questão da responsabilidade profissional, não apenas quanto à qualidade dos conteúdos e formas radiofônicas emitidas, mas também pelo cumprimento de metas comuns à rotina de trabalho das diversas redações. “Ele [o aluno] tem responsabilidade sobre aquilo. É o nome dele que está ali, claro que com a supervisão do professor”, enfatizou o docente. Outra característica evidente dessa iniciativa pedagógica é o estímulo à divulgação das produções acadêmicas por intermédio do uso das potencialidades do ambiente digital.

Os alunos, de acordo com Maluly, se encarregam em dar visibilidade às suas ações nos canais institucionais da Universidade, como a *Agência*, a *Rádio* e o *Jornal da USP*, ou então elaborando cartazes que são fixados nas dependências da escola, chamando a atenção para as produções. Em alguns trabalhos os estudantes criam ainda conteúdos complementares que convergem com os programas de rádio disponibilizados na internet. *Making of*, vídeos, fotos e ilustrações, entre outras expressividades, são adicionados ao lado do mecanismo virtual que dá acesso, no *site*, aos conteúdos em áudio. O mesmo ocorre com conteúdos excedentes dos programas de áudio que não vão *ao ar* na rádio, mas que são colocados no *site* que dá a ficha técnica completa do grupo, indicando quem fez a locução, a reportagem, a produção, a edição e a coordenação do trabalho.

Ainda ocorre no âmbito virtual a divulgação feita pelos alunos nas redes sociais, com destaque para as postagens feitas no *Facebook*⁹⁵ onde foi criada uma *fan page* – interface específica do *Universidade 93,7*. Dentre os conteúdos disponibilizados, a página na rede social oferece *links* aos programas, bem como imagens, vídeos e textos relacionados aos trabalhos radiojornalísticos efetivados pelos estudantes. Nessa ambiência, os estudantes tem a possibilidade de reverberar seus trabalhos na área de Radiojornalismo para públicos que podem não ser atingidos pelas transmissões da Rádio USP feitas de forma convencional por por intermédio das outras formas virtuais de difusão.

⁹⁴ Depoimento obtido em entrevista gravada.

⁹⁵ Essa interface específica pode ser acessada pelo endereço <https://www.facebook.com/pages/Programa-Universidade-937/286428344773141>

Figura 3 – Fanpage do programa Universidade 93,7

Fonte: <https://www.facebook.com/pages/Programa-Universidade-937/286428344773141>

Apesar do empenho dos alunos em apresentar elementos comunicacionais adicionais somados às expressividades radiojornalísticas na internet, a prioridade do projeto é o conteúdo em áudio. O responsável pela iniciativa salienta que a convergência desejada acontece durante o processo de adaptação dessas sonoridades à emissão no rádio:

Essa é a convergência que a gente trabalha hoje: oferecer um produto que seja ouvido em qualquer lugar [ou condição e situação]. Como dizia a própria Gisela [Ortriwano]: rádio é rádio em qualquer lugar. A nossa convergência se dá em termos de estilo. Temos que produzir um conteúdo mais marcado pela sensorialidade. [A convergência] é uma questão sensorial (DEPOIMENTO DE LUCIANO MALULY, 2014).

Essa preocupação, além de priorizar a principal essência do rádio, mostra-se oportuna no sentido de qualificar profissionais que atuarão em emissoras que, hoje, não aparentam ter a atenção concentrada aos aspectos sensoriais. Para o docente, os programas devem se adequar às formas de captação sonora que tem se consolidado perante as audiências, como pelo fone de ouvido ligado ao *smartphone* ou pelos falantes do computador ou *notebook*. A orientação, de acordo com Maluly, é para a composição de sons que não sejam agressivos ao ouvido e que ofereçam uma linguagem mais acessível – condição preconizada nos referenciais teóricos relativos à produção de rádio, mas que no cotidiano das emissoras, principalmente às de apelo popular, tornou-se quase que inexistente.

Questionado sobre a viabilidade em relacionar Radiojornalismo e a convergência das mídias no processo de formação acadêmica, o professor reafirma que o importante é o trato da informação manifestada pelas sonoridades. O que ocorre na atualidade, principalmente nas grandes emissoras é, para Maluly, um processo mais próximo à complementaridade do que a convergência, sendo que a tendência do *ouvinte/usuário* é a busca pelo som. “A foto e o vídeo são mais complementares do que convergentes. Eles podem ilustrar, mas não vão representar um programa de rádio”, salientou o docente.

Ao verificar os planos de ensino e a iniciativa proposta pelo programa *Universidade 93,7* como projeto que amplifica e dinamiza as atividades educacionais foi possível constatar que a convergência das mídias não aparece, de fato, integrada às ações teórico/práticas promovidas pelas disciplinas *Radiojornalismo* e *Projetos em Rádio*. Porém, ficou evidente no processo de formação a ocorrência das convergências *tecnológicas* e *de conteúdos*, como tipificou Salaverría (2010).

Compreende-se que tal constatação revela-se como positiva, pois aproxima os alunos da realidade na qual está inserido o Radiojornalismo. De outro lado, os planos de estudo e a ação analisada indicam a ausência, nas disciplinas oferecidas pelo CJE da ECA/USP, de propostas que explorem efetivamente a *convergência das mídias*. Essa condição pode ser considerada adversa no sentido de não possibilitar, aos estudantes, envolvimento pleno a esse fenômeno decorrente da *nova era*.

CAPÍTULO IV

FORMAÇÃO EM RADIOJORNALISMO: A EXPERIÊNCIA PORTUGUESA

As transformações atuais indicam o estabelecimento de características e de valores globalizados, próximos à homogeneização. Não se deve descartar, todavia, a manutenção das identidades que definem cada área de atuação, independentemente dos contextos nos quais tais segmentos são inseridos. Esse conceito vale para a formação em Radiojornalismo que, no contexto da convergência das mídias, vê-se perante a necessidade de buscar a uma nova reconfiguração sem, contudo, afastar-se de princípios elementares da Educação, como a promoção do exercício da cidadania e da qualificação para o trabalho.

No século passado, o processo seriado imposto pela industrialização, assim como as novas formas de produção e de distribuição de capital, os conflitos bélicos mundiais, o apogeu e a queda de regimes totalitários, a opção pelo modelo democrático e as crises econômicas, dentre outros acontecimentos, influenciaram as nações de maneiras díspares, principalmente nas Américas e na Europa. Caminhos distintos foram percorridos pelos países e forjaram-se realidades únicas e carentes de compreensão e interação. Brasil e Portugal, que compartilham o mesmo idioma e mantêm laços históricos e culturais indissolúveis, seguiram por caminhos distintos, mas mantiveram identidades peculiares em diversos setores.

Quando o tema é a prática radiojornalística, semelhanças e diferenças são acentuadas não apenas por questões geográficas ou históricas, mas em parte pela falta de conhecimento dessas distinções e pela limitada troca de experiências. No caso específico das investigações sobre a formação em nível superior de radiojornalistas observa-se uma escassez de ações envolvendo os dois países, sendo o intercâmbio acadêmico uma relevante ferramenta para o entendimento de cenários ávidos por um novo repensar nas práticas profissionais, no contexto das tecnologias digitais e da convergência das mídias. Entende-se, assim, como adequada a oportunidade de examinar o processo Português de formação em Radiojornalismo, que tem especificidades, mas também similaridades com os trabalhos realizados nessa seara, no Brasil.

Este capítulo expõe, a partir de estudos bibliográficos, documentais e de entrevistas, um perfil da formação em Radiojornalismo em Portugal e utiliza, ainda, estudo de caso que tem como referencial a disciplina *Atelier de Jornalismo Radiofônico*, oferecida pela vertente em Jornalismo do curso de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa – FCSH-UNL.

4.1 Primeiras propostas para formação em Jornalismo em Portugal

Compreender a formação em Jornalismo em Portugal, principalmente no âmbito do rádio, requer um rápido olhar para o passado. O ponto de partida é a *Revolução de 25 de abril de 1974*, mais conhecida no Brasil como *Revolução dos Cravos*. Em Portugal há o antes e o depois dessa data, que marca o fim de um estado totalitário e repressor imposto em 1933. Antônio de Oliveira Salazar e Marcelo Caetano foram os principais protagonistas do *Estado Novo*, regime com raízes em 1926 e que sucedeu a ditadura militar imposta no período entre a suspensão da Constituição Portuguesa de 1911 e a promulgação de uma nova constituição em 1933. Professor de Economia Política da Universidade de Coimbra, Salazar foi Ministro das Finanças desde o início do regime e tornou-se, em 1933, presidente do Conselho de Ministros, cargo que lhe deu *status* de chefe de governo e poder para “plebiscitar uma nova Constituição que pôs fim à Ditadura Militar e deu início ao Estado Novo” (SOUZA, 2008, p. 57).

A nova *Carta Magna Portuguesa* restringiu a liberdade de imprensa ao apresentar um instrumento jurídico que criou a censura prévia. Marcelo Caetano, que assumiu o posto de Salazar em 1968, amenizou a repressão à imprensa⁹⁶, situação logo revertida por conta de protestos estudantis e da intensificação da guerra colonial envolvendo Angola, Guiné-Bissau e Moçambique. Os agentes da censura suspenderam publicações, recolheram exemplares das bancas, aplicaram multas, levaram jornalistas, editores e de vendedores de jornal à prisão e impediram coberturas jornalísticas no exterior (*Ibidem*, p. 60).

Após a *Revolução*, Portugal conquistou uma nova constituição, estabeleceu o regime democrático em vigor e estimulou transformações nos mais diversos segmentos da sociedade. A formação de jornalistas capacitados para atuar nos meios impressos, no rádio e na televisão também foi beneficiada, mas tardiamente, situação que afetou de maneira decisiva o modelo de ensino que vigora atualmente nas instituições de ensino superior.

O período compreendido como o *antes de 1974* tem as entidades sindicais como uma das principais protagonistas no debate acerca da formação dos profissionais em jornalismo. O assunto, entretanto, chegou a ser anteriormente tratado em Portugal. Nas décadas finais do século XIX, encontros internacionais em países do ocidente abordaram questões relativas ao ensino do Jornalismo, já praticado nos Estados Unidos desde 1869 e, na França, a partir de

⁹⁶ Esse período foi chamado de *Primavera Marcelista*.

1899. Um desses eventos, o *Congresso Internacional de Imprensa*, ocorreu em Lisboa no ano de 1898 e mobilizou 350 jornalistas vindos de 18 países. Dentre as propostas apresentadas foi sugerida a criação, em cada país, de cursos práticos e gratuitos patrocinados pelas associações de classe (SOUSA e ROCHA, 2008, p. 76). A escassez de outras referências documentais sobre o congresso indica, contudo, que discussões posteriores oriundas desse evento não progrediram em Portugal.

Somente em 1926 surgiu o primeiro projeto que visava à formação sistematizada dos jornalistas. A iniciativa foi do Sindicato dos Trabalhadores da Imprensa de Lisboa, que esboçou a intenção de criar uma Escola de Jornalismo (SOBREIRA, 2003, p. 69; CANAVILHAS, 2009, p. 57). O propósito não foi concretizado, como também não saiu do papel a primeira proposta robusta para efetivação de um curso de formação jornalística elaborada em 1941 pelo Sindicato Nacional de Jornalistas – SNJ⁹⁷.

Este curso teórico e prático da profissão de jornalista teria a duração de dois anos e funcionaria na Sede do Sindicato. Anualmente seriam admitidos 30 alunos, desde que possuíssem habilitações mínimas equivalentes ao 9º ano, ou exercessem a profissão de jornalista há mais de um ano (SOBREIRA, 2003, p. 70).

O conteúdo teórico propunha abordar temas como *Educação Política, Estados Modernos e o Direito Internacional Público, Grandes Problemas Econômicos Atuais e História e Legislação da Imprensa*, dentre outros assuntos. Ações de natureza prática seriam destinadas à formação em Estenografia⁹⁸, em Língua Portuguesa e Francesa e a exercícios simulados de Jornalismo. O ensino seria complementado por conferências e visitas às redações e oficinas gráficas dos jornais. Apesar do detalhamento do projeto de 1941, sua efetivação não ocorreu, em parte, pelo sistema ditatorial em vigor naquele período. Ainda houve, como ocorreu na proposta de 1926, a influência do conceito que prevalecia à época de que, para atuar como jornalista, bastava apenas ter o *dom*. “Os jornalistas nasciam, não se

⁹⁷ Instituído em 1934, o SNJ representou a classe jornalística portuguesa em um período marcado pelos “constrangimentos à liberdade de imprensa impostos pelo regime ditatorial”. A entidade passou a ser a única, permitida pelo governo, a representar a classe, sendo extintas as outras criadas anteriormente no país (TEIXEIRA, 2011, p. 70).

⁹⁸ Segundo o *Grande Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa*, trata-se da técnica de escrita que utiliza caracteres abreviados especiais, permitindo que se anotem palavras com a mesma rapidez com que são pronunciadas. Ação chamada de taquigrafia ou logografia. Disponível em: <<http://houaiss.uol.com.br/>>. Acesso em: 15 Out. 2013.

faziam, pelo que terá sido difícil o SNJ fazer vingar a ideia de um curso, mesmo que de curta duração entre os que defendiam que a tarimba era quanto bastava para formar jornalistas” (SOBREIRA, 2003, p. 71).

A posse de um talento inato, aceita como uma condição prioritária ao exercício do Jornalismo é citada por publicações portuguesas das décadas de 1930 a 1950, como detalha Mário Pinto (2009, p. 40) em seu *Breve excursão em torno da candente questão do ensino do Jornalismo: do antanho à hodiernidade*. A citada obra analisa textos históricos elaborados por autores portugueses a respeito da *tarimba*. Um deles tem o título *Escolas do Jornalismo*⁹⁹ (1936, p. 17-19), onde o autor João Paulo Freire diz que “ser jornalista é uma vocação” e que “o verdadeiro jornalista não se faz. Nasce feito”.

Em *Jornalismo Nacional: das malogradas associações de imprensa à alvitrada ordem dos Jornalistas Portugueses*¹⁰⁰ (1941, p. 32), Alfredo Cunha afirma que “o verdadeiro jornalista [...] nasce já com determinadas faculdades”, sendo que, em Jornalismo, “a vocação é ainda o principal”. Em *Jornalistas*¹⁰¹ (1946, p. 16), Hugo Rocha ressalta que o “jornalista, o autêntico jornalista, não se faz”, “o jornalista deve nascer já dotado para a parte essencial da sua profissão”. Em *Falta uma Escola de Jornalismo em Portugal*¹⁰² (1949, p. 19), Luís Quadros argumenta que “nasce[-se] jornalista, como se nasce pintor”. Em *Fundamentos Psicológicos do Jornalismo*¹⁰³ (1953, p. 325), Carvalhal Ribas declara que “é facto sabido: jornalistas não se improvisam, já nascem feitos”.

Os questionáveis argumentos alusivos à vocação foram também referendados por jornalistas portugueses como Hugo Rocha, do jornal *Comércio do Porto*. Ele defendia que, ao contrário do que ocorre com outros especialistas, o verdadeiro jornalista trazia “do ventre da mãe predisposição profissional”. O desinteresse pela questão do ensino do Jornalismo como uma “mais valia na construção de uma identidade profissional forte e consequente afirmação dos profissionais como comunidade autônoma” tem ainda como motivação o fato de que muitos jornalistas daquele período desempenhavam suas atividades a partir de concepções de caráter doutrinal e literário do Jornalismo praticado no século XIX (SOBREIRA, 2003, p. 72).

⁹⁹ Porto. Editora Educação Nacional.

¹⁰⁰ Lisboa. Sindicato Nacional dos Jornalistas.

¹⁰¹ Porto. Liga de Profilaxia Social.

¹⁰² Lisboa. Oficina Gráfica das Gazetas dos Caminhos de Ferro.

¹⁰³ Lisboa. Editora Gazeta Médica Portuguesa.

A polarização entre aqueles que defendiam a vocação e os que pediam pela formação profissional monopolizou as discussões entre as décadas de 1920 a 1940. Dentre os que argumentavam pela formação prevaleciam jornalistas formados no cotidiano das redações, que estavam imersas em um contexto que inseria o Jornalismo numa dimensão mais próxima à Literatura. As competências técnicas exigidas aos jornalistas levavam em conta a inserção no universo literário e a capacidade de redação.

A institucionalização da formação do Jornalismo, que em tese ofereceria acesso a uma qualificação voltada ao aprofundamento técnico e humanístico, causava, em contrapartida, temor em vários profissionais, que receavam perder seus postos de trabalho para candidatos que apenas detivessem um diploma. Além desses que defendiam a vocação, considerados “proletários do Jornalismo”, havia os “aristocratas do Jornalismo que faziam da escrita para um jornal uma ocupação destinada a dar-lhes protagonismo político ou literário e reconhecimento social” (SOUZA, 2009, p. 29 - 30). O Jornalismo não era encarado como profissão passível de ser ensinada, aprendida e aprimorada. A posição dos *aristocratas* e *proletários* do Jornalismo refletia um período marcado pela prevalência do jornal impresso, que era combatida por profissionais cientes da complexidade da área “que requeria uma vasta compreensão teórica do campo, competências técnicas performativas em vários meios (como a rádio, a televisão e o cinema – e não exclusivamente nos meios impressos) e sólidos conhecimentos gerais e especializados” (*Ibidem*).

Os posicionamentos favoráveis à formação educacional ganharam a contribuição de vozes provenientes do exterior. Uma delas é de Danton Jobim¹⁰⁴, professor de Jornalismo no Brasil que esteve presente numa conferência sobre Jornalismo realizada na Faculdade de Letras de Lisboa. As opiniões do docente, que foram publicadas pela *Gazeta Literária* em 1957, enfatizavam a importância da formação e ironizavam a crença na predestinação. Um dessas ironias considerava que “o idiota é o único homem que nasce preparado e que não necessita da escola”. Ideias com as de Jobim em prol da capacitação educacional levaram o SNJ a propor, mais tarde, a formação facultativa para candidatos e profissionais em exercício e a aplicação das atividades na Faculdade de Letras, primeira referência ao ensino numa instituição de nível superior (BARATA, 2011, p. 166).

¹⁰⁴ De acordo com Avanza (2007), Danton Jobim foi o primeiro professor a ocupar a cadeira de Técnicas de Redação Jornalística no curso de Jornalismo da Universidade do Brasil. O docente também foi responsável pelo curso Metodologia de Ensino do Jornalismo no CIESPAL, contribuindo para o desenvolvimento de uma pedagógica do jornalismo.

Não há, no decorrer das décadas de 1940 a 1960, debates aprofundados em defesa da formação dos jornalistas portugueses. Indicações pontuais sobre o assunto aparecem em publicações como a *Gazeta Literária*, editada pela *Associação de Jornalistas e Homens de Letras do Porto* – AJHLP que, em outubro de 1952 reproduziu um artigo publicado no *Jornal de Notícias* em defesa da criação de uma Escola de Jornalismo. Outro texto, com o tema *Escola de Jornalismo*, encontrado no *Relatório de Contas & Gerências* de 1959 do SNJ, faz referência à manifestação sobre o assunto feita pelo sindicato ao então Ministério das Corporações e do Grêmio Nacional de Imprensa Diária (SOBREIRA, 2003, p. 74).

Desenvolveu-se, no decorrer dos anos 1960, uma radicalização no debate sobre a formação dos jornalistas envolvendo profissionais na ativa, diretores dos veículos de comunicação, sindicatos e poder político. Intensificou-se também, nessa década, a consciência de que a vocação não era suficiente para habilitar alguém a ser jornalista e que o amadorismo não cabia mais às redações. Mantinha-se, entretanto, o entendimento de que os jornalistas não precisariam ser diplomados por uma escola especializada. A admissão dos jornalistas era um direito exclusivo das empresas que não exigiam, dos interessados nas vagas, conhecimentos específicos ou formação intelectual. “A preocupação com o acesso de novos jornalistas à ‘profissão’ intensifica-se e a formação acadêmica surge como uma forma de os jornalistas controlarem quem entra e o modo como os candidatos entram na profissão” (*op. cit.* p. 75).

Assim como na propositura feita pelo SNJ em 1957, surgiram sugestões para criação de Escolas de Jornalismo associadas às faculdades de Letras e de Direito, com cursos que durariam até cinco anos e que dariam acesso a estágios em jornais. As propostas encontravam eco nas mudanças feitas em 1962 no estatuto do SNJ, que incluiu no item *Atribuições e Fins* a intenção de defender a criação de uma Escola de Jornalismo (*ibidem*).

Ainda em 1962 o *Instituto Superior de Estudos Ultramarinos* organizou o primeiro curso para formação de jornalistas em Portugal voltado aos estudantes da instituição e aos profissionais em exercício. As temáticas, apresentadas em palestras, tratavam de “Técnicas de Direcção, Edição e Preparação de Jornais”; “Órgão de Opinião e Órgão de Informação”; “Ética e Responsabilidade no Jornalismo”; “Tendências Actuais da Imprensa”; “Considerações sobre o Regime Jurídico da Imprensa” e “O Jornalismo e os Modernos Meios de Audiovisuais” (*op.cit.*, p. 77).

Outra experiência desse porte ocorreu apenas em 1966, organizada pelo jornal *Diário Popular*. Trata-se do *Curso de Iniciação Jornalística*, voltado a capacitar profissionais que

correspondessem às exigências do periódico sediado em Lisboa, que alegava necessitar de jornalistas com maior bagagem cultural e que via, na admissão de jovens sem qualquer experiência, um risco à necessidade de rejuvenescimento da publicação. O curso teria duração de 20 dias e atenderia classes com, no máximo, 25 alunos, que estudariam, numa primeira fase, temas gerais relacionados à imprensa para, numa segunda fase, tratarem da história e dos objetivos do jornal *Diário Popular*. “Condições como: falar e escrever uma ou mais línguas estrangeiras; ter o serviço militar cumprido; ter curso universitário ou já ter tido alguma experiência como jornalista; além de saber datilografar com rapidez, eram preferenciais” (MENDES, 2012, p. 35).

Em 1967, mais uma proposta referente à formação profissional foi elaborada, mas dessa vez mediante a determinação do regime ditatorial. O autor do projeto *O Ensino do Jornalismo*¹⁰⁵ foi o jornalista e escritor português Leopoldo Nunes. O documento considerava como imperativa a necessidade da melhoria da prática jornalística, visando à “defesa do bem comum”. O controle estatal, que manteria distante qualquer forma de gestão pedagógica das universidades, é uma das tônicas do projeto, que relegava o ensino a uma *escola oficial* tutelada por um Conselho Geral, presidido pelo Secretário de Estado da Presidência. Porém, o conteúdo que seria ministrado era condicionado às intenções do regime:

O plano de estudos apresentava a orientação política do autor; refletia no estudo as principais tendências do mundo contemporâneo, com destaque para o bolchevismo, o Portugal ultramarino, a informação diplomática e política, o dogma e a moral, a deontologia profissional, a sociologia, a economia da informação. A abordagem mais abstrata do Jornalismo, que o autor classifica como ensino teórico, seria complementada com um “ensino monográfico”, promotor de uma associação com a dimensão prática, e com aulas práticas de reportagem e redação de notícias, destinadas aos três meios clássicos e ao cinema, à época, igualmente, um dos veículos de propaganda do regime (COELHO, 2013, p. 314).

O projeto *O Ensino do Jornalismo* previa que os estudos teriam três anos de duração e que os alunos frequentariam seminários práticos, colóquios e fariam visitas a jornais e a oficinas gráficas. A parceria com os veículos de comunicação possibilitaria ainda acesso ao aprendizado prático. A proposta também não passou do plano das ideias, apesar do rigor e

¹⁰⁵ O manuscrito original do projeto é inédito e foi obtido pelo prof. Dr. Pedro Coelho, que o incluiu em sua tese de doutorado *A formação académica para o jornalismo do século XXI: sobre questões de prática e técnica: Jornalismo e mercado - os novos desafios colocados à formação*, defendida em 2013 na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

empenho de Leopoldo Nunes. O plano pode ter sido “um mero exercício do regime para condicionar a evolução do debate”, mantendo sob seu domínio o controle de qualquer iniciativa que não fosse conveniente (*Ibidem*).

Em 1968, a SNJ concretizou o *1º Curso de Jornalismo*, oficializando uma habilitação de viés literário e técnico que era destinada a atualização dos profissionais. O curso, apoiado pelo *Ministério das Corporações e o Fundo de Desenvolvimento da Mão de Obra*, destinou-se aos sócios do sindicato e contou com cerca de 200 inscritos. Relatórios do sindicato no ano seguinte destacaram o sucesso da iniciativa e frisaram a necessidade de disciplinar de forma mais ampla a aprendizagem dos jornalistas (SOBREIRA, 2003, p. 77; CANAVILHAS, 2009, p. 58). O êxito obtido fez surgir uma modalidade de ensino por correspondência que atendeu profissionais em Portugal e também em Angola e Moçambique, dentre outras localidades (MENDES, 2012, p. 37). Apesar de o curso ter sido idealizado para atender jornalistas, uma diversidade de profissionais de outras áreas participou da ação, gerando críticas que levaram ao rápido encerramento das atividades, em 1969 (*op. cit.* p. 38).

Há ainda o registro de empreitadas da iniciativa privada que também não foram bem sucedidas no sentido de estabelecer a formação profissional em Jornalismo. Uma delas foi o projeto que criou a *Escola Superior de Meios de Comunicação Social – ESMCS*, aberta em 1971 no Instituto de Línguas e Administração, fundado em 1962 e que tinha o *status* de ser a primeira instituição portuguesa de Ensino Superior particular (MENDES, 2012, p. 42). A ESMC, aprovada pelo Ministério Nacional de Educação, ofereceria cursos com duração de três anos nas áreas de Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Rádio e Televisão, mas os recursos para efetivação da proposta seriam provenientes do Banco *Borges & Irmão*. Após 25 de abril de 1974, o processo de nacionalização do banco levou a escola à extinção na década de 1980. “Quanto à criação do ESMCS, esta escola teve existência efêmera porque estava subjugada aos interesses do capital, desta vez apoiada pelo governo” (*Ibidem*).

4.1.1 Primeiro esboço da formação em Radiojornalismo

A maioria das propostas que visava o estabelecimento, em Portugal, de uma formação escolarizada de jornalistas não faz menção à formação em Radiojornalismo. As iniciativas revelavam a preocupação de atender, prioritariamente, as demandas das redações dos jornais impressos, uma vez que as emissoras de rádio e de televisão apresentavam consolidação lenta

e produziam um Jornalismo ainda muito incipiente, pelo menos até meados da década de 1960. Questões relacionadas ao Radiojornalismo aparecem de forma mais contundente na revista *Jornalismo*, publicada pelo Sindicato Nacional dos Jornalistas a partir de 1967, em substituição a outra publicação sindical chamada *Boletim*.

O surgimento da revista, anterior à chegada de Marcelo Caetano ao comando do governo, coincidiu com o período de maior engajamento dos jornalistas profissionais na luta contra a ditadura. De acordo com Teixeira (2011, p. 70), a classe vivia um processo de rejuvenescimento nos últimos anos da década de 1960, com ênfase para uma maior qualificação profissional, maior presença de mulheres nas redações e evolução tecnológica na forma de fazer Jornalismo.

Um dos textos publicados em 1967 pela revista, intitulado *Jornalismo Radiofónico*, mostrava o interesse que o rádio despertava entre os profissionais, principalmente por causa da popularização do veículo em Portugal. O artigo ressaltava a eficiência do rádio como meio para divulgar informações e que era preciso que as emissoras criassem redações e que os jornalistas desse meio de comunicação escrevessem as suas próprias notícias.

Outro texto publicado no mesmo ano em outra edição da revista tratava das diferenças entre o jornalismo impresso e o radiofônico e pedia pela criação de cursos profissionais, preferencialmente de nível superior, para jornalistas interessados em atuar no rádio. A preocupação estampada na publicação sobre dos rumos do Jornalismo no rádio e mais tarde, na televisão, sinalizava à categoria que as novas áreas de atuação exigiriam especializações cada vez mais distintas, uma vez essas mídias possuíam características e linguagens específicas, bem como formas diferenciadas de captação, produção e difusão de conteúdos noticiosos (*op. cit.*, p. 72-75).

A especialização sugerida pela revista *Jornalismo* aparece consolidada em um projeto que propôs estratégias que visaram suplantir a carência de jornalistas para atuar também nos outros meios. Apresentado em 1971, quando a então empossada direção o SNJ determinou a instalação de um grupo constituído por jornalistas para estudar e preparar propostas de um curso de nível superior, o *Projecto de Ensino de Jornalismo em Portugal* previa a criação de um *Instituto Superior de Ciências da Informação* para formar, em três anos, bacharéis e, em cinco anos, licenciados em *Ciências da Informação* (CANAVILHAS, 2011, p. 58).

A intenção de constituir uma proposta alinhada à realidade revela-se por conta do perfil dos idealizadores do projeto que obtiveram, fora de Portugal, formação superior em

Jornalismo e, portanto, tinham conhecimento de ações voltadas à formação que já eram consolidadas. As propostas apresentadas por esse grupo de jornalistas eram estruturadas em torno das técnicas profissionais e da compreensão do campo de atuação, do domínio da língua e das ciências sociais humanas. “Esse projeto de ensino superior de Jornalismo é, de resto, um marco sobre as mudanças ocorridas na teorização do ensino do Jornalismo em Portugal” (SOUSA, 2009, p. 30).

A composição do curso, formada por conteúdos predominantemente científicos e humanísticos, seguiria três eixos chamados *Ciências da Informação*, *Técnica da Informação* e *Cultura para a Informação*. O projeto prometia que os profissionais formados estariam aptos a exercer o Jornalismo não apenas nas redações dos jornais impressos, mas também nas emissoras de rádio e de televisão. Além disso, os jornalistas seriam capacitados a produzir conteúdos noticiosos voltados à prática do Cinejornalismo (MENDES, 2012, p. 39).

O Jornalismo era tratado, pelo projeto, como uma área de atuação de viés técnico que exige, de seus profissionais, conhecimentos e competências específicos. A iniciativa do sindicato mostrava o interesse de formar *jornalistas multimédias* a partir de uma grade curricular semelhante às existentes na atualidade nos cursos de Jornalismo e Ciências da Comunicação de Portugal (SOUSA, 2009, p. 30). A aglutinação de disciplinas teóricas entre o primeiro e o terceiro ano daria aos alunos o grau de bacharel, enquanto a formação de caráter prático, concentrada no quarto e quinto ano, permitiria acesso à licenciatura¹⁰⁶.

A palavra *Radiojornalismo* aparece citada no plano de estudos do *Projecto de Ensino de Jornalismo em Portugal* no item *Meios de Informação* que integrava o segmento *Seminários de Especialização (nas ciências e técnicas da informação)*. Não há maior detalhamento sobre as ações que seriam empreendidas em Radiojornalismo, mas o plano de ensino propunha promover atividades predominantemente práticas, “com vista a antecipar a vivência da profissão (integrando nela o aluno) e a obter, pela objetividade, maior eficiência” (TEIXEIRA, 2010, p. 45).

A utilização de um *estúdio laboratório de rádio* também foi prevista no plano, bem como convênios com entidades públicas e privadas que garantiriam a realização das aulas (*Ibidem*). Apesar da consistência, sistematização e de detalhes, a proposta da entidade

¹⁰⁶ Em Portugal, o termo *Licenciatura* é comumente usado para nomear o primeiro ciclo do curso superior, que no Brasil corresponde à graduação. Os estudantes que concluem os estudos nessa fase são *licenciados* à prática profissional e, daí, o uso da expressão. No Brasil, o termo refere-se aos cursos de nível superior que habilitam para o exercício exclusivo da docência em escolas de Ensino Infantil, Fundamental e Médio.

classista teve o mesmo destino das elaboradas antes da *Revolução*: o arquivamento. “O projeto do SNJ representava o acesso dos futuros profissionais à formação acadêmica universitária, e se fosse concretizado constituiria um marco na história do ensino e do Jornalismo portugueses” (MENDES, 2012, p. 40).

4.1.2 A criação dos cursos de Comunicação/Jornalismo

A ditadura que vigorou durante mais de quatro décadas em Portugal causou prejuízos significativos à formação sistematizada dos jornalistas. O processo educacional, visto como desnecessário por aqueles que defendiam a controversa ideia da vocação, mas defendido pelas instituições classistas, encontrou no autoritarismo da ditadura uma barreira que demorou a ser transposta. “Em Portugal, pelo contrário, não só o Estado não promoveu qualquer tipo de esforço no sentido de educar jornalistas, como não apoiou ou deu seguimento às iniciativas apresentadas pela classe” (SOBREIRA, 2003, p. 83). Na avaliação de Coelho (2013, p. 242), a passividade de um expressivo número de jornalistas perante o regime político Português, aliada a falta de uma formação educacional que oferecesse qualificação ampla e crítica, não permitiu com que os profissionais despertassem para o papel de promotores de uma sociedade civil ágil e atuante.

O *Estado Novo* compreendia a Comunicação e a Educação como campos antagônicos, apesar de o ensino ser entendido por seus defensores como uma “hipótese libertadora” dos jornalistas que atuavam, pela conveniência do regime, de forma cerceada e domesticada (MENDES, 2012, p. 42). O condicionamento decorrente da ditadura nas formas de pensar a profissão e a lentidão no processo de institucionalização do ensino do Jornalismo geraram reflexos nas décadas seguintes à *Revolução*. “A universidade e a profissão eram elementos com pouca ligação para as mentalidades da época. A discussão era centrada na dicotomia entre teoria e prática, uma discussão que persiste até á atualidade” (*Op. Cit.*, p. 43).

Entretanto, a universidade foi o local contemplado como o ideal à legitimação do ensino e da qualificação dos profissionais em Jornalismo. A omissão do Estado e a pequena mobilização da classe caracterizaram-se como as razões essenciais para que os principais projetos elaborados pelo SNJ, em 1941 e 1971, não fossem concretizados. Coelho (2013) considera que os jornalistas ficaram de fora desse processo principalmente por causa do distanciamento existente entre os acadêmicos e os profissionais. “A classe ficou vedada a

capacidade de influenciar a primeira licenciatura na área, mormente por terem sido jornalistas os únicos que ousaram contrariar a determinação da ditadura em manter fora do espectro acadêmico à formação em Jornalismo” (*op. cit.*, p. 243).

O atraso na institucionalização de um processo sistematizado de formação em Jornalismo em Portugal foi determinante devido aos posicionamentos distantes da lógica sobre o valor da profissionalização. Além daqueles que consideravam o Jornalismo um dom, havia a crença de que o Jornalismo era aprendido na tarimba, ou seja, a prática diária nas redações era mais que suficiente para suprir a necessidade de uma formação sistematizada e estruturada. “A palavra tarimbeiro é usada para descrever os jornalistas que surgiram durante o período da ditadura, com acesso restrito, quase inexistente, à formação e ao ensino do Jornalismo” (*loc. cit.*, p. 32).

A *Revolução de 25 de abril de 1974*, que promoveu mudanças rápidas no contexto político e social, não provocou alterações céleres à formação em Jornalismo em Portugal, que implantou um curso de nível universitário voltado a essa habilitação somente no início da década de 1980. Sobreira (2003, p. 83) considera que “o desenvolvimento de uma cultura profissional que resulte na profissionalização de determinada atividade passa pela existência de um corpo teórico sistematizado ministrado a nível acadêmico”. Contudo, até o final da década de 1970, não existiu qualquer forma de ensino que foi ministrada de maneira contínua e sistematizada em Jornalismo. Os projetos anteriores não passaram de intenções que não se consolidaram também por conta do controle e desinteresse do Estado e da apatia de muitos jornalistas.

Mendes (2012) pondera que, apesar dos vários projetos que visavam contribuir para a institucionalização do ensino em Portugal não terem vingado, ações como as promovidas em 1941 e 1971 pelo SNJ beneficiaram uma parcela de profissionais. “Apesar de pontuais, todas as iniciativas contribuíram para o debate e reflexão sobre o ensino do Jornalismo” (*op. cit.*, p. 33). Uma dessas contribuições foi a criação, em 1979, da Licenciatura em Comunicação Social da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa – FCSH/UNL¹⁰⁷. Com a medida, Portugal tornou-se o último país do ocidente a empreender a institucionalização do ensino do Jornalismo (CASCAIS, 2008, p. 56; TEIXEIRA, 2010, p. 5).

¹⁰⁷ O curso foi criado pelo Decreto-lei n° 128-A/79 de 23 de novembro de 1979, com funcionamento regulamentado pela portaria n° 663/79 de 10 de dezembro de 1979. A instituição do primeiro curso superior em Portugal voltado à formação em Comunicação/Jornalismo é constantemente mencionada nas pesquisas e

As primeiras licenciaturas em Comunicação foram estruturadas e integradas às áreas científicas das Ciências Sociais e das Ciências da Linguagem, sendo o Jornalismo, segundo as denominações dadas pelas instituições, uma *variante*, *percurso*, *área de especialização* ou uma *via profissionalizante*. O processo de formação na área observou a tendência proposta nos projetos elaborados antes da *Revolução* ao se estabelecer no meio universitário, inicialmente como uma habilitação integrada a uma licenciatura em Comunicação oferecida por uma Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (CASCAIS, 2008, p. 72).

O surgimento dos cursos de Comunicação em Faculdades de Ciências Humanas ou em Faculdades de Letras teve consequências positivas e negativas. O enquadramento no domínio das ciências sociais e humanas e o distanciamento de um ensino de viés corporativo, profissionalizante e empírico são apontados como fatores positivos. O clima de desconfiança entre as instituições acadêmicas e o meio profissional devido às problemáticas teórico/práticas do Jornalismo surge com ponto negativo dessa condição (MESQUITA e PONTE, 1997). O ensino, entretanto, não refletiu as iniciativas dos sindicatos que propuseram uma formação que oferecesse conhecimento humanístico aliado à prática profissional. “As redações começaram a ser povoadas por jornalistas formados. No entanto, os cursos universitários foram considerados “teóricos” e distantes da realidade do mercado e muitos egressos não foram absorvidos pelo mercado” (SOUSA, 2008, p. 82).

Um ano depois do surgimento da licenciatura em Comunicação¹⁰⁸ da *Universidade Nova de Lisboa*, duas instituições universitárias públicas, também da capital portuguesa, tornaram-se pioneiras ao instalar programas dedicados ao ensino superior na área: o *Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas – ISCSP*, que criou o curso de Ciências da Comunicação; e a *Universidade Católica Portuguesa*, que iniciou os primeiros cursos de Ciências da Informação que foram “configurados como pós-graduações e destinados a pessoas possuidoras de formação universitária ou a profissionais de Jornalismo com mais de cinco anos de experiência” (MESQUITA e PONTE, 1997).

textos científicos, como indicam Mesquita e Ponte (1997); Sobreira (2003) Canavilhas (2009); Sousa (2009); Barata (2011); Mendes (2012) e Coelho (2013).

¹⁰⁸ Em meados da década de 1990, o nome da licenciatura mudou para *Ciências da Comunicação* devido ao curso ter incorporado, gradativamente, disciplinas práticas “no sentido de alargar suas possibilidades de formação, mas sempre com o propósito inicial de ser centrada no desenvolvimento do espírito crítico do aluno e não prepará-lo para o mercado de trabalho” (MENDES, 2012, p. 107).

A primeira instituição de ensino superior fora dos limites de Lisboa a integrar, em seus currículos, a área de Comunicação foi o *Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho*, em Braga, que criou em 1983 a especialização em Comunicação Social no âmbito da licenciatura em Ciências Sociais (*Ibidem*). A efervescência gerada na década de 1980 por conta da institucionalização de cursos para formação de jornalistas não permaneceu contida apenas às instituições de ensino superior. Em 1983, profissionais se reuniram para formar uma cooperativa e promover a criação do *Centro de Formação de Jornalistas do Porto (CFJ)* que, em 1985, daria origem à *Escola Superior de Jornalismo - ESJ*, instituição pertencente à *Rede de Ensino Superior Politécnico*¹⁰⁹, oficialmente reconhecida em 1986 pelo Ministério da Educação (CANAVILHAS, 2009, p. 59).

A extinção da ESJ estimulou o surgimento, na Universidade do Porto, em 1999, da licenciatura em *Ciências da Comunicação: Jornalismo, Assessoria e Multimédia*, que foi resultado de um protocolo de colaboração firmado entre as Faculdades de Letras, Engenharia, Belas-Artes e Economia que integravam à Universidade (COELHO, 2013, p. 379). Em 1986 foi criado em Lisboa o *Centro Protocolar de Formação Profissional de Jornalistas – o CENJOR*¹¹⁰ – a partir de um protocolo entre o *Instituto do Emprego e Formação Profissional*, a *Direção-Geral da Comunicação Social*, o *Sindicato dos Jornalistas*, a *Associação de Imprensa Diária* e a *Associação de Imprensa Não Diária*.

Na atualidade, o CENJOR mantém acordos de cooperação com instituições do ensino universitário e politécnico, oferecendo infraestrutura para a realização de atividades práticas. Um exemplo dessa ação é a parceria mantida com o *Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas – ISCSP*, que utiliza os estúdios de rádio do CENJOR para desenvolver trabalhos relacionados à disciplina *Rádio e Multimédia*, ministrada no ano de 2013 aos alunos da licenciatura em Ciências da Comunicação pela Profa. Dra. Paula Cordeiro. Apesar de serem usados hoje para formação de estudantes, inicialmente, porém, os centros foram destinados à

¹⁰⁹ O termo “politécnico” relaciona-se à formação de natureza prática de caráter profissionalizante. Em Portugal, a *Lei de Bases do Sistema Educativo* (LBSE) estabelece o funcionamento do sistema educativo nacional. De acordo com o decreto n° 64/97 de 19 de Setembro de 1997, artigo 13, parágrafos 2 e 3, a LBSE determina que “no ensino universitário são conferidos os graus académicos de bacharel, licenciado, mestre e doutor. No ensino politécnico são conferidos os graus académicos de bacharel e de licenciado”. O parágrafo 8 assegura ainda que “a mobilidade entre o ensino universitário e o ensino politécnico é assegurada com base no princípio do reconhecimento mútuo do valor da formação e das competências adquiridas” (Diário da República, 1997, p. 5082).

¹¹⁰ Disponível em: <<http://www.cenjor.pt/>>. Acesso em: 05 Set. 2013.

capacitação de profissionais na ativa, “numa aparente afirmação implícita de que os rumos que os estudos universitários da Comunicação haviam começado a seguir não respondiam às necessidades da profissão jornalística e do Jornalismo” (PINTO, 2004, p. 28).

O chamado *milagre da multiplicação dos cursos*, conforme ressaltam autores como Coelho (2013) e Mesquita (1994), foi estabelecido após a adesão de Portugal a Comunidade Europeia em 1986. Essa proliferação atingiu também o ensino secundário, que integrou nos currículos dos cursos complementares, em 1979, uma disciplina de iniciação ao Jornalismo. Entre 1997 e 2005 criou-se um curso de *Tecnológico de Comunicação* e, em 1989, surgiu no ensino profissional cursos de *Técnicas de Comunicação*, *Técnicas de Audiovisuais* e *Técnicas Jornalísticas*, “mas na atualidade nenhum deles está em funcionamento” (CANAVILHAS, 2008, p. 59).

No decorrer da década de 1990 até o início deste século houve Portugal registrou um significativo aumento no número de cursos de Jornalismo, que ainda foram submetidos nesse período a uma reestruturação nos planos de ensino. O período de duração foi estabelecido em quatro anos, com a adoção da denominação, por parte de alguns cursos, da denominação *Ciências da Comunicação*. Apesar da grande oferta de cursos de acesso público ou privado em institutos politécnicos ou universidades, da diversidade de programas e do crescente demanda de alunos à procura de um trabalho na área, não havia até a primeira metade da década de 1990, naquele país, um curso destinado especificamente no Jornalismo. Tal situação muda em 1993, ano em que a Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra torna-se a primeira a instituir um curso que opta pela designação de *Jornalismo* no lugar de *Ciências da Comunicação* (PINTO, 2004, p. 24; SOUSA, 2009, p. 3).

A partir de 2005, o ensino superior Português adaptou-se à *Declaração de Bolonha*, referendada na cidade italiana de mesmo nome em 19 de junho de 1999 por Ministros de Educação de 29 países da União Europeia. O documento, que tem o propósito de integrar o ensino superior na Europa, adotou mais tarde um processo de organização que permitiu maior flexibilidade nas estruturas curriculares com a diversificação de percursos formativos.

A *Declaração de Bolonha* decorre, dentre outras ações, da *Declaração da Sorbonne*, originada em 1998, em Paris, França, após encontro entre ministros da Educação da Alemanha, França, Itália e Reino Unido, que propuseram a criação de um espaço europeu de educação superior. A Declaração de Bolonha deu origem ao Processo de Bolonha, que propôs reformas políticas e institucionais a serem desencadeadas pelos governos com o propósito de

conduzir ao estabelecimento de um novo sistema europeu de Educação Superior, incluindo 45 países da Europa e cinco países não europeus (CATANI *et. al*, 2008, p. 10).

Devido a *Declaração de Bolonha* houve a adoção, em Portugal, do sistema europeu de acumulação e de transferência de créditos, também conhecido pela sigla ECTS – *European Credit Transfer and Accumulation System*¹¹¹, que promoveu mobilidade aos estudantes ao permitir que os créditos necessários à formação fossem “adquiridos em contextos de ensino não superior, incluindo a aprendizagem ao longo da vida, desde que sejam reconhecidas pelas respectivas Universidades de acolhimento” (MORAES JÚNIOR, 2011, p. 349).

Outra organização advinda de Bolonha foi a criação de um sistema baseado em dois ciclos, sendo o primeiro voltado à Graduação e, o segundo, à Pós-graduação. O primeiro ciclo relaciona-se às licenciaturas e destina-se à formação profissional¹¹², enquanto o segundo ciclo proporciona a especialização profissional ou académica, dando acesso ao Mestrado. Há ainda, decorrente do segundo ciclo, um terceiro ministrado apenas nas Universidades e que tem duração de três anos, destinando-se à investigação científica e permitindo o Doutoramento (CANAVILHAS, 2008, p. 59).

As regras para o ingresso no primeiro ciclo de estudos do ensino superior foram alteradas e passaram a exigir, dos estudantes, aprovação em curso de ensino secundário ou habilitação portuguesa ou estrangeira equivalente; realização de provas de ingresso exigidas para o curso ao qual se candidataram com classificação igual ou superior à mínima fixada pelas instituições de ensino superior; e atendimento a pré-requisitos exigidos, quando aplicáveis, para os cursos aos quais se candidataram¹¹³.

¹¹¹ De acordo com a *Direção Geral de Ensino Superior* – DGES, serviço central do Ministério da Educação e Ciência de Portugal, os ECTS visam gerar procedimentos comuns que garantam o reconhecimento da equivalência académica dos estudos efetuados por alunos de países que integram a comunidade europeia. O sistema, que promove a uniformização dos diversos sistemas de avaliação, baseia-se em três elementos: informação sobre programas de estudo e resultados académicos dos alunos, reconhecimento mútuo entre os centros associados e os estudantes e a utilização de créditos académicos ECTS que indicam o volume de trabalho do aluno. Informações obtidas no site da DGES. Disponível em: <<http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt>>. Acesso em: 10 Jun. 2014.

¹¹² No ensino politécnico, o primeiro ciclo de estudos exige 180 créditos que devem ser cumpridos em seis semestres. No ensino universitário, o ciclo de estudos determina a realização de 180 a 240 créditos em um período compreendido entre seis e oito semestres. Informações disponíveis no site da DGES. Disponível em: <<http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/Estudantes/Processo+de+Bolonha/Objectivos/ECTS/>>. Acesso em: 10 Jun. 2014.

¹¹³ Informações obtidas no site da DGES.

A aplicação da reforma de Bolonha reduziu o período dos programas de ensino de quatro para três anos letivos, regulamentou o estágio e impôs proximidade entre o ensino politécnico e universitário não apenas na atribuição do grau académico, “mas, e sobretudo, ao nível da missão educativa, num claro esbatimento das diferenças legalmente consagradas” (COELHO, 2013, p. 318).

Apesar da formação em um curso superior não ser obrigatória para a prática do Jornalismo¹¹⁴, pesquisa realizada em 2008 revelou que 60,3% dos jornalistas portugueses possuíam graduação numa licenciatura. Desse total, pouco mais de 34% dos profissionais apresentavam formação superior na área de Ciências da Comunicação/Jornalismo, conforme revelou a *Comissão da Carteira Profissional de Jornalista – CCPJ*. “É a prova de que o mercado reconhece a formação nesta área como uma real mais-valia para a melhoria do Jornalismo” (CANAVILHAS, 2008, p. 60).

4.2 Jornalismo: a evolução nas rádios portuguesas

A formação de radiojornalistas por instituições de ensino superior portuguesas tem pouco mais de 35 anos¹¹⁵. Porém, o Jornalismo faz parte do cotidiano das emissoras desde as primeiras transmissões experimentais promovidas, em Portugal, em 1914. Inicialmente, as

¹¹⁴ De acordo com o artigo 1 do estatuto português que regulamenta a profissão são considerados jornalistas aqueles “que, como ocupação principal, permanente e remunerada, exercem com capacidade editorial funções de pesquisa, recolha, selecção e tratamento de factos, notícias ou opiniões, através de texto, imagem ou som, destinados a divulgação, com fins informativos, pela imprensa, por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por qualquer outro meio electrónico de difusão”. Ainda são considerados jornalistas quem desempenhou atividade jornalística “em regime de ocupação principal, permanente e remunerada durante 10 anos seguidos ou 15 interpolados”, desde que tenham solicitado e atualizado o título profissional, expedido e renovado periodicamente pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista – CCPJ. As empresas que atuam na área são impedidas, por lei, de manter em seus quadros pessoas que não detêm esse documento. Exige-se do interessado em obter o título profissional idade superior a 18 anos e “pleno gozo dos direitos civis”. O Estatuto do Jornalista apresenta-se omissão quanto à formação superior na área, bem como a posse de uma licenciatura em Ciências da Comunicação. A escolaridade mínima exigida é o 9º ano do ciclo básico – o equivalente no Brasil ao ensino fundamental completo. O acesso à profissão começa com um estágio obrigatório que tem duração de 12 meses, no caso de pessoas que detêm licenciatura na área de Ciências da Comunicação ou de habilitação com curso equivalente, ou de 18 meses nos outros casos. Disponível em: <http://www.ccpj.pt/legisdata/lglei1de99de13dejaneiro_b.htm>. Acesso em: 12 Jun. 2014.

¹¹⁵ O tempo citado leva em conta a instituição da primeira licenciatura em Ciências da Comunicação em Portugal, registrada em 1979 na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas de Universidade Nova de Lisboa.

informações veiculadas caracterizavam-se pelo formalismo típico das pessoas que tinham acesso e eram fascinadas pelos aparatos tecnológicos de captação e transmissão sonoras. “[...] Vários curiosos, incluindo comerciantes de artigos eléctricos, interessaram-se pelo novo meio da rádio, autodenominando-se *senfilistas* (de “sem fio”, devido à sigla TSF – Telegrafia Sem Fio) e fizeram várias emissões amadoras” (SOUZA, 2008, p. 67). Não havia periodicidade nas emissões e sequer uma grade de programação definida. Os conteúdos eram constituídos, em grande parte, de músicas clássicas e da leitura de notícias retiradas de jornais. “As primeiras emissões parecidas com aquilo que é hoje uma emissão de rádio datam apenas de 1924, ano em que aparece o posto emissor P1AA - Rádio Lisboa, posteriormente alterado para CT1AA – Rádio Portugal” (*Ibidem*).

O rádio português iniciou seu processo de profissionalização a partir da década de 1930, atingindo a partir desse período um público vasto e heterogêneo, ainda que a penetração do meio em Portugal tenha sido mais lenta do que na maioria dos países europeus por conta das dificuldades econômicas decorrentes do fim da primeira guerra mundial e da grande depressão de 1929 nos Estados Unidos e do inicial desinteresse da população pelo potencial informativo do rádio. Além disso, até a primeira metade daquela década, o rádio permaneceu limitado à capital, que oferecia não somente acesso aos aparelhos de recepção, mas também de eletricidade para fazê-los funcionar.

Esse processo de desenvolvimento ocorreu durante a ditadura militar, que estabeleceu o controle dos conteúdos veiculados pela imprensa portuguesa que se manteve refém da censura. O fato influenciou o processo de aprimoramento dos conteúdos noticiados não apenas no que tange à reflexão e à crítica, mas principalmente naquilo que é afeito às técnicas de captação, elaboração e difusão noticiosa. Nota-se situação semelhante nas emissoras de rádio que, antes e depois da *Revolução*, foram submetidas a condicionamentos que moldaram posteriormente o Radiojornalismo português.

No período em que esteve sob o jugo ditatorial, o rádio serviu para estabelecer um eficiente elo de comunicação entre o governo e a população. O Estado dominava o meio, atribuindo concessão às frequências, estatizando as emissoras e promovendo estratégias de manipulação que usavam do fascínio que o rádio despertava na população para disseminar interesses e legitimar o regime. Os programas difundidos eram voltados ao entretenimento e serviam para manter os ouvintes distantes dos conflitos e problemas que assolavam o país (CORDEIRO, 2003, p. 2).

O *Estado Novo* criou o monopólio estatal dos serviços de radiodifusão e usou o veículo como ferramenta de propaganda ideológica e institucional, mas a regulamentação permitiu a concessão de licenças privadas, sendo a primeira outorgada à *Rádio Clube Português*, fundada por empresários em 1931. O Jornalismo foi, desde o início, cerceado nas primeiras emissoras. Os radiojornais periódicos eram submetidos ao crivo dos censores do regime e baseavam-se na leitura de notícias impressas em jornais e em *telexes* das agências noticiosas. Ainda, nesse período, a realização de reportagens externas passou a complementar os informativos.

O rádio foi visto pelo governo como um instrumento eficiente para veiculação de seus propósitos e de direcionamento e manipulação social. Em 1933 a ditadura criou a *Emissora Nacional*¹¹⁶, primeira estatal portuguesa de radiodifusão. O propósito da estação voltava-se “às ideias do regime e a oferecer uma programação que não colocasse em risco as suas estruturas fundacionais” (SOUSA, 2008, p. 68). A proliferação de emissoras locais e regionais ocorreu somente a partir de 1936, quando os operadores privados receberam a permissão governamental para a exploração de publicidades. Nesse ano foram feitas as transmissões experimentais da *Rádio Renascença*, emissora privada controlada pela Cúria Católica Portuguesa que foi inaugurada oficialmente em 1938.

SOUSA (2008) avalia que o experimentalismo predominante nas primeiras décadas do rádio português consolidou uma linguagem formal marcada pela adjetivação e uso de clichês, estrangeirismos e palavras rebuscadas. O conteúdo noticioso pecava pela falta de precisão no processo de checagem das notícias, que eram intercaladas nas transmissões radiofônicas entre as publicidades. Os *sectores de informações* (o equivalente às redações) não usavam das potencialidades comuns às características do veículo, como o imediatismo na transmissão dos fatos. Para finalizar, os jornalistas que atuavam nas rádios passavam por uma crise de identidade, pois eles “não se viam a si mesmos como exercendo uma profissão autónoma: eram *locutores*” (*op. cit.*, p. 71).

Apesar dessa trajetória, o rádio foi reverenciado pela opinião pública, que se apegou à audição de peças sonoras voltadas ao entretenimento, à informação, ao humor, aos esportes e à Educação. Assim como no Brasil, as famílias portuguesas tinham o costume de se reunir frente aos aparelhos de rádio para acompanhar músicas e radionovelas, além de emissões de

¹¹⁶ Em 1976, a Emissora Nacional passou a designar-se RDP – Radiodifusão Portuguesa, que passou a integrar a RTP - Rádio e Televisão de Portugal, principal empresa estatal portuguesa no setor.

teatro radiofônico e de futebol. “Ouvir rádio passou a ser uma actividade quotidiana que se enraizou rapidamente nos hábitos sociais, abrindo no lar uma larga janela por onde o mundo podia entrar” (PORTELA, 2011, p. 34).

Não obstante ao controle rígido da censura e à uniformidade da programação, os produtores notaram no rádio a possibilidade de promover a ousadia. Um exemplo disso foi a veiculação pela Rádio Renascença, no dia 25 de junho de 1958, de uma história ficcional baseada em *A Guerra dos Mundos*¹¹⁷ de Orson Welles. A radionovela chamou-se *A Invasão dos Marcianos* e era ambientada em Lisboa. “A enorme confusão provocada pela aceitação do fictício como real teve como consequência o estado de pânico vivido por milhares de pessoas” (*op. cit.*, p. 36).

Gradativamente, as rádios portuguesas mudaram os conteúdos, principalmente àqueles relativos ao Jornalismo, por conta das primeiras transmissões regulares de televisão que tiveram início em 4 de março de 1957 por intermédio da *RTP – Rede de Televisão Pública*. Cordeiro (2003) destaca a importância, para o rádio, da introdução da televisão:

Perante o fascínio que o novo meio despoletou, a rádio foi obrigada a mudar. A criatividade não deixou de se revelar, e a rádio apresentou alguns programas que surpreenderam a sociedade. Procurou inovar o seu discurso, dependente não só da novidade introduzida por um novo meio de comunicação, mas sobretudo para contrariar a uniformidade da comunicação instrumentalizada pelo Estado Novo. Foi o nascimento de uma nova fase na rádio portuguesa, mais moderna, em oposição à anterior. Testaram-se novas configurações, que se opunham no campo do discurso e da expressão, e desenvolveram-se novas ideias especialmente no campo da música e da ficção (CORDEIRO, 2003, p. 3).

No decorrer da década de 1960, a informação e a divulgação cultural foram priorizadas pelo rádio português, que rompia com o propósito de meio voltado ao entretenimento institucionalizado pelo controle do Estado. “As horas nocturnas, que eram consideradas mortas, tornaram-se o principal horário da rádio, com programas que desenvolviam uma acção informativa e formativa, num novo formato de rádio que

¹¹⁷ O romance escrito por H. G. Wells foi adaptado para o rádio por Howard Koch, roteirista do *Mercury Theatre On The Air*, de Nova York, Estados Unidos. Coube a Orson Welles a produção da peça para transmissão ao vivo pela rede de rádio CBS. O texto que descrevia uma invasão alienígena era composto por boletins de notícias, entrevistas e depoimentos fictícios. A peça radiofônica causou pânico entre os ouvintes, que consideraram tal ataque como verídico. “A diferença fundamental, em relação ao romance, é que nesta nova versão os personagens da estória não são apenas ouvintes de rádio – o que representaria a mera atualização dos personagens-leitores de jornal, passivos: agora, os personagens falam pelo rádio” (MEDITSCH, 1998, p. 29).

testemunhava e acompanhava a vida nacional” (*Ibidem*). Promoveu-se uma linguagem mais alinhada às características do rádio, com as narrativas compostas por frases mais curtas e objetivas, sintetizando a informação e permitindo uma melhor compreensão da mensagem sonora. As emissoras ampliaram o número e a frequência dos noticiários na programação, que passou a ser interrompida nos casos de ocorrência de fatos urgentes.

Apesar da ditadura vigente eram veiculadas notícias que usavam frases cifradas para fazer críticas ao regime. A partir do uso de notícias compostas por *registos sonoros*¹¹⁸, muitos radiojornais veiculados *hora a hora* tornaram as informações mais dinâmicas e próximas aos acontecimentos. As entradas ao vivo¹¹⁹, de difícil controle dos censores, ainda possibilitaram a observação e a crítica dos fatos noticiados. Outra mudança envolveu os profissionais que, de *redactores* ou *locutores de notícias*, tornaram-se *noticiaristas*, atuando como responsáveis pelas mensagens produzidas e transmitidas por eles e não por terceiros, como no caso da veiculação de publicidades e de textos diversos. “Os jornalistas tornam-se homens da rádio, trazendo para o meio radiofônico o profissionalismo e a ética” (SOUZA, 2008, p. 72).

A saída de Salazar do governo e a chegada de Marcelo Caetano ao poder em 1968 constituíram, na opinião de Cordeiro (2003), um período de intensa produção de programas e de reportagens radiofônicas que não mais enalteciam o regime e revelavam o inconformismo popular com a ditadura. O ápice da mudança ocorreu em 25 de abril 1974, quando o rádio desempenhou papel decisivo na redemocratização de Portugal (*op. cit.*, p. 3). Naquele dia, os *Emissores Nacionais de Lisboa* foram usados para veicular a canção *E depois do adeus*, primeira senha adotada pelos revoltosos para o início da operação militar que derrubou o *Estado Novo*. A tática foi repetida horas depois na *Rádio Renascença*, que veiculou a canção *Grândola Vila Morena* durante o programa *Limite* (PRATA e CASTELHANO, 2006, p. 9).

Desde os primeiros dias da *Revolução*, as emissoras transmitiram notícias sobre os rumos que o país iria tomar e as diretrizes políticas determinadas pelo governo provisório. Durante o processo de consolidação das novas instituições governamentais, as rádios migraram gradativamente de um modelo unidirecional de comunicação controlado pelo Estado para o formato comunicacional dialógico, sob a administração pública e privada. O processo evolutivo do rádio português foi gradual, uma vez que o meio se submeteu a três

¹¹⁸ Termo equivalente às sonoras – pequenos trechos retirados das gravações em áudio que compõem as matérias radiojornalísticas.

¹¹⁹ No jargão português, o termo usado no rádio e na televisão é *em directo*.

fases: a nacionalização das emissoras, o surgimento de *rádios piratas* e a regulamentação da radiodifusão (CORDEIRO, 2003, p. 4).

Durante a primeira fase, o governo provisório anunciou à intenção de nacionalizar as estações radiofônicas. Ao controle do Estado português escapou apenas uma grande emissora privada – a *Rádio Renascença*, devido às solicitações feitas pela Igreja Católica que é responsável pelo controle desse meio de comunicação. Outras duas emissoras – a *Rádio Altitude* e a *Rádio Pólo Norte* (depois designada *Rádio Clube do Centro*), por causa da “quase nula representatividade no espectro radiofónico nacional”, também não foram nacionalizadas (SEREJO, 2001, p. 79). O cenário da radiodifusão caracterizou-se em consequência da nacionalização e por um *duopólio* representado, de um lado, pela *Rádio Renascença* e, de outro lado, pelo Estado, controlador da *RDP – Radiodifusão Portuguesa*, a principal emissora pública do país (BONIXE, 2006, p. 160).

A segunda fase, marcada pelo aparecimento das *rádios piratas*, decorreu da falta de uma legislação voltada à radiodifusão que impedia, principalmente, o setor privado de comandar novas emissoras. Além de romperem com o monopólio estatal, as rádios piratas foram disseminadas por toda Europa nas décadas de 1960 e 1970. Em Portugal, elas produziram, durante seus primeiros anos de existência, um discurso alternativo e próximo às localidades onde estavam instaladas, passando a atender *ouvintes/usuários* carentes de um tratamento direcionado às suas realidades. No tocante à informação, essas emissoras apresentavam um noticiário que também priorizava o caráter local. “Estas rádios inovaram e experimentaram novos formatos, preenchendo espaços de criatividade que tinham sido deixados em aberto pelas rádios nacionais” (CORDEIRO, 2003, p. 4).

Dentre as rádios portuguesas privadas que atuaram inicialmente como piratas destaca-se a *Rádio TSF*¹²⁰, considerada “a principal estação temática de informação com emissão em cadeia e frequências ao nível nacional” (CORDEIRO, 2005, p. 3). Criada a partir de uma cooperativa de profissionais da área e por um grupo de pessoas vindas de outras emissoras, a TSF fez sua primeira transmissão pirata a partir de Lisboa em 1984, difundindo mensagens de apoio ao movimento das rádios livres. A regulamentação da rádio ocorreu em 1989, após negociação com o governo que abriu, um ano antes, concurso nacional para a atribuição de alvarás de funcionamento (*op. cit.*, p. 4). De acordo com Bonixe (2012A), a TSF consolidou-

¹²⁰ A sigla que dá nome à emissora é oriunda do termo *Telegrafia Sem Fios* que era usado também para identificar as primeiras transmissões de rádio em Portugal, como já descrito por Sousa (2008, p. 67).

se como a principal emissora noticiosa de Portugal, seguida das rádios *Antena 1*¹²¹ e *Renascença*. “Verificamos que a TSF, pelo facto de ser uma rádio informativa, emite noticiários de meia em meia hora praticamente durante 24 horas. Esta regularidade só é interrompida quando ocorrem situações que alteram a habitual estrutura da programação da rádio” (*op. cit.*, p. 81).

A criação de uma legislação que incluiu o processo de legalização das emissoras piratas em Portugal caracterizou-se como a terceira fase evolutiva do rádio naquele país. A legalização, que começou em 1983 e se estendeu até janeiro de 1989, foi promovida pelo decreto n° 338/88 que regulamentou o regime de licenciamento e permitiu o concurso público para atribuição de pouco mais de 400 frequências disponíveis em todo o país (BONIXE, 2012B, p. 321). A regulamentação fez com que muitas emissoras encerrassem suas atividades, enquanto outras buscaram se adequar a uma nova realidade baseada na concorrência e na busca pela viabilização econômica, como fez, dentre muitas, a TSF. A adoção de uma programação organizada em sequências horárias ao longo do dia, que variavam entre a emissão de notícias e de músicas, permitiu definir a predileção de audiências, antes desconhecidas por conta de conteúdos generalistas produzidos a partir do que supunha ser o público das estações (CORDEIRO, 2003, p. 4).

Bonixe (2010) considera a existência de três fatores que marcaram o cenário posterior à legalização das rádios em Portugal. O primeiro está relacionado à falta de recursos, em todo país, que assolou as rádios que, de piratas, se tornaram locais. O segundo fator caracterizou-se pela venda parcial ou total de espaços na programação para organizações dirigidas por grupos religiosos. Por último, “assistiu-se a um processo de canibalização com a constituição de cadeias de rádios, nas quais as emissoras com maiores recursos, numa tentativa de cobrir todo o território, firmaram protocolos com rádios locais para a retransmissão da sua programação” (*op. cit.*, p. 195).

Para Cádima (1999), a intenção das rádios livres de se tornarem um espaço alternativo no contexto dos meios de comunicação não se concretizou devido à reprodução daquilo que é evidente nas emissoras portuguesas sediadas nos grandes centros urbanos. A falência de um modelo diferenciado ocorreu devido à ação dos “impérios do audiovisual que continuam a alargar o seu espectro comunicacional” (*op. cit.*, p. 14).

¹²¹ Integrante do grupo RTP – Rádio e Televisão de Portugal.

Cordeiro (2003) considera que, entre as décadas de 1970 a 2000, o rádio português não foi submetido a mudanças significativas, sendo a mais expressiva as relativas à adoção de novos esquemas de negócios que estabeleceram três tipificações. A primeira são as rádios de pequeno porte, que mantêm quadros funcionais com baixa profissionalização que respondem pela produção amadora de materiais sonoros com qualidade estética e de conteúdo questionáveis. Há também as emissoras privadas que buscam a ampliação dos *shares*¹²² de audiência, independentemente da manutenção da identidade da estação. Por fim, há as emissoras privadas que detêm recursos maiores, mas que não os conseguem elaborar “uma programação com maior diversidade e de melhor qualidade, como tem sido confirmado pelos resultados das audiências do meio rádio” (*op. cit.*, p. 5).

A internet tem sido fundamental para a redefinição nas estratégias de negócio das emissoras ao permitir a criação de novos modelos voltados a uma comunicação mais interativa e menos unidirecional. O novo suporte digital permitiu acesso a públicos cada vez mais definidos a partir da produção de programas radiofônicos que se afastaram daqueles elaborados nas décadas anteriores e transmitidos apenas por ondas eletromagnéticas. “A profissionalização da rádio decorre da clara necessidade de adaptação do conteúdo ao público, e a consequente definição de públicos específicos para cada estação” (*Ibidem*). Esse processo foi, em parte, decorrente das novas estratégias de marketing que eram baseadas em estudos de mercado e de audiência, em contraposição às ações anteriores baseadas na criatividade e no personalismo dos produtores.

O culto do programa de autor começou a desaparecer face a dados cientificamente comprovados que, ao apresentarem valores específicos de caracterização do público e dos níveis de audiência para cada hora do dia, permitiram a definição concreta dos conteúdos de cada estação de rádio. Mais importante do que quem e como apresenta, passa a ser aquilo que se apresenta, a música que toca e a informação que se disponibiliza, nivelando o público por aquilo a que se chama “ouvinte segmentado” e que é definido pelos estudos de mercado, tal como em qualquer outro sector de actividade económica (CORDEIRO, 2003, p. 5).

A conformação do carácter comercial transformou a estruturas organizacionais e de produção devido à inserção das rádios em grupos económicos mais amplos que dominavam o

¹²² Verificação do percentual de espectadores de um programa em relação a outros programas concorrentes veiculados no mesmo período.

panorama da Comunicação. O faturamento publicitário tornou-se, nas emissoras, o foco prioritário que incentivou a busca da audiência (*Ibidem*).

No tocante ao Jornalismo, o rádio português procura seguir o mesmo caminho trilhado pelas emissoras brasileiras: adaptar-se à internet, convergindo com outras expressividades comunicacionais. Em 2014, apresentamos um exemplo da busca pela convergência com outras mídias no ambiente virtual a partir das ações empreendidas pela *Rádio Renascença*¹²³. O citado estudou priorizou três eixos básicos relativos à reconfiguração do rádio: o fluxo sonoro, a condição de transmissão ao vivo e a relação com o ouvinte. Observou-se, no caso da *Renascença*, a efetivação de uma estratégia de convergência de conteúdos noticiosos voltados para a emissora, para a internet e para a produção de vídeos (GALVÃO e LONGHI, 2014).

A opção pela *Renascença* deu-se devido ao passado da emissora e pela tradição e credibilidade que ela mantém em Portugal desde sua fundação em 1938. A rádio foi a terceira a ser instalada no país, sendo precedida apenas pelo Rádio Clube Português (1931) e pela Emissora Nacional (1935). Algumas premiações recentes atestam a qualidade da emissora, que é a terceira mais ouvida em Portugal¹²⁴: Prêmio Nacional Multimídia da APMP na categoria Media e Comunicação 2012; Excelência Geral em Ciberjornalismo, Prêmio do Observatório de Ciberjornalismo em 2010, 2011, 2012 e 2013 (*op. cit.*, p. 8). Outro referencial que amplia a importância da *Renascença* é o fato dela ser apontada como a emissora portuguesa que mais tem investido no uso das novas tecnologias para produção e difusão noticiosa, como declara Bonixe (2012A, p. 63).

A programação emitida pela *Renascença* mostrou-se generalista e destinada a um público adulto, com ênfase na música, no entretenimento e na informação, sendo a grade formada por segmentos reservados ao esporte, às entrevistas, aos articulistas e à veiculação de conteúdos de gênero religioso. Na *Web*¹²⁵, a *Renascença* oferece, além do áudio emitido via *Streaming*, vasto conteúdo textual e em vídeo distribuído em *hiperlinks*, além de informações

¹²³ A investigação deu origem ao artigo *Rádio Renascença, de Portugal, e sua reconfiguração no jornalismo online*, produzido em parceria com a Profa. Dra. Raquel Ritter Longhi, da UFSC, e publicado na edição de junho de 2014 da *Revista Lumina*, do Programa de Pós-graduação em Comunicação UFJF. Disponível em: <<http://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/330>>. Acesso em: 20 Set. 2014.

¹²⁴ 9,3% de *share*, ficando atrás da Rádio Comercial (21,1%) e da RFM (20,6%). Dados obtidos do estudo Bareme Rádio, da Marktest, apresentado em Dezembro de 2013. Disponível em: <<http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1c89.aspx>>. Acesso em: 20 Jan. 2014).

¹²⁵ O site para acesso à emissora é <http://rr.sapo.pt>.

sobre a instalação de aplicativos para *smartphones* e *tablets* que permitem acessar outros conteúdos virtuais.

A divisão dos conteúdos jornalísticos baseia-se numa planificação feita previamente, que determina o que vai se tornar áudio, vídeo ou texto. Esse tipo de roteiro ou pauta define quais equipes farão as peças radiofônicas, que entrevistas serão realizadas, quando ocorrerá a divulgação e qual suporte e formatos serão utilizados: em áudio por transmissão radiofônica convencional ou na internet, via texto, foto, vídeo e, também, áudio.

Um dos propósitos da planificação é dinamizar as ações logísticas e operacionais, uma vez que permite a definição dos trabalhos que cada área e profissional/equipe realizará mais adiante¹²⁶. A ação ainda visa permitir que os jornalistas respondam a cada plataforma, seja ela analógica ou digital. Para tanto, os profissionais cobrem as pautas equipados com gravadores de áudio e com *IPhones*¹²⁷ que permitem a captação de imagens fotográficas e de vídeos.

Outro propósito é a priorização na divulgação dos conteúdos que será efetivada na plataforma que for mais rápida e que estiver disponível no momento da transmissão. A adaptação das equipes de jornalismo à planificação levou a *Renascença* a promover pequenos cursos sobre o uso dos *IPhones*. Apesar dos profissionais atuarem em núcleos específicos – áudio, internet e vídeo, a emissora alega integrar seus jornalistas, sendo que os mais jovens demonstram-se mais propensos às novas condições em comparação com aqueles mais *tarimbados* (*op. cit.*, p. 10).

Conforme ressalta Bonixe (2012A), a maioria das rádios portuguesas não mantém rotinas de produção jornalísticas tão intensas como a demonstrada pela *Renascença*. De forma geral, as emissoras transmitem noticiários apenas de hora em hora “e outras o fazem com menos regularidade, como é o caso de algumas emissoras locais que emitem três ou quatro daqueles espaços por dia” (*op. cit.*, p. 82). Nas rádios “cuja aposta não em termos de programação não se situa na informação”, o Jornalismo fica restrito à inserção de boletins de cinco minutos a cada hora (*Idem, Ibidem*).

¹²⁶ As informações sobre a planificação foram obtidas em entrevista gravada em áudio com Pedro Leal, editor adjunto da informação da Rádio Renascença.

¹²⁷ Marca comercial do modelo de telefone celular produzido pela empresa *Apple* que possui funções semelhantes a de um *smartphone*.

4.3 Estudo de caso: o curso de jornalismo da FCSH/UNL

Estimulado pela redemocratização de Portugal, o ensino em nível superior ampliou seu espectro de atuação após a *Revolução*. Na área da Comunicação, entre 1979 a 2009, o número de vagas nos cursos cresceu de 40 para 1661. A quantidade de escolas também aumentou nas últimas três décadas, saltando do curso oferecido pela FCSH/UNL para 30 outros existentes nas instituições de ensino superior espalhadas pelas 18 regiões administrativas portuguesas. As entidades educacionais, que ofereceram 31 cursos relacionados à formação em Jornalismo, eram divididas da seguinte maneira: oito universidades públicas, 12 universidades privadas, oito institutos politécnicos públicos e dois institutos politécnicos privados. Os cursos oferecidos tinham 10 nomeações diferentes, com a predominância do termo “Ciências da Comunicação”, que foi registrado em 10 ocorrências (COELHO, 2013, p. 311).

É nesse cenário que desponta a Universidade Nova de Lisboa – UNL, única instituição portuguesa a figurar na relação elaboradora pela *QS World University Rankings*¹²⁸. De acordo com a classificação relativa às entidades educacionais com até 50 anos de existência, a *Nova* figura na 36ª colocação. A Universidade pública, responsável pela criação do primeiro curso superior de Ciências da Comunicação com vertente em Jornalismo da história de Portugal, é também reconhecida pelo mercado por apresentar consideráveis índices de empregabilidade. No caso dos cursos da FCSH, o número de licenciados contratados chegou a 68,15%, de acordo com relatório¹²⁹ emitido pela UNL em maio de 2013.

Assim sendo, tem-se como procedimento metodológico estudo de caso que analisará o plano de ensino¹³⁰ e sua decorrente aplicação teórico/prática na disciplina *Atelier de Jornalismo Radiofônico*¹³¹ oferecida na FCSH/UNL. Como critério de validação observa-se o

¹²⁸ Classificação referente a 2014 elaborada pela editora Quacquarelli Symonds (QS), do Reino Unido, que tem como base os indicadores que avaliam a qualidade do ensino, a internacionalização, a inovação, a investigação e o número de citações à instituição feitas em revistas científicas. Disponível em: <<http://www.topuniversities.com/universities/universidade-nova-de-lisboa/undergrad>>. Acesso em: 07 Jul. 14.

¹²⁹ O documento apresenta levantamento feito entre 2011 e 2012 na UNL e traz detalhes sobre a oferta curricular e de docentes, número de estudantes e de diplomados e sobre empregabilidade. Disponível em: <http://www.unl.pt/data/qualidade/NOVA_em_2011-2012_graficos_PT.pdf>. Acesso em: 15 Out. 2013.

¹³⁰ Em Portugal é denominado de “plano de estudo”.

¹³¹ Essa disciplina apresenta conformação semelhante à de Radiojornalismo ministrada no Brasil, uma vez que prioriza o ensino teórico e prático do jornalismo elaborado prioritariamente no rádio.

status já citado que a entidade conquistou no atual contexto educacional português. Porém, antes de efetivar o estudo de caso, torna-se relevante apresentar os aspectos históricos e a configuração atual do curso investigado.

A Faculdade de Ciências Sociais e Humanas foi criada pelo decreto-lei nº 463-A/77, em 10 de novembro de 1977, com o início das atividades em janeiro de 1978. Primeira a ser estabelecida em Portugal, a licenciatura em Comunicação Social da FCSH/UNL insere-se em um cenário marcado pela existência, nas demais instituições de ensino superior portuguesa, de poucos cursos voltados à área das Ciências Sociais.

No início da década de 1980, uma comissão foi encarregada pelo governo visando “a distribuição regional da oferta curricular e a diferenciação das especializações em Ciências Sociais” (MENDES, 2012, p. 50). O resultado do trabalho gerou um decreto que definiu a oferta de cursos em Ciências Sociais nas diferentes Universidades do país. Naquele período, a FCSH/UNL promoveu a reformulação dos cursos já existentes a partir de um enquadramento derivado dos cursos de outras instituições de ensino superior portuguesas. Nos três primeiros anos de existência, a licenciatura em Comunicação, bem como às promovidas em Sociologia e em Antropologia, foi oferecida na FCSH como uma das variantes do curso de Ciências Sociais (*Ibidem*).

A vertente humanística, de caráter teórico e reflexivo, é evidente no primeiro plano de ensino que ofereceu um enquadramento de base sociológica, uma vez que durante os quatro primeiros anos da Faculdade existiam quatro disciplinas obrigatórias ligadas diretamente à área. “No quarto ano era dada a possibilidade aos alunos de escolher duas disciplinas, de uma lista com 26 disciplinas optativas; 12 disciplinas desta lista eram ligadas a sociologia” (MENDES, 2012, p. 107).

Observa-se que o curso da FCSH/UNL possuía as características da instituição a qual estava integrado, voltando-se à orientação acadêmica, de perfil marcadamente generalista – fator que mantém na atualidade. O modelo introduzido valorizou componentes de contornos histórico-filosóficos, linguísticos, sociológicos e tecnológicos, servindo de referência para criação de cursos análogos em outras universidades públicas.

No que tange à Comunicação o Jornalismo como campo específico de estudo coexistia apenas com outras opções ou vertentes¹³², como *Relações Públicas*, *Realização Audiovisual* e

¹³² Denominação que, no Brasil, é conhecida por habilitação.

Tecnologias da Informação e Comunicação (PINTO, 2004, p. 27). Com o passar do tempo e a consequente adaptação dos planos de estudo a uma linha mais prática, além da nova denominação *Ciências da Comunicação*, o curso da FCSH revelou um perfil mais complexo e abrangente ao envolver os meios de comunicação, os atores sociais, os discursos e as práticas profissionais.

Além de ser pioneira dentre as instituições de ensino superior a lançar uma licenciatura específica em Comunicação em Portugal, a FSCH/UNL também foi a primeira a criar cursos de mestrado: *Ciências da Comunicação*, em 1984, e *Jornalismo*, em 1991. Os doutoramentos na área surgiram no final dos anos 1980 e contribuíram “para relançar a oferta na área específica dos estudos da comunicação” (COELHO, 2013, p. 355).

No ano letivo de 2011/2012, mais uma inovação marcou a instituição que criou a Pós-graduação em *Reportagem Multiplataforma* com a duração de dois semestres em regime intensivo. A iniciativa contou ainda com a parceria inédita entre a UNL e as empresas de comunicação, que possibilitaram a inclusão de estágio remunerado em jornais, emissoras de rádio e televisão e grupos de multimídia. Outro fator que chama a atenção é a inclusão, na grade curricular do curso, da disciplina *Rádio e TV: Descrição e Técnica*, que apresenta um plano de estudos centrado na análise do contexto histórico e do posicionamento no mercado, da linguagem e narrativas e de outros aspectos formais relacionados a esses dois meios de comunicação¹³³.

Dentre as instituições de ensino superior de Portugal, a FCSH/UNL é a que possui a maior média para entrada dos alunos no curso de Ciências da Comunicação que, no ano letivo de 2013/2014 foi de 16,85 pontos de um total máximo de 20. Segundo a Universidade Nova de Lisboa, os estudantes ocuparam 96,6% das vagas oferecidas pela faculdade naquele ano. Dos 720 alunos que ingressaram na FCSH, três obtiveram uma média de 20 valores¹³⁴. Entre 2002 a 2013, a média de acesso ao curso de Ciências da Comunicação manteve-se na casa dos 16 pontos, oscilando abaixo deste índice apenas em 2006¹³⁵. Esse dado revela uma tendência contrária à registrada em Portugal quando é analisada a evolução das vagas disponíveis nas

¹³³ Disponível em: <<http://fcsch.unl.pt/>>. Acesso em: 15 Set. 2013.

¹³⁴ Disponível em: <http://www.fcsch.unl.pt/media/noticias/copy_of_colocacoes-no-ensino-superior-2013-10-ciclo>. Acesso em: 15 Set. 2013.

¹³⁵ Dados divulgados pelo site *Ponto Media* do jornalista e professor António Granado. Disponível em: <<http://ciberjornalismo.com/pontomedia/?p=9331>>. Acesso em: 12 Jan. 2014.

instituições públicas e privadas. Nota-se que, em 1996, tais entidades disponibilizaram 1755 vagas, enquanto em 2013 esse número chegou a 1550. A redução é decorrente da queda no número de cursos que, em 1993, eram 24, chegando a 31 em 2010 e estabilizando-se na casa dos 27 cursos de Comunicação/Jornalismo em 2013 (COELHO, 2013, p. 324-325). O nível de exigência para acesso à FCSH/UNL revela um corpo discente formado, na grande maioria, por jovens de perfil intelectual diferenciado.

A média de entrada no curso da UNL, a mais elevada da área, permite-lhe receber os melhores alunos; um elemento distintivo que deve ser tido em conta em qualquer análise, uma vez que, à partida, um bom aluno é mais exigente com a instituição de acolhimento, e, simultaneamente, mais inconformado, certamente mais empreendedor e pró-ativo. O reflexo dessa proatividade está na forma como alguns dos alunos do painel se mobilizam em torno da concretização de tarefas extracurriculares, com o propósito de adquirirem competências complementares (COELHO, 2013, p. 366).

Da criação ao *status* atual, a licenciatura em Ciências da Comunicação da FCSH/UNL sofreu duas reformas curriculares. A primeira ocorreu em 1988, ano em que foi criada a área específica de Jornalismo. O fato coincide com o surgimento, nas décadas de 1980 e 1990, de cursos que priorizavam uma formação centrada na prática profissional. A segunda reforma foi implantada em 1993, quando se consolidou o vínculo da licenciatura da UNL com outros campos de atuação profissional da comunicação. Criaram-se, naquela ocasião, cinco variantes no curso de Ciências da Comunicação: *Jornalismo*, *Comunicação Aplicada*, *Audiovisual e Media Interativos*, *Cinema e Comunicação e Cultura* (COELHO, 2013, p. 275).

No ano letivo de 2014/2015, a FCSH/UNL ofereceu 14 licenciaturas, incluindo *Ciências da Comunicação*. O Mestrado disponibilizou 14 cursos, entre eles *Ciências da Comunicação*¹³⁶, *Comunicação da Ciência*, *Comunicação, Média e Justiça* e *Jornalismo*. O Doutorado teve 26 opções de cursos, dentre os quais há o de *Ciências da Comunicação*¹³⁷. Nesse mesmo período, a estrutura curricular obrigatória em Ciências da Comunicação teve, como áreas, *Jornalismo*, *Comunicação*, *Cultura e Artes*, *Comunicação Estratégica* e *Cinema*

¹³⁶ O Mestrado atende as áreas de *Cinema e Televisão*, *Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias*, *Comunicação e Artes*, *Comunicação Estratégica* e *Estudos dos Media e Jornalismo*.

¹³⁷ O doutorado atende as áreas de *Cinema e Televisão*, *Comunicação e Artes*, *Comunicação Estratégica*, *Comunicação e Ciências Sociais*, *Comunicação e Linguagem*, *Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias*, *Estudos de Argumentação*, *Estudos dos Media e do Jornalismo* e *Teoria da Comunicação*.

e *Televisão*¹³⁸. Nesses cursos de graduação, que tem a duração de seis semestres, o aluno deve cumprir 180 créditos, sendo 120 realizados no programa de disciplinas obrigatórias, 30 no quadro de opções condicionadas e 30 créditos realizados em opções livres ou em um grupo menor de outra área científica.

4.3.1 Radiojornalismo: a formação na FCSH/UNL

O curso de *Ciências da Comunicação* permite acesso às áreas de *Comunicação, Cultura e Artes, Comunicação Estratégica, Jornalismo e Cinema e Televisão*. Em 2013 foram oferecidas 87 vagas para o curso de jornalismo, que ofereceu uma grade curricular composta por 29 disciplinas, sendo de 20 obrigatórias: *Comunicação e Ciências Sociais, Direito e Deontologia da Comunicação, Discurso dos Media, Economia, Filmologia, Filosofia da Comunicação, História dos Media, Mediação dos Saberes, Métodos Quantitativos, Mutação dos Media, Retórica e Argumentação, Semiótica, Sistémica e Modelos da Informação, Sociologia da Comunicação, Teoria da Comunicação, Teoria da Imagem e da Representação, Teoria da Notícia, Teoria Política, Teorias do Drama e do Espectáculo e Textualidades*¹³⁹.

O currículo ainda ofereceu nove disciplinas optativas, também chamadas de *condicionadas*: *Comunicação Política, Fotojornalismo: História, Teoria e Prática, Géneros Jornalísticos, Jornalismo Televisivo e Produção Jornalística*. Há também os *ateliers*: de *Ciberjornalismo, de Jornalismo, de Jornalismo Televisivo e de Jornalismo Radiofónico*¹⁴⁰. A disciplina *Atelier de Jornalismo Radiofónico*¹⁴¹ – foco analítico deste trabalho – está incluída como optativa no rol *Opção Condicionada 2*. A matéria dá direito a seis créditos que podem

¹³⁸ Das áreas disponíveis no ano letivo 2010/2011 para 92 estudantes matriculados, Jornalismo foi a opção escolhida por 33 alunos (COELHO, 2013, p. 357).

¹³⁹ Além do Jornalismo, as disciplinas obrigatórias citadas são comuns também às demais vertentes do curso de Ciências da Comunicação: *Comunicação, Cultura e Artes, Comunicação Estratégica, Cinema e Televisão*. Disponível em: <http://www.unl.pt/guia/2014/fcsh/UNLGI_getCurso?curso=4004>. Acesso em: 15 Set. 2013.

¹⁴⁰ Disponível em: <http://www.unl.pt/guia/2013/fcsh/UNLGI_getCurso?curso=4021>. Acesso em: 15 Set. 2013.

¹⁴¹ Disponível em: <http://www.unl.pt/guia/2012/fcsh/UNLGI_getUC?uc=711011066>. Acesso em: 10 Jun. 2014.

ser somados ao total de 30 créditos obrigatórios a serem cumpridos em disciplinas expostas no quadro de opções condicionadas.

Consta como proposta, no plano de ensino para o período letivo 2013/2014 do *Atelier de Jornalismo Radiofónico*, a apresentação das especificidades das ações radiojornalísticas a partir da análise comparativa das características entre o Jornalismo realizado no rádio e nos outros meios. O plano ainda tem por objetivo explorar os conceitos relacionados à linguagem, a redação e a edição de conteúdos sonoros.

A análise e as discussões teóricas dividem espaço com a produção e apresentação de pequenas reportagens a partir de programas (*softwares*) usados por emissoras portuguesas. A transmissão da mensagem e as técnicas de locução, bem como os elementos sonoros associados à notícia no rádio, são outros conteúdos propostos pelo plano de ensino, finalizado com a produção, apresentação e debate de uma reportagem de 5 a 7 minutos de duração.

No ano letivo de 2013/2014, o *Atelier de Jornalismo Radiofónico* destacou, dentre os assuntos voltados a seu segmento, as especificidades da ação jornalística no meio radiofônico como propósito de oferecer aos estudantes condições de elaborar textos de caráter sonoro e editar reportagens a partir de *softwares* de edição de áudio adotados por rádios portuguesas. Observou-se, neste quesito, o uso em sala de aula do software *Audacity*, com download disponibilizado gratuitamente na internet. Uma aula foi reservada para a apresentação e as formas de manuseio do programa. A atividade, acompanhada pelo docente responsável pela disciplina, ficou a cargo da coordenadora técnica da FCSH/UNL, Mariana Escudeiro.

Figura 4 – Aula técnica - FCSH/UNL

Figura 5 – Operação de software

Figura 6 – Gravadores digitais **Figura 7** – Sala de redação (UNL)

Fotos: L. C. Galvão Júnior

O conteúdo programático do *Atelier* tratou do som enquanto elemento essencial à reportagem radiofônica, discutiu as pequenas reportagens e as notícias elaboradas durante o semestre e analisou o papel social do jornalista e dos conteúdos informativos das rádios portuguesas. Comparou também o Jornalismo praticado no rádio e nos outros meios clássicos e acompanhou os trabalhos teóricos e práticos que envolvem produção, apresentação e discussão de reportagens feitas pelos alunos.

Ministradas em 2013 pelo Prof. Dr. Pedro Coelho¹⁴², as aulas do *Atelier* aconteceram às terças-feiras, das 8 às 11 horas da manhã, com intervalo de 15 minutos iniciado a partir das 9h45. Essa divisão horária foi usada como estratégia para, no primeiro segmento, promover a apresentação dos conceitos teóricos sobre o Jornalismo no rádio. O segundo horário destinou-se às ações práticas, que foram baseadas na produção de textos e de reportagens objetivando a contemplação do conteúdo teórico.

As aulas ocorreram em uma sala dotada de computadores conectados à internet e de equipamentos multimídia que permitiram a projeção de vídeos e de áudios. Tal estrutura compensou, em parte, a falta de um laboratório específico para a produção de conteúdos radiofônicos, que são elaborados pelos alunos em seus próprios equipamentos ou nos computadores disponibilizados pela FCSH, sob a orientação de um profissional da instituição.

¹⁴² Pedro Manuel Rouxinol Samina Coelho é Doutor em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (FCSH-UNL), onde também fez mestrado e licenciatura em Comunicação Social. Jornalista desde 1988 atua como repórter especial de televisão da SIC do programa “Grande Reportagem”. Na UNL, ocupa a categoria de professor “Assistente Convidado”.

No *Atelier*, a avaliação dos estudantes baseou-se na produção e na apresentação de trabalhos, sendo que pelo menos duas dessas atividades práticas, que valem 30% da nota final, foram elaboradas individualmente. Outros 30% foram atribuídos aos trabalhos teóricos feitos em sala e os 40% restantes vieram de uma grande reportagem radiofônica, com duração de 5 a 7 minutos, produzida no final do semestre. Não foram aplicadas provas dissertativas escritas ou outra forma de avaliação documental de fundo teórico. Porém, como parte da avaliação, os alunos foram submetidos a uma prova oral de 15 minutos sobre o quadro conceitual associado à ação jornalística em rádio.

4.3.2 Aplicação do plano de ensino

Na primeira aula do primeiro semestre de 2013 foram apresentadas as estratégias relacionadas à metodologia de ensino que, posteriormente, recebeu o acréscimo da produção e veiculação em sala do material radiofônico jornalístico a partir de entrevistas e reportagens. Esse propósito evidenciou que não há preocupação em atender às demandas do mercado local e, sim, estimular uma reflexão teórica aplicada à ação jornalística. As atividades práticas priorizaram uma produção empírica desvinculada à aplicação de técnicas específicas para o veículo. O propósito foi possibilitar aos estudantes a percepção das noções da narrativa radiofônica a partir da elaboração de textos vindos de outras plataformas.

A primeira atividade prática utilizou-se, para esse fim, de uma matéria internacional extraída de um *site* Português. Na segunda aula exibiu-se um vídeo *Youtube* referente a uma notícia de cunho esportivo. A atividade inicial foi feita individualmente sendo que, a segunda, foi executada em grupo. Cada trabalho foi finalizado com a apresentação oral dos textos retrabalhados a partir da linguagem jornalística radiofônica. Nessas ocasiões, o docente debateu com os alunos a relação entre o conteúdo teórico e os trabalhos práticos realizados, aproveitando também para tratar da locução, com ênfase à configuração do texto à pronúncia portuguesa. Notou-se, nesse último quesito, a preocupação com a padronização da narrativa oral principalmente a partir da supressão de termos ou expressões regionais distintas.

As aulas seguintes intercalaram abordagens teóricas e práticas que focalizaram a especificidade do Radiojornalismo, com a elaboração de exercícios práticos para a aplicação dos conceitos. Um trabalho em grupo propôs a seleção de reportagens emitidas pelas rádios *Antena 1* e *TSF*, com a apresentação e discussão, em sala de aula, dos conteúdos transmitidos

pelas emissoras. Nesse momento houve a introdução ao conceito de reportagem radiofônica, bem como os elementos relativos à narrativa no rádio.

Os aspectos sensoriais presentes no rádio foram destacados nessa discussão, assim como nos trabalhos práticos seguintes que foram voltados, inicialmente, à captação de áudios, que trataram da transcrição de conteúdos sonoros e da definição dos ambientes onde eles ocorreram. O conteúdo teórico discutiu, por sua vez, a especificidade daquilo que foi chamado de *Jornalismo de proximidade* e da missão social do Jornalismo. Nas aulas seguintes, essas ações foram complementadas pela apresentação e discussão dos planos de reportagem desenvolvidos pelos alunos e a discussão das primeiras pequenas reportagens individuais, feitas a partir da aplicação dos conceitos mostrados nas aulas.

Outra atividade prática que mobilizou os estudantes foi a audição crítica, com debate em sala, de duas reportagens radiofônicas selecionadas pelos alunos. No campo teórico foram tratados os gêneros radiofônicos, a reportagem e a construção de uma notícia a partir das reportagens analisadas nos trabalho de grupo. Ainda sobre a entrevista radiofônica, o foco foi os diferentes gêneros e a análise crítica de exemplos de reportagens radiofônicas e entrevistas obtidas em emissoras portuguesas. Seguiram-se, às últimas aulas, a apresentação, a discussão e a avaliação dos trabalhos teóricos dos grupos formados pelos alunos, culminando assim na avaliação das grandes reportagens radiofônicas.

Em todos os trabalhos práticos notou-se o firme propósito de evidenciar o aspecto sensorial do conteúdo radiofônico. Os sons captados nos ambientes onde os fatos foram prospectados atuaram de forma convergente ao texto previamente elaborado, criando um conteúdo radiojornalístico rico em detalhes e que teve o nítido propósito de deflagrar, na mente dos *ouvintes/usuários*, “visões” contextualizadas dos episódios que são narrados.

Exemplos dessas ações foram conferidos nas apresentações dos diversos trabalhos práticos elaborados exclusivamente pelos estudantes, que tiveram apoio na área técnica de Mariana Escudeiro e, na área teórica, do professor Pedro Coelho. Numa das reportagens produzidas, os alunos trataram da greve dos metroviários de Lisboa, buscando inserir na reportagem radiofônica às sonoridades comuns ao ambiente do Metro, como o barulho dos trens, a abertura e fechamento das portas e a locução que informava aos passageiros a chegada em uma determinada estação. Em outro trabalho, os estudantes abordaram a reabertura para visitação pública do mirante do arco da Rua Augusta, um dos principais monumentos da capital lusitana. Sons de passos inseridos na reportagem reforçaram as informações que

salientavam sobre o acesso ao local, que é feito por escadas. O som do sino existente no portal, emanado diariamente ao meio-dia, também ecoou na reportagem radiojornalística, frisando uma característica peculiar daquele monumento. As sonoridades intercaladas aos textos e aos depoimentos gravados das fontes ressaltaram o conteúdo jornalístico, ampliando a *sensorialidade* no ato da audição.

As estratégias adotadas no *Atelier de Jornalismo Radiofônico* não se desvincularam do conteúdo teórico, que se tornou mais valorizado. Não houve, na prática educacional, limitação às abordagens comuns ao processo de produção jornalístico vigente nas rádios portuguesas, que tendem a priorizar em suas reportagens o relato informativo dos fatos e a inclusão de depoimentos sonoros gravados. Essa condição decorre, em grande parte, do processo próximo ao industrial adotado pelas emissoras.

A rádio, porque tem tempos de difusão da informação muito apertados, está obrigada a renovar continuamente as suas mensagens ao longo do dia. A atualidade na rádio é diferente da atualidade da imprensa e isso determina a organização do trabalho e condiciona a forma e o conteúdo das mensagens que cada órgão de comunicação social difunde (BONIXE, 2012A, p. 157).

A aplicação teórico/prática do plano de ensino, que superou obstáculos estruturais como a inexistência de um laboratório específico para produção dos conteúdos radiofônicos, apresentou-se como positiva ao processo de formação em Radiojornalismo na FCSH/UNL. Em contrapartida, observou a falta de ações que tivessem como foco a convergência das mídias – condição adversa ao ensino e que salientou o aspecto compartimentado do *Atelier*.

Entretanto, as ações efetivadas relacionaram a formação à *convergência tecnológica*, como tipificou Salaverría (2010). Exemplo disso foram as atividades que capacitaram os estudantes a realizar a captação e a edição das sonoridades em suportes digitais e em *softwares* disponíveis na *Web*. O ensino voltado ao uso das tecnologias digitais em condições semelhantes às disponíveis para produção radiojornalística evidenciou-se como próxima uma realidade das emissoras portuguesas que, como as rádios brasileiras, têm em seus quadros profissionais que empregam as novas tecnologias em suas tarefas jornalísticas.

Para o prof. Dr. Pedro Coelho¹⁴³, responsável pelo *Atelier de Jornalismo Radiofônico*, os estudantes já chegam às Universidades dominando uma série de dispositivos digitais que

¹⁴³ Depoimento colhido em entrevista ao docente.

favorecem as ações práticas. “Os alunos são muito tecnológicos”, ressaltou o docente, que buscou aliar esses conhecimentos prévios a uma formação que privilegiou as características do rádio como meio informativo, com ênfase à *sensorialidade*. “O rádio não vive sem o som. É preciso transportar o ouvinte para o local onde isso ocorre”, completou o professor. Ao ser questionado sobre a inexistência de ações relacionando a convergência das mídias ao rádio, Pedro Coelho demonstrou preocupação com esse fenômeno que, para ele, fragiliza os meios de comunicação: “trabalhar para todas as plataformas é uma temeridade, mas também é uma condição do mercado”.

O professor avalia que acontece, na atualidade, uma junção entre a convergência tecnológica e a convergência de conteúdos que pode levar o rádio a perder sua identidade, estabelecendo ainda “uma fronteira rígida entre a teoria e a prática” que ocorre não apenas por causa das facilidades propiciadas pelas tecnologias digitais, mas por situações relacionadas às novas rotinas de trabalho enfrentadas pelos jornalistas, como a integração das redações de meios como o rádio e a televisão. Apesar disso, o docente destaca que, no processo de formação em Radiojornalismo é preciso “fazer coisas diferentes do mercado” e privilegiar o jornalismo. “Os alunos não devem ficar reféns da técnica, mas sim [precisam] criar uma identidade pessoal a começar pela criação de um estilo próprio. Ele não deve ficar refém da rotina da redação”, completou Pedro Coelho.

Observa-se que a formação do estudante como futuro profissional que deve priorizar a reflexão para a construção de um jornalismo crítico e de qualidade, utilizando para isso as técnicas e meios de transmissão disponíveis, é implícita nas atividades das disciplinas *Atelier*, de Portugal, e *Radiojornalismo*, do Brasil. Apesar de terem realidades distintas nas quais estão inseridas, essas áreas enfrentam o desafio de adequar o ensino a *nova era*, compreendendo-se, aqui, a interface Comunicação/Educação como um modelo que permite vislumbrar caminhos promissores a serem seguidos.

CAPÍTULO V

CONTRIBUIÇÕES DA INTERFACE COMUNICAÇÃO/EDUCAÇÃO

No passado, a tecnologia permitiu que os meios de comunicação se tornassem cada vez mais confiáveis, evidentes e indispensáveis à sociedade. Hoje, na *nova era*, o contexto tecnológico exige das mídias uma reconfiguração nos modelos de produção, de transmissão e de recepção de conteúdos que agora são imbricados no ciberespaço. O rádio, assim como os demais meios, priorizou inicialmente a complementaridade com a internet que, no presente, acolhe os sons transmitidos pelas ondas eletromagnéticas e ainda uma infinidade de outras expressividades comunicacionais. Na nova, o *hoje* não é mais como o *ontem* e o *amanhã* deixou de ser totalmente imprevisível.

A inevitabilidade, a complexidade e a rapidez das mudanças surpreendem e mobilizam a atenção dos educadores que, em meio a esse turbilhão, não medem esforços em preparar profissionais que atuarão no futuro em mídias cada dia mais convergentes. Entende-se que a interface *Comunicação/Educação* desponta como possibilidade para o enfrentamento dos desafios da *nova era*, uma vez que ela também pode servir de apoio às ações educacionais voltadas especificamente à Comunicação e, principalmente, a capacitação de jornalistas que trabalharão no rádio.

A convergência, amplificada pelas tecnologias digitais no ambiente virtual e, como lembrava Jenkins (2008), estabelecida igualmente no cérebro do ser humano e nas interações sociais que ele faz com os outros indivíduos, está inserida nesse contexto como um fenômeno que merece maior compreensão. A Universidade, entendida como local onde se constroem saberes a partir da integralização de uma multiplicidade de vozes, é consequentemente palco para o desenvolvimento de pesquisas preocupadas em analisar as ocorrências do presente, mas sem descuidar daquilo que foi experimentado no passado para projetar possibilidades que poderão se tornar realidade num dia muito breve.

É nesse sentido que este capítulo trata, a seguir, da interface *Comunicação/Educação* e de sua viável aplicação em ações que possam indicar uma futura reconfiguração na formação em Radiojornalismo praticada por instituições de ensino superior. Ressalta-se que não há pretensão de sugerir metodologias ou padronizações, mas de suscitar a discussão sobre o

fortalecimento de espaços educativos incorporados em *ecossistemas*¹⁴⁴ comunicativos, sendo que a formação em Radiojornalismo também pode – e deve – ser incluída nessa ambiência.

5.1 Comunicação/Educação: uma relação convergente

A interface Comunicação/Educação apresenta uma configuração *transdisciplinar*¹⁴⁵ e trabalha com algo intangível: o convívio humano, do qual se ocupam as Ciências Humanas. Ambas as áreas estão às voltas com incontáveis situações envolvendo os indivíduos, que são amparados por mediadores responsáveis em estabelecer inúmeras relações, muitas delas marcadas pelo conflito, mas também pelo afeto. Educadores e comunicadores assumem o papel de moderadores sociais que, variavelmente, trocam de turno no cumprimento de suas funções, que são ambivalentes: o primeiro educa comunicando, enquanto o segundo comunica para informar e, por que não dizer, educar.

Comunicação e Educação são campos de conhecimento que não podem ser vistos como separados ou hermeticamente fechados. Não são forças que se repelem ou que não toleram conviver lado a lado, mas que *convergem* nos mais diversos espaços. Dentre eles destaca-se a Escola, que no decorrer da história foi legitimada por grande parte da sociedade como a principal responsável pelo estabelecimento do processo de ensino-aprendizagem.

¹⁴⁴ Para a compreensão de *ecossistema* usa-se a concepção de David Barton (1994) sobre o termo *ecologia*, entendido como a relação de interdependência dos elementos envolvidos em um mesmo ambiente. Tal propositura vem da *Teoria Social do Letramento*, na qual Barton adota uma abordagem ecológica como ponto de partida para estudar a interação entre os indivíduos e seus ambientes. Ele entende o letramento contemporâneo como uma prática social organizada, mas que tende a ser padronizada pelas instituições sociais e pelas relações de poder. Os eventos que compõem essa manifestação detêm uma diversidade cultural interligada. (Barton, 1998, *Apud*: Carvalho, 2001/2002: 190).

¹⁴⁵ A *transdisciplinaridade* apresenta-se como “àquilo que está ao mesmo tempo entre as disciplinas, através das diferentes disciplinas e além de qualquer disciplina. Seu objetivo é a compreensão do mundo presente, para o qual um dos imperativos é a unidade do conhecimento” (CETRANS, 2002, p. 11). Ressalta-se, ainda, reflexão apresentada na *Carta da Transdisciplinaridade*, redigida por Lima de Freitas, Edgar Morin e Basarab Nicolescu como resultado do *Primeiro Congresso Mundial de Transdisciplinaridade*, realizado em Arrábida, Portugal, entre 2 a 6 de novembro de 1994. O documento ressalta que a transdisciplinaridade é complementar à aproximação curricular, fazendo emergir dados novos da confrontação e da articulação das disciplinas. “A transdisciplinaridade não procura o domínio sobre as várias disciplinas, mas a abertura de todas elas àquilo que as atravessa e as ultrapassa” (Artigo 3 da *Carta da Transdisciplinaridade* em anexo à CETRANS, 2002, p. 168).

Todavia, Kenski (2001, p. 50) ressalta que as novas possibilidades tecnológicas comunicacionais que transformam o cotidiano não permitem mais o entendimento de que as dependências escolares são as únicas onde o conhecimento flui de maneira abundante.

Não há espaços para certezas ou verdades definitivas. Tudo que é sólido, se desmancha no ar. O movimento é acelerado. A atualização é permanente. Novas informações derrubam velhas certezas. Implodem teorias, leis. Transformam hábitos. Alteram práticas. Mudam as rotinas das pessoas. Informações que se deslocam velozmente por todo o mundo. Todos precisam estar em “estado constante de aprendizagem” sobre tudo. Sobretudo. (KENSKI, 2001, p. 50).

Elemento integrante do processo comunicativo, a mídia, que pelas tecnologias digitais reverbera em escala global com os mais diferentes conteúdos integrados pela convergência no ciberespaço, não pode ser compreendida como vertedouro de entretenimento para momentos de ócio, ou de atualização de informações para as horas de instabilidade social, política ou econômica. Tampouco pode ser imaginada como ato inicial e final da comunicação por se configurar como um conjunto de suportes ou dispositivos que difunde, de forma ampliada, os conteúdos comunicacionais. Os meios de comunicação de massa podem, sim, servir de base para ações que integram a *Comunicação/Educação*, desde que estratégias sejam planejadas e gerenciadas nesse sentido.

Na atualidade, as tecnologias digitais dão acesso a ambiências virtuais que podem se caracterizar como espaços de aprendizagem abertos a todas as possibilidades e interações – inclusive midiáticas. Conforme Kenski (2001) “a interação proporcionada pelas telas amplia as possibilidades de comunicação com outros espaços de saber” que não são restritivos, mas plurais e abertos a professores, estudantes ou quaisquer outros indivíduos que, pelos mais diversos motivos, estão excluídos das escolas e das universidades: “jovens, velhos, doentes, estrangeiros, moradores distantes, trabalhadores em tempo integral, curiosos, tímidos, donas de casa... pessoas” (*Idem, Ibidem*).

Mario Kaplún, em seu livro *Una pedagogia de la comunicacion* (2002), revela que a relação estabelecida entre Comunicação e Educação a partir do emprego de uma determinada tecnologia não é um privilégio da era digital. O autor conta a história de Celestin Freinet que, nos anos 1920, no sul da França, surgia como um educador convencido de que era necessário mudar o sistema educacional no qual seus alunos estavam inseridos. Ex-combatente da primeira guerra mundial, Freinet sofreu ferimentos nos pulmões que o tornaram fisicamente

debilitado. Entretanto, essa condição não o impediu de procurar soluções que suprimissem o ensino repressivo, mecânico e dissociado do cotidiano que imperava em sua época.

Por intermédio da compra de uma pequena impressora manual, simples e barata, o professor implantou um periódico escolar que era redigido pelos alunos. Porém, a ideia não era apenas imprimir um jornal escolar. O conteúdo era apreendido, investigado e vivido pelos estudantes. Com o tempo, a impressora passou a ser o eixo central das aulas, mudando a dinâmica do processo de ensino-aprendizagem. A exigência pelo rigor, clareza e precisão das informações publicadas fez com que os alunos passassem, por iniciativa própria, a se reunir para discutir os artigos, fazer entrevistas, cálculos, ler e analisar as notícias veiculadas pela imprensa oficial da cidade.

A experiência chegou às outras escolas da França que pediram à Celestin Freinet assessoramento para desenvolver o mesmo método, iniciando assim o intercambio de periódicos escolares e um diálogo a distância. A ação, inicialmente singela, gerou resultados expressivos e caracterizou-se como uma evidência de que a Comunicação e a Educação são áreas convergentes que podem se fortalecer ainda mais, estimulando o envolvimento de todos aqueles que estão ligados de forma direta ou não a esse processo.

A tecnologia ajudou que a Comunicação – expressa na utilização de uma mídia – e a Educação – que motivou a reflexão e possibilitou conhecimento – a convergissem a ponto de reduzirem, ao máximo, a linha tênue que separa esses campos sociais. Conforme Kaplún, quando a interface se consolida efetivamente, a Educação passa a formar cidadãos autônomos, críticos e criativos que participam de maneira efetiva da construção de uma sociedade democrática. Já a Comunicação se estabelece nesse sistema como forma de diálogo, troca e interação, entronizando falantes e aumentando parceiros.

Dentro dos recursos de seu tempo, Freinet optou pela imprensa; hoje temos outros a nosso alcance. Mas o que foi realmente significativo era o processo educativo - individual, grupal e intergrupal – que o meio canalizava: essa rede de intercâmbio entre jornais escolares, gerando uma cadeia de interações, múltiplos fluxos de comunicação e a construção do conhecimento como um produto social. E me diga o que a comunicação pratica que te direi o que a educação propõe (KÁPLUN, 2002, p. 216 – *tradução nossa*).

Freinet, citado por Kaplún, demonstrou que os meios de comunicação não podem ser compreendidos de maneira utilitária, apenas como suportes ou dispositivos tecnológicos que retém e difundem, de maneira ampliada, os diversos tipos de conteúdos. Como ressalta Citteli

(2006, p. 28), o campo comunicacional possui natureza múltipla e, devido às dimensões estratégicas da cultura que comportam, as mídias nele presentes atuam como “coparticipes privilegiados na configuração das novas sociabilidades, sensibilidades, conceitos de produção, circulação e consumo de produtos simbólicos”.

De outro lado Quiroz Velasco (2012) lembra que a Educação básica – assim como a de nível superior – não tem mais uma função reprodutora, que se encarrega de validar e de manter sob custódia um determinado conhecimento. A autora salienta ainda que a Educação não é definida como um fundo de verdades fechadas, arquivadas e transmissíveis, mas como um campo fértil próximo ao que ainda é desconhecido. “É por isso que as funções de investigação, desenvolvimento e inovação da Comunicação não são estranhas à Educação, mas prioritárias” (QUIROZ VELASCO, 2012, p. 17 – *tradução nossa*).

A autora ressalta também que é preciso construir novas propostas que sejam acompanhadas de transformações dos métodos pedagógicos, já que a renovação educacional se produz em sala de aula, cultivando nos estudantes o espírito de indagação e de curiosidade em conhecer e descobrir o trabalho cooperativo. “Essa é uma escola inovadora, porque nela se constrói o conhecimento de forma conjunta e interativa” (*op. cit.*, p. 18 – *tradução nossa*). Quiroz Velasco enfatiza que, na Educação, não é cabível tratar apenas de cursos, processos de avaliação, pacotes de conhecimento e incorporação de tecnologias digitais. Na *nova era* é imprescindível o estabelecimento de uma relação humanizada, pela qual os vínculos pessoais com cada aluno e o respeito a suas particularidades como sujeito são indispensáveis.

Uma escola amável, em um entorno de comunicação adequado, resulta uma condição para alcançar os objetivos educativos. A boa educação é aquela que valoriza cada estudante, aceitando suas diferenças e entregando-se a elas, convidando-os a fazer parte de um projeto coletivo através do qual se aprende a olhar, a escutar e a expressar-se, com o apoio das novas plataformas (QUIROZ VELASCO, 2012, p. 18).

A autora também salienta que, na atualidade, o aprendizado não ocorre somente nas instituições educacionais, mas também fora delas, o que resulta em um capital de saberes e experiências que pertence a cada aluno. Tais conhecimentos, desencadeados em grande parte por conta das tecnologias digitais, exigem dos docentes posicionamentos diferenciados perante os alunos. Para Quiroz Velasco, os professores necessitam converter suas aulas em espaços de experimentação, fazendo com que os estudantes ocupem lugares de autores ou criadores, “rompendo com o esquema unidirecional, oferecendo espaços de diálogo entre os

próprios alunos, de todos com todos, aceitando sua liberdade de descobrir o mundo de forma mais autônoma” (*Idem, Ibidem*).

Compreende-se que as concepções de Quiroz Velasco (2012) podem ser aplicadas em todos os níveis escolares, como o universitário, mas sem que se desconsidere o contexto de convergência das mídias no ambiente virtual e a presença das tecnologias digitais no cotidiano da sociedade. De acordo com a autora é preciso transitar de um modelo analógico que repousa na transmissão de conhecimentos a outro digital que se organiza e se fundamenta na interatividade. “Trata-se de caminhar de um modelo linear e centralizado para outro, descentralizado e plural, coerente com as alterações que sociedade tem visto a partir do fim do século XX, mas em grande parte pelas exigências comunicacionais e cognitivas dos jovens” (*op. cit.*, p. 25 – *tradução nossa*).

De acordo com a autora, manter o interesse e a atenção da nova geração de jovens é uma tarefa complexa e difícil, sendo que os modelos lineares e argumentativos tradicionais não fazem mais sentido. Ela destaca ainda que esse problema não pode limitar a capacitação de professores para o manejo das novas tecnologias, mas deve impulsioná-los a compreender o sentido da formação dos estudantes como futuros cidadãos autônomos e com capacidade de discernimento e criatividade (*Idem, Ibidem*).

No tocante à formação em Jornalismo, torna-se oportuno salientar as considerações de Cury e Barbosa (2012), que alertam sobre a necessidade de entender, hoje, outro aspecto relevante: o da convergência, que não pode ser vista como um processo destinado a fundir várias mídias numa só. Considera-se que o mesmo vale à formação, que necessita ir além das ações caracterizadas como interdisciplinares, ou seja, apenas baseadas no estabelecimento de proximidade entre áreas que, na prática, sempre estiveram próximas, mas encontram-se circunscritas em seus universos particulares.

Deve-se considerar ainda a *não linearidade* propiciada pelos meios digitais que transformam os receptores em coautores que constroem novos conteúdos à medida que consomem aqueles já produzidos. Na opinião dos autores, a não linearidade e a interatividade obrigam o jornalista da *nova era* a selecionar e a construir notícias levando em conta supostos caminhos traçados pelo indivíduo e o desejo dele de comentar, criticar e indicar os conteúdos para as redes nas quais está conectado à internet.

Observar tais desafios tornou-se uma condição crucial e determinante, tanto para os comunicadores como para os educadores que atuam na área de Jornalismo:

O professor que não conseguir levar seu aluno a uma união entre as novas ferramentas técnicas e as premissas do jornalismo de qualidade (ouvir os dois lados do acontecimento, confirmar fontes, escrever textos claros, descobrir novos desdobramentos do assunto, entre outras) não terá cumprido seu papel na construção do jornalista do futuro próximo (CURY e BARBOSA, 2012, p. 84).

Os desafios, contudo, não param nesse ponto. Outras considerações merecem atenção, uma vez que, na era das tecnologias digitais e da convergência das mídias, a complexidade torna-se evidente e desafiadora.

5.2 Comunicação/Educação: desafios e propostas

As tecnologias que estabelecem e potencializam, no presente, maior convergência à interface Comunicação/Educação, ao contrário de agregar valor os processos educativos e comunicativos, podem trazer entraves que maquiavam resultados entendidos como positivos. Para tanto, torna-se oportuno considerar desafios e propostas que se apresentam perante a essa conformação. Prietto Castillo (2004), ao examinar a urgência em se promover a compreensão das tecnologias, expõe cinco questões relacionadas à Educação.

A primeira é o analfabetismo tecnológico de alunos e de professores em todos os níveis e estabelecimentos de ensino, distanciamento e dificultando a comunicação entre as partes. O segundo entrave é relativo o entendimento de que a tecnologia está associada ao consumo e uso de um produto tecnológico, sem que aja conhecimento pleno de suas diversas possibilidades. A terceira questão aponta para o fato de muitas pessoas não estarem preparadas para localizar, processar e aplicar informações que sejam úteis na solução dos problemas diários. O quarto dilema trata do sistema educacional que, em todos os níveis, não se apropriou das tecnologias anteriores e das oportunidades oferecidas pelas novas tecnologias da informação de melhoria no ensino e na aprendizagem. O último problema diz que o sistema educacional não tem aprimorado a capacidade de professores e alunos de desenvolver tecnologias para a solução das necessidades escolares, tendo em conta o ambiente de cada estabelecimento e as possibilidades de seus membros.

Como caminho para resolução dessa problemática, Prietto Castillo indica a necessidade de estimular um saber globalizante que substitua o saber generalista. Tal condição é nitidamente cabível ao ensino da Comunicação. “Para comunicar por rádio é preciso saber de rádio, para fazê-lo por televisão, o mesmo, e o que não dizer das novas tecnologias de

informação” (*op. cit.*, p. 9 – *tradução nossa*). Observa-se que cada problema apontado pelo autor é passível de verificação quando o assunto for a aplicação, no ambiente escolar, da interface Comunicação/Educação.

Morin (2003, p. 13) também trata dos desafios relacionados à Educação, apontando para a existência de uma “hiperespecialização”, ou seja, uma especialização fechada em si mesma que não permite sua composição com a problemática global ou com o conjunto de objetos do qual essa especialização acredita ser uma parte. Segundo ele, fragmenta-se a visão global e diluí-se aquilo que é essencial. Essa fragmentação dos saberes não está ajustada à realidade e impede a percepção do complexo, das interações entre as partes e entre a parte e o meio e da multidimensionalidade dos problemas, principalmente os essenciais.

O autor ressalta que os problemas particulares só podem ser posicionados e pensados um contexto cada vez mais planetário. Para Morin, os problemas essenciais nunca são parceláveis, e os problemas globais são cada vez mais essenciais. Além disso, todos os problemas particulares só podem ser posicionados e pensados corretamente em seus contextos; e o próprio contexto desses problemas deve ser posicionado, cada vez mais, no contexto planetário (MORIN, 2003, p. 14).

A fragmentação é apontada como um dos mais graves problemas enfrentados na Educação, uma vez que a inteligência esfacela “o complexo do mundo em pedaços separados, fraciona os problemas, unidimensionaliza o multidimensional” (*op. cit.*, p. 14). Outro desafio assinalado é a expansão descontrolada do saber, fato que pode ser compreendido como decorrente em grande parte do acesso aos mais diversos conteúdos disseminados, principalmente pelo fenômeno da convergência e das tecnologias digitais.

A partir da visão do autor, nota-se que a multiplicação das informações se expande de tal forma que foge ao controle humano, sendo que tamanha profusão não permite a absorção de todo os conteúdos disponíveis. “O especialista da disciplina mais restrita não chega sequer a tomar conhecimento das informações concernentes a sua área” (*op. cit.*, p. 15). Morin enfatiza que o ensino se ajusta a esse sistema e reprime o desenvolvimento das aptidões naturais dos indivíduos de notarem o que é global.

Devemos, pois, pensar o problema do ensino, considerando, por um lado, os efeitos cada vez mais graves da compartimentação dos saberes e da incapacidade de articulá-los, uns aos outros; por outro lado, considerando que a aptidão para contextualizar e integrar é uma qualidade fundamental da mente humana, que precisa ser desenvolvida, e não atrofiada (MORIN, p. 16, 2003).

O desafio cultural é apresentado por Morin como o primeiro a ser encarado no sentido de se promover mudanças que sejam significativas à Educação. Para tanto, chama-se atenção para a observância de duas culturas. A primeira, humanística, é considerada como genérica que, “pela via da filosofia, do ensaio, do romance, alimenta a inteligência geral, enfrenta as grandes interrogações humanas, estimula a reflexão sobre o saber e favorece a integração pessoal dos conhecimentos”. A outra cultura é a científica, responsável por desmembrar as áreas do conhecimento e por não suscitar “uma reflexão sobre o destino humano e sobre o futuro da própria ciência” (*op. cit.*, p. 18).

Outro desafio indicado é o sociológico e está relacionado “às características cognitivas das atividades econômicas, técnicas, sociais, políticas, sobretudo com os desenvolvimentos generalizados e múltiplos do sistema neurocerebral artificial, impropriamente denominado informática” (*Ibidem*). O domínio e integração da informação ao conhecimento, a revisitação e revisão permanentes desses conhecimentos e a atribuição do pensamento como capital mais precioso dos indivíduos e da sociedade completam essa incitação.

O terceiro desafio proposto é o cívico, uma vez que a limitação da compreensão de uma percepção global motiva o enfraquecimento do senso de responsabilidade e de solidariedade, uma vez que os indivíduos costumam ser responsáveis apenas por aquilo que lhes cabe e não compreendem sua participação no “elo orgânico com a cidade e seus concidadãos”. Aponta-se, assim, para a existência de um saber “cada vez mais esotérico (acessível somente aos especialistas) e anônimo (quantitativo e formalizado)”, sendo o conhecimento técnico “reservado aos *experts*, cuja competência em um campo restrito é acompanhada de incompetência quando este campo é perturbado por influências externas ou modificado por um novo acontecimento” (*op. cit.*, p. 19).

Morin considera como *o desafio dos desafios* a reforma não programática, mas paradigmática do pensamento. De acordo com ele, através dela seria possível empreender o emprego da inteligência no tocante à resolução dos desafios anteriores, à organização do conhecimento e à ligação das duas culturas que estão dissociadas.

Todas as reformas concebidas até o presente giraram em torno desse *buraco negro* em que se encontra a profunda carência das mentes, de nossa sociedade, de nosso tempo e, em decorrência, de nosso ensino. Elas não perceberam a existência desse buraco negro, porque provêm de um tipo de inteligência que precisa ser reformada (MORIN, p. 20, 2003).

Torna-se oportuno ressaltar que, dentre os desafios apresentados, incitam-se em todos eles a premência da observação de outro alvo da Educação: aprender a viver. Para tanto deve-se promover a diferenciação entre informação, conhecimento e sabedoria. A informação, otimizada pelas tecnologias digitais, torna-se abundante no meio social, fato que não garante sua conversão em conhecimento. Essa transformação “é tarefa do pensamento, que se dá através de uma ação que exige dedicação por parte do sujeito” (CURY, et al., 2012, p. 41).

Alerta-se, porém, para os danos causados pela cultura do *fast*, ou seja, do consumo rápido que dificulta a organização e a compreensão das informações a partir da reflexão. O transmutar das informações em conhecimentos requer a tomada de iniciativas que permitam ao aluno pensar, conectar e contextualizar a diversidade de dados, articulando-os mediante pontos de aproximação e distanciamento. “Conhecimento é informação tratada, significada por operações de pensamento. E esse processo deve se tornar uma prática sistemática e permanente, pois é ele que sustentará a abordagem de problemas complexos” (*Ibidem*).

No que se refere à missão, a Educação requer o fortalecimento das condições que promovam a emergência de uma possível *sociedade-mundo* composta por cidadãos que sejam verdadeiramente protagonistas, conscientes e comprometidos de maneira crítica com a construção da civilização planetária. Nesse sentido, questiona-se o caráter funcional e profissional do ensino, uma vez que o primeiro reduz o docente a um funcionário, enquanto o segundo o torna um mero especialista. “O ensino tem de deixar de ser apenas uma função, uma especialização, uma profissão e voltar a se tornar uma tarefa política por excelência, uma missão de transmissão de estratégias para a vida” (MORIN, 2003, p. 98). Nota-se que nesse quadro são determinadas as condições indispensáveis ao ensino, como o “desejo e prazer de transmitir, amor pelo conhecimento e amor pelos alunos” (*Ibidem*).

Citelli (2010) aponta também desafios a serem enfrentados no tocante ao processo convergente estabelecido na interface Comunicação/Educação. O primeiro deles relaciona-se ao ajuste de projetos na área que contemplem a integração de uma comunicação midiática ao ambiente educativo, indagando se o projeto pressupõe a necessidade de situar as questões comunicacionais em vínculos com a formação dos indivíduos. “Entender o que são os meios e como funcionam – que fins alcançam ou podem alcançar – significa, em nosso entendimento, um desafio fundamental para se verificar as nuances organizativas da vida associada em nosso tempo” (*op. cit.*, p. 76).

Outro aspecto é a compreensão dos envolvidos no processo comunicacional/educativo como sujeitos da história. Para Citelli, os novos modos de ser e estar no mundo acionam um conjunto de preocupações afeitas à interface e que merecem maior estudo, como a relação entre os jovens, a mídia e a escola; a televisão, as crianças e os valores morais; a internet e a leitura; e as redes sociais e as comunidades de conhecimento (*op. cit.*, p. 77). Um terceiro desafio é quanto às políticas de Comunicação e Educação. Para o autor é fundamental reiterar que os meios de comunicação, quando inseridos nas salas de aula, devem vir acompanhados de questionamentos como aqueles que possam revelar o que são, o que fazem e como se estruturam tais mídias. “[...] incluir, no contexto escolar, os estudos e as práticas vinculadas à comunicação implica, também, rever os próprios conceitos que circulam os processos educativos” (*op. cit.*, p. 79).

Uma dimensão que merece ser observada é a compreensão da sala de aula como lugar para aplicação – e existência – de tecnologias. No cotidiano de muitas escolas, esses aparatos, principalmente os computadores e os aparelhos celulares, tornaram-se indispensáveis aos alunos. Citelli salienta, entretanto, que é preciso integrar tais artefatos a projetos pedagógicos consistentes, voltados aos interesses de uma Educação emancipadora e capaz de facultar autonomia de pesquisa. O entendimento de um processo educacional para o futuro surge como mais um ponto de reflexão, sobretudo dos desafios que envolvem os vínculos da Comunicação/Educação ou, como relembra o autor, da Educação para os meios de Comunicação. “Entender como se elabora o compositório entre dispositivos e sentidos por eles e nele construídos é matéria decisiva para que os sujeitos conheçam e se reconheçam no interior de um mundo cifrado pela complexidade do conhecimento” (*op. cit.*, p. 81).

As dimensões discursivas presentes nas linguagens que permeiam todos os processos comunicativos também exigem avaliação aprofundada, uma vez que as tecnologias vigentes, principalmente as digitais, constituem-se como mecanismos discursivos dotados de estratégias de linguagem que tem dinâmicas merecedoras de “reconhecimento sistemático dos processos de ensino-aprendizagem que ocorrem nos espaços educativos formais”.

Citelli (2010) apresenta, como último tópico, a formação docente a partir de uma perspectiva da interface. Esse quesito, segundo ele, merece atentar-se à maneira como os professores estão sendo preparados, “tendo em vista as demandas sociais resultantes da crescente presença das linguagens complexas, videotecnologias e de modos diferenciados de organizar e disponibilizar o conhecimento e a informação” (*op. cit.*, p. 83). O autor chama a

atenção para o fato de que não cabe mais reiterar processos formativos calcados na razão instrumentalista, mas de afirmar a perspectiva continuada da aprendizagem.

5.3 A interface no rádio: o exemplo de Roquette-Pinto

A formação em Radiojornalismo no âmbito da convergência e das tecnologias digitais vê-se defronte a uma condição similar àquela apresentada por Mario Kaplún na obra *Una pedagogia de la comunicacion* (2002). Ao tratar da apropriação do conhecimento, o autor chama a atenção para a necessidade de superação pedagógica do esquema da classe frontal, na qual o educando se vê reduzido um “receptáculo de conhecimento”, em alusão metafórica ao modelo bancário de Paulo Freire (KAPLÚN, 2010, p. 49).

Frente a isso, defende-se o conceito de Celestin Freinet sobre a autoaprendizagem e o aprender a aprender, pelo qual o aluno deve buscar o conhecimento em seu ambiente e por meio das trocas de informação, estimulando a gestão autônoma dos seus conhecimentos. Essa condição não vê o professor como único eixo do processo educativo, mas o coloca como orientador no processo educativo dos alunos. Para que o processo de autoaprendizagem se desencadeie, Kaplún indica que é necessário adotar um sistema de estímulos e de motivação.

O manejo dos meios de comunicação neste processo deve observar determinada cautela. Isso porque o uso de instrumentos com a função limitada de transmissão do conhecimento, sem possibilitar seu repasse ou sua troca, é na concepção de Kaplún *uma máscara* para o velho método educativo. A comunicação deve ser usada como meio que propicie a interação, com o objetivo principal de formar sujeitos autônomos, criativos e críticos, atuantes em suas áreas – hoje e no futuro.

Ao aprender a manusear um meio de comunicação, passando a entender como é produzido, organizado e suas informações manipuladas de forma a impactar o receptor, os alunos passam a acessar a mídia com uma visão crítica e apurada. É preocupação de o educador controlar a influência dos meios de comunicação sobre os receptores através da formação de seu sentido crítico. “Educar é envolver-se em um processo de múltiplas interações, um sistema será tanto mais educativo quanto mais rica for a trama de fluxos comunicacionais disponibilizados aos educandos” (*op. cit.*, p. 58).

Compreende-se que a procura por ações futuras que permitam uma maior adequação da formação em Radiojornalismo à convergência das mídias pode ser inspirada também em atitudes empreendidas no passado por personalidades que, em seu tempo histórico, tornaram o rádio um instrumento eficaz à interface Comunicação/Educação. O maior exemplo brasileiro nesse sentido foi dado por Edgar Roquette-Pinto, que promoveu ações de cunho pedagógico a partir de um meio então diferenciado e surpreendente no início do século passado: o rádio.

Percebe-se que o propósito do educador não foi o de estabelecer uma relação utilitária, voltada a um *comunicar educativo* ou, ainda, a um *educar pela comunicação*, pois comunicar e educar apresentam-se como condições humanas distintas que se entrelaçaram no rádio com o propósito de permitir aos *ouvintes/usuários* a absorção de conhecimentos que, ao após serem aplicados e compartilhados, contribuiriam para a evolução de toda uma coletividade. Roquette-Pinto notou que o rádio foi um eficiente e acessível meio tecnológico que permitia um efetivo compartilhamento de ações comunicativas e educativas.

Vale ressaltar que as iniciativas de Roquette-Pinto, apesar de revelarem proximidade à interface Comunicação/Educação, tiveram seus processos centrados num modelo tradicional e paternalista, pelo qual um indivíduo detém e difunde conhecimentos para outros que se supõe necessitar ou esperar por uma formação. “O rádio era entendido como o novo e grande meio de difusão cultural da modernidade. [...] No entanto, os únicos agentes considerados legítimos e capacitados para transmitir conhecimento aos ouvintes eram aqueles que dominavam a escrita e que faziam a ciência” (GILIOLI, 2009, p. 162). Ainda que contaminado por intenções e propósitos decorrentes de seu contexto e tempo histórico, o rádio de Roquette-Pinto atuou como instrumento comunicacional usado para um fim educativo.

Os ideais educativos presentes nas falas de Roquette-Pinto pressupunham sempre uma contribuição para elevação do nível intelectual e educativo das camadas populares. É certo que suas atuações sempre se basearam nesses pressupostos e talvez ele tenha sido o único brasileiro a realmente perceber toda a potencialidade do rádio, compreendendo suas possibilidades e eficácia como veículo de comunicação, principalmente como integrador dos indivíduos na sociedade (FEDERICO, 1982, p. 46).

As ações próximas à interface não eram intempestivas ou anárquicas, mas obedeciam a um determinado planejamento, mesmo que, em algumas situações, elas ocorressem no imprevisto. É evidente que esse estabelecimento de métodos viabilizava a implantação de processos comunicativos com fins educacionais no rádio. Roquette-Pinto criou, a partir das

ondas radiofônicas, algo próximo a um ecossistema que, pela Comunicação, oferecia um espaço educacional virtual que interferiu de forma positiva na vida daqueles que não encontravam ou dispunham dessa ambiência real na sociedade.

Essa transformação pode ser notada no vasto material disponível no *site* da Fundação Osvaldo Cruz – FIOCRUZ¹⁴⁶, onde é possível encontrar um amplo acervo de documentos relativos à *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro* que foram enviados e recebidos por Roquette-Pinto, como cartas e telegramas de ouvintes, documentos oficiais, atas de reuniões, programações da emissora e anúncios veiculados, entre outros. Grande parte desse material contém o agradecimento de ouvintes que enalteciam o conteúdo presente nos programas. Tamanha manifestação é decorrente do apreço que a audiência mantinha pela emissora, da qual – e de certa forma – se apoderava quando participava por intermédio de críticas, elogios e sugestões remetidas por cartas, ou quando apresentava o retorno dado às ações educativas, como as evidenciadas na *Radioescola Municipal do Rio de Janeiro*.

Em contrapartida, Roquette-Pinto não media esforços em levar a Educação pelo rádio ao maior número possível de pessoas, principalmente aquelas que, nos anos 1920 e 1930, não tinham acesso ao meio por questões econômicas. Prova desse empenho foi o incentivo dado à produção de aparelhos receptores alternativos, como os rádios de galena¹⁴⁷. Como forma de atender à demanda de interessados pelo conteúdo radiofônico, a Rádio Sociedade recebia cartas de ouvintes que davam *feedbacks* sobre diversos assuntos, do conteúdo transmitido às questões sobre como ter acesso às ondas eletromagnéticas. Muitas dessas correspondências eram enviadas por “curiosos” e amadores ávidos por informações técnicas que permitissem a construção de aparelhos de recepção, como os de galena.

¹⁴⁶ O *site* faz parte do projeto “Memória da Rádio Sociedade” que reúne a Casa de Oswaldo Cruz/Fiocruz, a Rádio MEC, a Sociedade dos Amigos da Rádio MEC (Soarmec) e a Academia Brasileira de Ciências (ABC), com apoio do Ministério da Ciência e da Tecnologia, da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj) e da Lei Rouanet. Disponível em: <http://www.fiocruz.br/radiosociedade/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home>. Acesso em: 20 Nov. 2014.

¹⁴⁷ Em 1906 foram feitas as primeiras experiências com os receptores de Galena, cujos elementos principais eram um pequeno fragmento de sulfeto de chumbo natural (o cristal de galena) e um par de auriculares (fones de ouvido). A galena é um cristal que se ligava a uma antena por meio de um arame fino, popularmente chamado de “bigode de gato”. Todo sinal de radiofrequência emitido pelo transmissor era captado pela antena que, por sua vez, retransmitia-o ao cristal ou pedra de galena, bastando para isso uma pequena variação na agulha. (Tavares, 1997, p. 39). O rádio de galena era um aparelho rudimentar que emitia sonoridades de baixa qualidade, mas que atendiam a um público que não possuía condições financeiras para adquirir um receptor industrializado.

Para atender a esse público, uma comissão técnica da emissora foi designada para responder às cartas e esclarecer dúvidas, dando dicas diversas sobre transmissão, receptores, fones, antenas, ruídos dos aparelhos e tipos de baterias, entre diversos outros assuntos. Essas orientações, que contavam com a colaboração de Roquette-Pinto, “variavam entre instruções sobre como montar um aparelho de rádio de galena e as providências necessárias para criar uma estação no Brasil” (ROCHA, 2010, p. 49). As cartas ainda revelavam à rádio a qualidade da recepção dos áudios ou as interferências provocadas por outras emissoras que também iniciavam suas transmissões em outras localidades. A origem dessas correspondências era variada e provinha não somente do Rio de Janeiro, mas também de estados vizinhos até países como Uruguai, Estados Unidos e Chile (*op. cit.*, p. 50).

Compreende-se que há, nas ações de Roquette-Pinto, uma intencionalidade educativa que buscou se efetivar por intermédio de um meio de comunicação. Mesmo que contaminado pelo tempo/espaço no qual estava inserido, o comunicador/educador desejava “trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil” (FEDERICO, 1982, p. 46). No tocante à interface, é admissível entender as ações de Roquette-Pinto como próximas à mediação tecnológica estabelecida pelo rádio em espaços diversos e inusitados, uma vez que a incidência dessa tecnologia estimulou uma nova relação entre os indivíduos e a educação.

Roquette-Pinto, em seus atos, mostrou uma postura que se assemelhava como adequada a um gestor que tinha a intenção de estabelecer políticas de comunicação locais e nacionais que integrassem a Educação e a Comunicação pelo rádio. O interesse de Roquette-Pinto em tornar o rádio o *jornal de quem não sabe ler*, no *mestre de quem não pode ir à escola*, o *divertimento gratuito do pobre*, o *animador de novas esperanças*, o *consolador do enfermo* e o *guia dos sãos, desde que o realizem com espírito altruísta e elevado* (Apud: TAVARES, 1997, p. 8) flertou com as intenções da interface Comunicação/Educação.

Os exemplos do educador/comunicador do passado podem, de forma indubitável, servir à formação em Radiojornalismo que é, na atualidade, oferecida pelas Instituições de Ensino Superior, tanto do Brasil como de outros países. A interface Comunicação/Educação, estabelecida de forma convergente, apresenta-se como possibilidade real de concretização de um processo educacional que partilha diversidade, conhecimento e afeto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O futuro não deixa dúvidas: chegou a hora de rever conceitos e reconfigurar ações. É momento de refletir sobre um presente que está próximo ao passado e que, ao mesmo tempo, flerta com um amanhã repleto de desafios. Os meios de comunicação, imersos num contexto marcado pela vigência das tecnologias digitais e pela convergência das mídias no ambiente virtual buscam seguir adiante para não ocuparem o espaço da obsolescência. Entretanto, a rapidez com que tudo ocorre e a urgência que muitos têm de acompanhar tal ritmo alucinante geram o risco de deixar parte do que foi experimentado pelo caminho. Por isso há necessidade de reflexão e de valoração do que foi vivido no passado, com seus acertos e erros.

Fenômeno da *nova era*, a convergência das mídias vai além do uso dos novos aparatos tecnológicos que, a cada dia, surpreendem pela variedade de funções e de possibilidades de trânsito no mundo virtual criado pela internet. Como indicou Jenkins (2006), a convergência midiática transforma de forma plena a cultura humana, que se vê mais envolvida e dependente do fascínio e das facilidades decorrentes da *Web*. Muitas pessoas, principalmente os jovens, não conseguem mais vislumbrar um mundo onde não existam computadores conectados à internet. Porém, tais pessoas esquecem ou desconhecem que tal mundo existiu e, se há hoje uma realidade diferenciada, ela foi estabelecida por causa de tudo que aconteceu no passado.

Presente em um contexto marcado pelo consumo e o individualismo, a convergência e suas diversas tipificações – midiática, tecnológica, profissional e de conteúdos, dentre outras – transforma os indivíduos em consumidores que estabelecem interações sociais diversas. Não há mais pessoas, mas usuários de um sistema interligado onde é permitido adquirir o que se deseja: de produtos a amizades, de entretenimento ao conhecimento.

A nova era na qual se insere o rádio, ávido em estabelecer sua consolidação no mundo virtual para conquistar esses consumidores aqui chamados de *ouvintes/usuários*, indica que o presente não pode ser atropelado por novas configurações que despontam rapidamente e projetam um futuro promissor, mas também incerto. As emissoras comerciais, atentas às mudanças e à necessidade de obter capital, não perdem tempo em migrar os conteúdos sonoros para a rede mundial de computadores e, na vastidão virtual, outras expressividades comunicacionais são elaboradas, inseridas e combinadas com as sonoridades. Essas ações baseiam-se na experimentação e em modelos que já conseguiram se estabelecer nesse novo ambiente, que é desbravado continuamente.

A preocupação do novo rádio, semelhante à de outras épocas, continua centrada na questão econômica, mas também perpassa pela possibilidade de reconfiguração de formas e de conteúdos consolidados ao longo da história. Isso ocorre porque o foco prioritário do rádio deixou de ser o ouvinte passivo, distante e desconhecido que acompanhava os conteúdos sonoros pelas ondas eletromagnéticas.

O novo rádio busca o *ouvinte/usuário* – ser participante de um processo que não é mais hermético, mas aberto a inúmeras possibilidades. Essa nova audiência precisa ser ainda mais cativada, não apenas pelas ondas que transitam no espaço, mas principalmente pelos *bits* que moldam as sonoridades nas ambiências virtuais. Envolver os mais jovens que estão dispersos e distantes do rádio tradicional revela-se, dentre todas as estratégias, a prioritária para as emissoras atuais.

As rádios comunitárias e educativas, segmentos que também estão imersos nesse novo contexto de virtualidades, buscam uma adequação no mesmo passo das emissoras comerciais, apesar de dependerem de outras circunstâncias e dos fatores que as caracterizam. A *Webradio*, nascida no próprio ciberespaço, também encara a necessidade de reavaliar sua conformação para se firmar definitivamente, seja como meio individual voltado ao interesse particular, seja como forma de expressão coletiva destinada à diversidade dos públicos.

A formação em Radiojornalismo, atingida por essas transmutações que se intensificam por conta da disseminação dos novos aparatos tecnológicos e da convergência midiática no ambiente digital enfrenta, por sua vez, o desafio de capacitar profissionais que, em primeiro lugar, devem prezar pelas premissas do Jornalismo. A operação de *softwares* e o manuseio de artefatos de última geração revelaram-se como importantes a essa intenção. Contudo, estar conectado e dominar as tecnologias digitais não são aptidões que suplantam o ensino.

Não basta apenas operar equipamentos, mas compreender que eles são instrumentos que permitem a ponderação, a crítica e a construção coletiva do conhecimento. As tecnologias digitais, na perspectiva da interface Comunicação/Educação, se apresentam de maneira oposta aos modelos de caráter utilitarista que são disseminados por muitas instituições de ensino que veem, nas tecnologias vigentes, uma forma para a conquista de novos públicos.

O cuidado com a formação proporcionada nas salas de aula e laboratórios vai além das tecnologias, assim como o Jornalismo vai além do Rádio. Esses propósitos, observados no estudo de casos no Brasil e em Portugal, revelaram que a intenção de disciplinas técnicas

como o Radiojornalismo não deve ser o provimento de habilidades instrumentais, mas a capacitação de profissionais aptos a compreender tudo aquilo que os envolve.

Em ambos os casos pesquisados, observou-se precaução no trato dos conteúdos, que foram ministrados em condições distintas e adversas. As ações empreendidas na FCSH/UNL, apesar de terem um menor tempo para efetivação (apenas um semestre), cumpriram os propósitos básicos descritos no plano de ensino apresentado aos alunos. O conteúdo teórico foi integrado às atividades práticas, que excederam a simples realização de exercícios para se apresentarem como oportunidades concretas de reflexão sobre o porquê do uso das técnicas radiojornalísticas e das tecnologias disponíveis.

A disciplina ministrada no DJE da ECA/USP, que dispôs de um tempo mais estendido (três semestres) para a realização das ações teórico/práticas propostas pelo plano de ensino, apresentou um volume de produção maior de trabalhos práticos que foram ampliados pelo uso da internet como meio para potencialização e disseminação dos conteúdos. A reflexão teórica serviu de base para cada atividade, que não se limitou ao uso dos ferramentais tecnológicos.

As estruturas disponíveis para a aplicação dos conteúdos, também diferenciadas em ambos os países, não se expressaram como empecilho às atividades teórico/práticas realizadas mediante orientação docente constante. Em Portugal, a falta de laboratórios para produção de programas radiojornalísticos foi superada por trabalhos que tiveram a intenção de possibilitar, aos estudantes, não somente uma vivência prática, mas um aprendizado reflexivo. Observou-se que os alunos tiveram a chance de aprender a lidar com aparatos não com o propósito operacional, mas como instrumentos que possibilitavam a realização de ações alicerçadas pela teoria exposta em sala. Surgiram, assim, produções jornalísticas de nível técnico e de conteúdos que surpreenderam pela qualidade e evolução.

O caso brasileiro revelou maior conforto quanto à estrutura, mas não demonstrou acomodação por conta disso. A internet foi usada como meio convergente para as sonoridades elaboradas pelos alunos, que também tiveram contato com *softwares* e equipamentos digitais similares aos vigentes no campo profissional. A participação dos universitários foi efetiva, lançando as ações nascidas em sala de aula e nos laboratórios para o patamar da virtualidade, onde outros públicos conferir as produções baseadas na discussão e na prática profissional. O trabalhos não foram relegados ao esquecimento e ganharam projeção planetária.

Tipificações convergentes mostraram-se evidentes, não somente nos planos de ensino analisados, mas também nas iniciativas teórico/práticas empreendidas nos casos pesquisados.

Os trabalhos indicaram, em Portugal, a inserção da convergência tecnológica à formação, enquanto no Brasil a convergência de conteúdos destacou-se nesse processo educacional. A convergência com as mídias não se efetivou, apesar de, nas ações brasileiras, elas terem se aproximado de uma conformação complementar a partir da junção de imagens às sonoridades radiofônicas disponibilizadas no *site* criado na internet para esse fim.

As atividades promovidas pelo *Atelier de Jornalismo Radiofônico*, em Portugal, ou pelas disciplinas *Radiojornalismo* e *Projetos em Rádio*, no Brasil, permitiram compreender que a adequação do processo de formação tornou-se um desafio contínuo para os educadores. Apesar dos esforços empreendidos, a busca pela aderência do ensino à realidade não se expôs como plena, uma vez que não foram empreendidas ações relacionando a convergência das mídias aos conteúdos apresentados.

Em contrapartida, as tipificações convergentes de âmbito tecnológico e de conteúdos identificadas nas ações teórico/práticas possibilitaram uma aproximação parcial ao atual contexto representado pela *nova era*. Observou-se, assim, que a formação oscilou entre o preparo de jornalistas para o ingresso em emissoras de rádio tradicionais e a qualificação de profissionais habilitados para a compreensão de ações radiojornalísticas convergentes no ambiente digital, essencialmente às tecnologias e de conteúdos. Deduz-se tal condição como próxima a de muitas emissoras de rádio que experimentam a transição do meio analógico para o digital sem, contudo, decidirem para qual lado vão definitivamente se acomodar.

As experiências observadas no Brasil e em Portugal revelaram, prioritariamente, condições próximas àquela apresentada por Mario Kaplún (2002), que destacou as mudanças empreendidas pelo educador Célestin Freinet ao sistema educativo no qual seus alunos estavam submetidos no início do século passado. Essas ações, que visaram suprimir o ensino repressivo, mecânico e dissociado da vida cotidiana a partir de soluções que superaram não somente as dificuldades estruturais, mas também conjunturais à época, guardam proximidade com as iniciativas empreendidas no presente.

Nos casos pesquisados, o propósito de educar tendo a comunicação como elemento fundamental nesse processo mostrou-se maior do que as barreiras e as limitações encontradas pelo caminho. Essa intenção também buscou adequar o ensino a nova realidade, apesar dos esforços empreendidos não terem alcançado êxito de maneira integral. Acima de tudo foi possível constatar a busca pela superação de um dos maiores problemas enfrentados atualmente no ambiente escolar – o esquema da classe frontal, na qual o aluno se vê como um

ser passivo e reduzido a um receptáculo de conhecimento – alusão metafórica de Kaplún ao modelo bancário de Paulo Freire (*op. cit.*, p. 49-50).

Práticas do passado, como as de Célestin Freinet, bem como os esforços empreendidos no presente na formação em Radiojornalismo no Brasil e em Portugal, apontam para duas premissas básicas que servem de eixos à proposta formulada por Kaplún. A primeira trata da apropriação do conhecimento que é catalisada quando os estudantes são instituídos e potencializados como emissores, e não como receptores. A segunda entende que educar é envolver-se em um processo constituído por múltiplas interações, sendo que um sistema será tanto mais educativo quanto mais rica for a trama de fluxos comunicacionais colocados à disposição dos estudantes (*op. cit.*, p. 60-61).

Considera-se, assim, a força da construção coletiva dos saberes como uma condição fundamental que deve ser extensiva e priorizada a todas as ações educacionais. Dentre elas está a formação em Radiojornalismo na era da convergência das mídias que, hoje, se depara com um futuro imenso de possibilidades.

REFERÊNCIAS

- ARNHEIM, Rudolf. O diferencial da cegueira: estar além dos limites dos corpos. In: MEDITSCH, Eduardo (org.). *Teorias do rádio: textos e contextos*. Florianópolis: Insular, v. 1, 2005. p. 61-98.
- AVANZA, Marcia F. *Danton Jobim, o mediador de duas culturas: por uma pedagogia do jornalismo*. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo - ECA/USP, 2007.
- BARBOSA FILHO, André. *Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio*. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.
- BARTON, D., e HAMILTON, M. *Local literacies: reading and writing in one community*. Londres e Nova York: Routledge, 1998, p. 299. Resenha de: CARVALHO, C.. Cadernos de Linguagem e Sociedade [Online], Volume 5, Número 0, 2001/2002.
- BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofonico*. Madrid: Cátedra, 1994.
- BARATA, Sandra. *O ensino/formação de jornalistas em Portugal: uma história recente*. Belo Horizonte: Revista Mediação, v. 13, n. 12, jan./jun. de 2011.
- BELTRÃO, Luiz. Estrutura curricular dos cursos de jornalismo no Brasil. In: *O ensino de jornalismo: documentos da 4ª Semana de Estudos de Jornalismo*. São Paulo: ECA/USP, 1972.
- BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica*. São Paulo: Brasiliense. 1985.
- BERNARDO, Cristiane Hengler Corrêa, e LEÃO, Inara Barbosa. *Análise das matrizes curriculares dos cursos de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Brasil: um retrato da realidade nacional*. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, v. 35, n.1, janeiro/junho 2012, p. 253-274.
- BERTOLOTTO, Rodrigo. *Sem energia elétrica, tribo de Paulinho segue Copa pelo rádio de pilha*. Matéria jornalística publicada pelo site UOL em 2 jun. 2014. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/06/23/sem-energia-eletrica-tribo-de-paulinho-segue-copa-pelo-radio-de-pilha.htm>>. Acesso em 25 de Jun. 2014.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1988.

_____. Os gêneros do discurso. In: *Estética da criação verbal*. Tradução de Paulo Bezerra. São Paulo, Martins Fontes, 2003, p. 261-306.

BRAIT, Beth. O processo interacional. In: PRETI, Dino (org.). *Análise de Textos Oraís*. 4. ed. São Paulo: Humanitas, 1999, p. 189-214. Projetos Paralelos – Nurc/SP.

BRECHT, B. Ao pequeno aparelho de rádio. In: *Poemas. 1913-1956*. Trad. Paulo César de Souza. São Paulo: Editora 34, 2000.

_____. *Teorias do rádio (1927-1932)*. Tradução de Regina Carvalho e Valci Zuculoto. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Teorias do rádio: textos e contextos*. Florianópolis: Insular, 2005. p. 35-45.

BOLTER, J. David e GRUSIN, Richard. *Remediation: understanding New Media*. Cambridge, Massachussets: The MIT Press, 1999.

BONIXE, Luis. *As rádios locais em Portugal: uma análise do discurso jornalístico*. Lisboa: Revista Comunicação & Cultura. Universidade Católica Portuguesa. N. 1, 2006. p. 157-169.

_____. *Legalização, concentração e multimédia: Os desafios das rádios locais portuguesas*. Santa Maria: Rádio-leituras. Universidade Federal de Santa Maria. Ano 1, nº 1. Edição Jul/Dez. 2010.

_____. *A informação radiofônica: rotinas de produção e valores-notícia da reprodução da realidade na rádio portuguesa*. Lisboa: Horizonte. Coleção Media e Jornalismo. 2012 A.

_____. *As rádios locais em Portugal – da gênese do movimento à legalização*. Florianópolis: UFSC. Estudos em Jornalismo e Mídia. v. 9, n. 2, Jul/dez. 2012 B.

BUFARAH, Álvaro. O pioneirismo do rádio levado à Internet brasileira. In: HAUSSEN, Dóris Fagundes, e CUNHA, Mágda. *Rádio brasileiro: episódios e personagens*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

CÁDIMA, Francisco R. *Desafios dos Novos Media*. Lisboa: Editorial Notícias. 1999.

_____. *A Google, o sistema de media e a agregação de informação*. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo. v. 36, n.1, jan/jun. 2013.

CANCLINI, Néstor G. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2000.

CAMPOS, Aline. Internet. In: MARCONDES FILHO, Ciro (org.). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.

CANAVILHAS, João Manuel Messias. *O ensino do jornalismo em Portugal*. Communication and Arts Department, University of Beira Interior, Portugal. Revista Estudos em Comunicação, n. 6, 2009, 2009. p. 55-67.

CASCAIS, Fernando. *Ensino do Jornalismo em Portugal. História de um fracasso dos jornalistas*. Lisboa: CIMJ. Revista Media & Jornalismo n.13, 2008.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2003.

CATANI, Afrânio M., LIMA, Licínio C., AZEVEDO, Mario L. N. *O processo de Bolonha, a avaliação da educação superior e algumas considerações sobre a Universidade Nova*. Campinas; Sorocaba: Revista Avaliação, v. 13, n. 1, mar. 2008. p. 7-36.

CHAGAS, Genira. *Rádiodifusão no Brasil: poder, política, prestígio e influência*. São Paulo: Atlas, 2012.

CETRANS - Centro de Educação Transdisciplinar (org.). *Educação e Transdisciplinaridade I, II e III*. São Paulo: TRIOM/UNESCO, 2002.

CITELLI, Adilson O. *Comunicação e educação: convergências educacionais*. Revista Comunicação, mídia e consumo. São Paulo: ESPM. v. 7, n. 19, 2010. p. 67-85.

_____. *Palavras, meios de comunicação e educação*. São Paulo: Cortez, 2006.

COELHO, Pedro M. R. S. *A formação acadêmica para o jornalismo do século XXI: Sobre questões de prática e técnica - Jornalismo e mercado - os novos desafios colocados à formação*. Tese de Doutorado apresentada à Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa – FCSH/UNL, Portugal. 2013.

CORDEIRO, Paula. *A rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução*. Covilhã: Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação – LabCom/BOCC. 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf>>. Acesso em: 01 de mai. 2014.

_____. *Rádios temáticas: perfil da informação radiofônica em Portugal*. O caso da TSF. Covilhã: Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação – LabCom/BOCC. 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-o-caso-tsf.pdf>>.

_____. *Estratégias de programação na rádio em Portugal*. Tese de doutorado apresentada à faculdade de Ciências sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa – FCSH/UNL, Portugal. 2007.

COSTELLA, Antonio. *Comunicação – do grito ao satélite*. São Paulo: Mantiqueira. 1985.

CRAIDE, Sabrina. *Rádio está presente em 88% das residências e número de emissoras dobra em 10 anos*. Matéria jornalística publicada pela Agência Brasil, por intermédio da EBC – Empresa Brasileira de Comunicação. 2013. Disponível em: <<http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2013-02-13/radio-esta-presente-em-88-das-residencias-e-numero-de-emissoras-dobra-em-10-anos>> Acesso em 06 de set. 2014.

CORAZZA, Helena. O lugar da religião no rádio. In: PIOVESAN, Angelo; BARBOSA FILHO, André; e BENETON, Rosana. *Rádio, sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004.

CUNHA, Antonio G. *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa*. São Paulo: Lexikon Editorial. 4ª Ed.. 2013.

CURY, Lucilene, et. al. *Revisitando Morin: os novos desafios para os educadores*. São Paulo: Paulinas. Revista Comunicação & Educação. Ano 17, n. 1, jan/jun. 2012, p. 39-47.

CURY, Lucilene ; BARBOSA, Alexandre. Em pauta: o jornalismo do futuro. In: CURY, Lucilene (Org.). *Tecnologias digitais nas interfaces da Comunicação/Educação: desafios e perspectivas*. Curitiba: Editora CRV, 2012.

DEL BIANCO, Nélia R.; e ESCH, Carlos E. *Condições de Adaptação do Rádio Brasileiro à Tecnologia de Difusão Digital*. Caxias do Sul: Revista Conexão, UCS, v. 9, n. 18, jul./dez. 2010.

DEL BIANCO, Nélia R. *Remediação do radiojornalismo na era da informação*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-remediacao-radiojornalismo-era-da-informacao.pdf>>. Acesso em: 10 de ago. 2014.

DEL BIANCO, Nélia R. O futuro do rádio no cenário da convergência frente às incertezas quanto aos modelos de transmissão digital. In: FERRARETTO, Luiz A. e KLÖCKNER, Luciano. *E o rádio? novos horizontes midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

_____. *Radiojornalismo em Mutação na Era Digital*. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, Porto Alegre, 2004. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17663/1/R0278-1.pdf>>. Acesso em: 10 de ago. 2014.

DETONI, Marcia. Rádios comunitárias: revolução no ar. In: PIOVESAN, Angelo; BARBOSA FILHO, André; e BENETON, Rosana. *Rádio, sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004.

DINES, Alberto. *O papel do jornal*. São Paulo: Summus, 7. ed. 2001.

FÁVERO, Maria de Lourdes A. *Anísio Teixeira e a Universidade do Distrito Federal*. Maringá: Revista Brasileira de História da Educação. N. 17, maio/ago. 2008.

FEDERICO, Maria Elvira B. *História da Comunicação – rádio e TV no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1982.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas. *Pesquisa traça perfil do jornalista e do jornalismo brasileiro*. 2012. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=3585>>. Acesso em: 10 de jun. 2013.

FERRARI, Polillyana. *Jornalismo Digital*. São Paulo: Contexto, 2004.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. *Rádio*. Enciclopédia Intercom de Comunicação – v. 1. São Paulo: Intercom, 2010.

FERRARETTO, Luiz Artur. *No ar rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Doravante, 2000.

_____. Radiojornalismo no Brasil: do noticiário à convergência, alguns fragmentos históricos. In: MOREIRA, Sonia Virgínia. *70 anos de Radiojornalismo no Brasil*. Rio de Janeiro. Ed. UFRJ, 2011.

FIDLER, Roger. *Mediamorphosis: understanding new media*. California: Pine Forge Press, 1997.

FÓRUM. *Diretrizes curriculares nacionais - curso de graduação de jornalismo - parte 1*. Depoimentos de José Marques de Melo e Eduardo Medidtsch. 1h41'45". 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=uUBUL5cTNT0>>. Acesso em: 28 Nov. 2014.

GALVÃO JÚNIOR, Lourival C.; LONGHI, Raquel R.. *A Rádio Renascença, de Portugal, e sua reconfiguração no jornalismo online*. Juiz de Fora: Lumina (UFJF. Online), v. 8, p. 1-13, 2014. Disponível em: <<http://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/330>>. Acesso em: 20 Set. 2014.

GALVÃO JÚNIOR, Lourival C. *Rádio e sensorium: o estabelecimento de uma nova ordem perceptiva*. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, v. 10, 2013.

GILIOLI, R. S. P. *Educação e cultura no rádio brasileiro: concepções de radioescola em Roquette-Pinto*. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo – FEUSP, 2008.

GROUP, Infotendencias. Media Convergence. In: SIAPERA, Eugenia; VEGLIS, Andreas (orgs.). *The Handbook of Global Online Journalism*. Malden: Wiley-Blackwell, p.p. 21-38, 2012.

HERREROS, Mariano C. *La radio em La convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa, 2001.

_____. *La radio em internet*. Buenos Aires: La Crujía. 2008.

_____. *O rádio no contexto da comunicação multiplataforma*. Revista Radio Leituras. Tradução de Debora Cristina Lopez. Ouro Preto: Conjor/Ufop. ano 2, n. 2, Jul./Dez. 2011. Disponível em: <<http://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/3-cebrian-herreros-pt.pdf>>. Acesso em: 03 Set. 2014.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2006.

IBGE. *IBGE divulga as estimativas populacionais dos municípios em 2014*. 2014. Disponível em: <<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&idnoticia=2704&busca=1&t=ibge-divulga-estimativas-populacionais-municipios-2014>> . Acesso em 01 de set. 2014.

IBOPE MEDIA. *Consumo da internet pelos jovens brasileiros cresce 50% em dez anos, aponta IBOPE Media*. 2014. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Consumo-da-internet-pelos-jovens-brasileiros-cresce-50-em-dez-anos-aponta-IBOPE-Media.aspx>> Acesso em: 20 de ago. 2014.

INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION. *Measuring the Information Society*. 2014. Disponível em: <<http://www.itu.int/en/Pages/default.aspx>>. Acesso em: 10 de mai. 2014.

KAPLÚN, Mario. *Una pedagogía de la comunicación: el comunicador popular*. La Habana: Editorial Caminos, 2002.

KENSKI, Vani Moreira. *Do ensinamento interativo às comunidades de aprendizagem, em direção a uma nova sociabilidade na Educação*. Revista Acesso, FDE, dez. 2001, p. 49-65.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio social: uma proposta de categorização das modalidades radiofônicas. In: DEL BIANCO, Nélia R. (org.). *O Rádio Brasileiro na Era da Convergência*. São Paulo: Intercom, 2012.

KOSHIYAMA, Alice M.. *O ensino de jornalismo: considerações sobre a experiência da abertura curricular da ECA/USP*. São Paulo: V Congresso Nacional de Historia da Mídia. 2007. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/5o-encontro-2007-1/O%20ensino%20de%20jornalismo%20consideracoes%20sobre%20a%20experiencia%20da%20abertura%20curricular%20da.pdf>>. Acesso em: 03 Nov. 2014.

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: 34 ed., 1996.

_____. *Inteligência coletiva*. São Paulo: Loyola, 2007.

LIMA, Zita de Andrade. *Princípios e técnica de Radiojornalismo*. Brasília: Inciform, 1970.

LOPEZ, Debora C. *Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Covilhã: Livros LabCom, 2010.

MACIEL, Suely. *A interatividade no diálogo de viva-voz na comunicação radiofônica*. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo - ECA/USP, 2009.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2000.

MCLUHAN, Marshall. *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 3. ed., 1971.

MALULY, Luciano V. Barros. *O ensino do Radiojornalismo: experiências luso-brasileiras*. São Paulo: ECA/USP, 2013.

MALULY, Luciano V. Barros; MACIEL, Suely. *O Ensino do Rádio no Brasil: sobre a superação de modelos*. In: 8º Congresso SOPCOM. BRAGA: SOPCOM, v. 1. 2013.

MAGNONI, Antonio Francisco, CARVALHO, Juliano Maurício de. *Polifonia pedagógica: reflexões sobre o ensino de Radiojornalismo na era digital*. Campinas: ETD - Educação Temática Digital, v.8, n. 2, jun. 2007. p. 176-191.

MARQUES DE MELO, José. *Contribuições para uma pedagogia da Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1974.

_____. *Costa Rego: o primeiro catedrático de jornalismo do Brasil*. São Paulo: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, Intercom, v. 23, n. 1, 2000.

_____. *História do pensamento comunicacional*. São Paulo: Summus, 2003.

_____. O ensino de Comunicação: os desafios da sociedade contemporânea. In: MATTOS, S. (org.). *Comunicação plural [online]*. Salvador: EDUFBA, 2007. <Disponível em: books.scielo.org/id/387/pdf/mattos-9788523208943-03.pdf>. Acesso em: 10 Nov. 2014.

MEDEIROS, Macello. *Transmissão sonora digital: modelos radiofônicos e não radiofônicos na comunicação contemporânea*. Ciberlegenda - Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, n. 21, 2009.

MESQUISTA, Mário; PONTE, Cristina. *Situação do ensino e da formação profissional na área do jornalismo. Estudo elaborado para a Representação da Comissão Europeia em Portugal*. Covilhã: Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação – LabCom/BOCC. 1997. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=mesquita-mario-ponte-cristina-Cursos-Com1.html#1.1>. Acesso em: 07 de jun. 2014.

MESQUISTA, Mário. *A Educação para o Jornalismo - uma perspectiva sobre Portugal*. São Paulo: Intercom, vol. 17, nº 2, 1994, p.82.

MEDITSCH, Eduardo. *Rádio e pânico: Guerra dos Mundos 60 anos depois*. Insular: Florianópolis, 1998.

_____. *Crescer para os lados ou crescer para cima: o dilema histórico do campo acadêmico do jornalismo*. XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 1999, Rio de Janeiro. São Paulo/Rio: Intercom/JGF, 1999.

_____. *O rádio na era da informação*. Florianópolis: Insular. 2. ed., 2007.

_____. *O ensino do radiojornalismo em tempos de internet*. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Campo Grande/MS, UFMS, 2001. Disponível em: <www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/.../NP6MEDITSCH.pdf>. Acesso em: 05 Jun. 2013.

MENDES, Renato. *Os Jornalistas e a Primeira Licenciatura em Comunicação Social em Portugal - 1979*. Lisboa: Escritório Editora, 2012.

MENESES, João Paulo. *Estudos sobre a rádio: passado, presente e futuro*. Porto: Legis, 2012.

MÍDIA DADOS. *Catálogo Mídia Dados Brasil*. São Paulo: Ipis, 2014.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. *Indicadores do setor de comunicações - 2014*. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/DSCOM/view/Principal.php>>. Acesso em 06 de set. 2014.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. *Resolução nº 1, de 27 de setembro de 2013 que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências*. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/educacao/novas_diretrizes_curriculares_jornalismo.pdf>. Acesso em: 05 Ago. 2014.

MORAES JÚNIOR, Enio. *O ensino do interesse público na formação de jornalistas: elementos para a construção de uma pedagogia*. São Paulo. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação apresentada ao Programa de Pós-graduação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP, 2011.

MOREIRA, Sonia Virgínia. *Ouvi no repórter – significado e permanência de um noticiário de rádio*. In: *70 anos de Radiojornalismo no Brasil*. Rio de Janeiro. Ed. UFRJ, 2011.

MORENO, Plácido. *Reinventando el periódico: una estrategia para la supervivencia de la prensa diaria*. Madrid: Euroeditions, 2009.

MORIN, Edgar. *A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento*. São Paulo: Bertrand Brasil, 2003.

_____. *Ciência com consciência*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. Tradução de Maria D. Alexandre e Maria Alice Sampaio Dória. Ed. revista e modificada pelo autor. 8. ed, 2005.

MOURA, Claudia Peixoto de. *O curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares*. Porto Alegre: Ed. PUC/RS, 2002.

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida Digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NEPOMUCENO, Luíza de Arruda. *Elementos de acústica física e psicoacústica*. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 1994.

NIELSEN IBOPE. *Número de pessoas com acesso a internet no Brasil supera 120 milhões*. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/nielsen-pressroom/2014/Numero-de-pessoas-com-acesso-a-internet-no-Brasil-supera-120-milhoes.html>>. Acesso em 20 de ago. 2014.

OLIVEIRA, Aline M. *Interação comunitária: o cidadão em sintonia radiofônica*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de

Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Unesp, 2013.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A Informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 2. ed, 1985.

_____. *Radiojornalismo no Brasil: dez estudos regionais*. São Paulo: Com-Arte. 1986.

_____. *Rádio: interatividade entre rosas e espinhos*. Revista Novos Olhares: São Paulo, Eca/USP. Ano 1, no 2, 2o semestre de 1998, pp. 13-30.

_____. *Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história*. São Paulo: Revista USP, n. 56, Dez/Fev 2002-2003. p. 66-85. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/56/10-gisela.pdf>>. Acesso em: 10 Jan. 2013.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. *Rádio comunitária e liberdade de expressão no Brasil*. Quito: Editorial Quipus – Ciespal. Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación, v. 109, p. 39-43, 2010.

PRATA, Nair; LOPEZ, Debora Cristina; e CAMPELO, Wanir. *Panorama do rádio religioso no Brasil*. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Foz do Iguaçu, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0548-1.pdf>>. Acesso em: 10 Out. 2014.

_____; CASTELHANO, Glória. *Ditadura, censura e o rádio: uma história de semelhanças entre Brasil e Portugal*. IV Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2006, São Luís. IV Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2006.

PRATA, Nair. *Webradio: novos gêneros, novas formas de interação*. Florianópolis: Insular, 2009.

_____. (org.). *Panorama do rádio no Brasil*. Florianópolis: Insular. Vol. I, 2011.

_____. *Panorama da webradio no Brasil*. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Manaus, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0095-1.pdf>>. Acesso em: 10 Out. 2014.

PRADO, Emílio. *Estrutura da informação radiofônica*. São Paulo: Summus, 1989.

PRENSKY, Marc. *Digital Natives, Digital Immigrants*. MCB University Press, 2001.

PRIETO CASTILLO, Daniel. *La comunicación en la educación*. Buenos Aires: Editorial Stella. 2 ed., 2004.

PRIMO, Alex. *O aspecto relacional das interações na Web 2.0*. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, Brasília, 2006. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/1264/000548498.pdf?sequence=1>>.

Acesso em: 15 Nov. 2014.

PIMENTEL, Fábio Prado. *O Rádio Educativo no Brasil, uma visão histórica*. Rio de Janeiro: Soarmec Editora. 1999.

PINHO, José Benedito. *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on line*, São Paulo: Summus, 2003.

PINTO, Manuel. O ensino e a formação na área do jornalismo em Portugal – notas sobre uma crise de crescimento. In: GARCIA, Xosé López e SOUSA, Jorge Pedro. *A investigación do ensino do xornalismo no espazo luso-galego*. Actas do I Congresso Luso-Galego de Estudos Xornalísticos. Out. 2002. Santiago de Compostela. Conselho da Cultura Galega, Sección de Comunicación, 2004. p. 23-42

PINTO, Mário. *Breve excursão em torno da candente questão do ensino do jornalismo: de antanho à hodiernidade*. Revista da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2009.

PIOVESAN, Angelo. Rádio Educativo: avaliando as experiências das décadas 60/70. In: KUNSCH, Margarida. K. (org.). *Comunicação e Educação: caminhos cruzados*. São Paulo: Loyola, 1986. pp. 53-61.

_____. Rádio e Educação: uma integração prazerosa. In: PIOVESAN, Angelo; BARBOSA FILHO, André; e BENETON, Rosana. *Rádio, sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004.

POOL, Ithiel de Sola. *Technologies of Freedom*. Cambridge, MA: Belknap Press, 1983.

QUIROZ VELASCO, María Teresa. Tecnologías digitales: para La educación y La comunicación. In: CURY, Lucilene (Org.). *Tecnologias digitais nas interfaces da Comunicação/Educação: desafios e perspectivas*. Curitiba: Editora CRV. 2012. pp. 17-28.

ROCHA, Mariana V. *A Rádio Sociedade e a Educação para Roquette-Pinto*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, 2010.

SANTOS, Suzy. Convergência. In: MARCONDES FILHO, Ciro (org.). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.

SALAVERRIA, Ramón. *Periodismo Integrado: convergência de médios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Editora Sol90, 2008.

_____. Estructura de la convergencia. In: LOPEZ, Xosé e PEREIRA, Xosé (Orgs.) *Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servicio Ed. de la Universidad de Santiago de Compostela,. 2010. p. 27-40

SAMPAIO, Walter. *Jornalismo audiovisual: teoria e prática do jornalismo no rádio, TV e cinema*. Petrópolis: Vozes, 1971.

SCOLARI, Carlos A. *A construção de mundos possíveis se tornou um processo coletivo*. São Paulo: *MATRIZES* (Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo - Entrevista dada a Maria Cristina Mungiolli) n. 2, jan./jun. 2011, pp. 127-136.

SECOM, Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. *Pesquisa brasileira de mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: SECOM, 2014.

SEREJO, Fernando. *Rádio: do Marcelismo aos nossos dias (1968-1990)*. Lisboa: Revista Observatório da Comunicação, n. 4, 2001, p. 65-95.

SOBREIRA, Rosa Maria. *O Ensino do Jornalismo e a Profissionalização dos Jornalistas em Portugal (1933-1974)*. Lisboa: CIMJ. Revista Media & Jornalismo, 2003. p. 67-87.

SOUSA, Jorge Pedro; ROCHA, Paula Melani. *Rumos do jornalismo da Sociedade Digital: Brasil e Portugal*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008.

SOUSA, Jorge Pedro. *Desafios do ensino universitário do jornalismo ao nível da graduação no início do século XXI*. Covilhã: Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação – LabCom/BOCC. 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-desafios-do-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 20 de set. 2013.

_____. *Uma história do jornalismo em Portugal até ao 25 de Abril de 1974*. Covilhã: Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação – LabCom/BOCC. 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-do-jornalismo-1974.pdf>>. Acesso em: 05 de out. 2013.

_____. *A discussão sobre a introdução do ensino superior do jornalismo em Portugal: das primeiras menções ao primeiro curso de graduação*. Covilhã: Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação – LabCom/BOCC. 2009. Disponível em:

<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-a-discussao-sobre-a-introducao-do-ensino-superior-do-jornalismo-em-portugal.pdf>>. Acesso em: 12 de nov. 2013.

TAVARES, Reynaldo C.. *Histórias que o rádio não contou: do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no Mundo*. São Paulo: Negócio Editora, 1997.

TEIXEIRA, Patrícia O. *A teorização do jornalismo nas páginas de Jornalismo, publicação do Sindicato Nacional dos Jornalistas (1967-1971)*. Itajaí: Revista Vozes & Diálogos. v. 10, n.1, set./dez. 2011.

_____. *O ensino do Jornalismo em Portugal – uma história e análise dos planos curriculares*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação apresentada à Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal, 2010.

VIGIL, José Ignacio López. *Manual urgente para radialistas apaixonados*. São Paulo: Paulinas, 2003.

ZUCULOTO, V. R. M.. *A história do Rádio Público no Brasil: um resgate pela linha do tempo*. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom 2011, 2011, Recife. Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2011A.

_____. Raízes e transformações no modelo de notícias para o rádio. In: MOREIRA, Sônia Virgínia. (Org.). *70 anos de radiojornalismo no Brasil, 1941-2011*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011B, v. , p. 43-58.

_____. *No ar: a história da notícia de rádio no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2012.