

Resenha

**Mutações da cultura midiática radiofônica:
a nova práxis na produção de conteúdos digitais**
(PINHEIRO, Elton Bruno Barbosa. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2012)

Fernanda PAIVA¹

Mutações da cultura midiática radiofônica: a nova práxis na produção de conteúdos digitais é o resultado da pesquisa sobre as novas nuances de produção em rádio realizada por Elton Bruno Barbosa Pinheiro em seu mestrado em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba, com orientação da Professora Doutora Olga Tavares – que assina o prefácio da obra.

Na introdução, o autor busca “sintonizar” o leitor ao objeto de sua pesquisa (que, de forma resumida, é a reconfiguração do *fazer rádio*) e as demais propostas de seu estudo, que vão desde entender os atuais contornos da convergência midiática – e de que forma ela revitaliza o rádio – até uma reflexão sobre o pano de fundo e história deste meio. Ainda nesta parte, Pinheiro aponta que seu objeto de estudo é um fenômeno “inacabado” e passa por constantes mutações – motivos pelos quais suas conclusões são apresentadas “em pleno andamento”.

“No ar: considerações sobre a mutação tecnológica, midiática e cultural do rádio brasileiro” é o primeiro capítulo do estudo, no qual Pinheiro procura fazer um apanhado da história das transmissões radiofônicas. O autor busca muito mais do que trazer uma linha do tempo de fatos e datas: antes, se propõe a entender o processo de construção de o que hoje entendemos como rádio, já o inserindo no contexto da reconfiguração midiática – reconfiguração esta que é responsável pela mutação da práxis de produção, transmissão e recepção das ondas sonoras.

Esta parte inicial resgata os primeiros momentos da transmissão radiofônica analógica até a emergência do digital, trazendo os aspectos históricos do rádio a fim de nortear o leitor para os capítulos seguintes e refletindo sobre sua consolidação no Brasil.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGC/UFPB. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas (Gmid/UFPB). E-mail: fernandadvp@gmail.com

Pinheiro conclui afirmando que embora a cultura radiofônica tenha sido reinventada ao longo do tempo, manteve os “vínculos sonoros” – que são, nas palavras do autor, “a essência” deste meio.

A seguir, o autor apresenta os diálogos entre o rádio como meio tradicional e a Internet como novo paradigma cultural e comunicacional. Neste segundo capítulo, intitulado “Rádio e Internet: paradigmas para a digitalização”, é abordada a relevante questão da Internet como suporte (quando há apenas uma transmissão digital do conteúdo) ou como mídia (a partir do uso de uma linguagem própria do digital e apresentando novas características pós-massivas) e apresentada uma diferenciação entre rádios *off-line*, *online* e web rádio.

Ainda nesta parte, Pinheiro analisa as características da *web* – hipertextualidade, customização, armazenamento, convergência e interatividade –, apontando caminhos de como o rádio pode ter um melhor aproveitamento destas potencialidades neste processo de mutação e reconfiguração em que a Internet se apresenta como novo paradigma.

No terceiro capítulo, “O rádio digital em detalhes”, o autor apresenta um histórico técnico do processo de digitalização do rádio que culminou no DMB – *Digital Media Broadcasting*. Para isso, toma como partida a definição de Lévy sobre digitalização, que consiste na simplificação de áudios, textos e imagens a partir de um sistema binário. Pinheiro apresenta os prós e contras das duas principais tecnologias de rádio digital – a norte-americana IBOC e a DRM europeia – e, em seguida, faz uma análise da viabilidade de ambas no contexto radiofônico brasileiro.

Em seguida, Pinheiro traz proposições de novas políticas públicas que incentivem a transição do formato analógico para o digital e, ainda nesta parte, faz uma reflexão sobre o som digital na “cultura do ouvir” (MENEZES, 2008).² É necessária, segundo o autor, uma manutenção dos *vínculos sonoros* no rádio em reconfiguração, ainda que em plena era de supremacia da imagem no cenário da convergência.

Voltando o olhar à práxis radiofônica, cerne de seu objeto de estudo, o autor reflete sobre o ouvinte digital e as demandas desse público, alertando o leitor sobre a emergência de produzir uma “multiprogramação” que atenda aos vários suportes e plataformas da era digital.

² MENEZES, José Eugenio de O. Cultura do ouvir: os vínculos sonoros na contemporaneidade. Revista Líbero. Ano XI. n.º. 21. Jun. 2008.

No capítulo seguinte, “O Rádio e o Horizonte da Convergência Digital”, o autor traz uma reflexão sobre essa temática com base nos estudos de Jenkins (2008)³. Segundo ele, a convergência é um processo de constantes mutações que, para o rádio, se deu já no início dos anos 90 a partir da popularização dos celulares e da Internet. O autor demonstra que o rádio tem, graças às suas características próprias de interatividade e imediatismo, grande potencial de convergência.

Ainda neste quarto capítulo, Pinheiro trata das consequências da convergência no âmbito do rádio digital, com base nos estudos de LaRose e Straubhaar (2004)⁴. O autor propõe que nessa nova práxis radiofônica os radialistas e produtores considerem o ouvinte, que passa a ser produtor, como parte fundamental deste processo.

Dando continuidade à reflexão sobre convergência, Pinheiro traz cinco preceitos de Fidler (1997) sobre a transição do analógico para a convergência digital, buscando entender como este novo paradigma altera, de forma prática, o fazer radiofônico. O autor encerra este capítulo constatando que “a convergência necessita ser refletida a partir de uma perspectiva que contemple as suas etapas de produção, transmissão e consumo da informação” (p. 149), reforçando que, no caso do rádio digital, a principal mudança deve acontecer na produção de “conteúdos diferenciados”.

No capítulo que conclui a obra, “A nova práxis da produção de conteúdos radiofônicos digitais”, o autor traz a questão da convergência ao seu objeto de estudo: o fazer radiofônico que, para ele, é agora desempenhado por produtores e usuários-ouvintes. Pinheiro toma como norte as quatro Leis da Mídia propostas por McLuhan (1969) a fim de lançar os questionamentos que são respondidos nesta parte final de seu trabalho: o que é intensificado, substituído, resgatado e reconfigurado no rádio digital?

Trazendo a discussão sobre gêneros radiofônicos na era digital, o autor reforça o que já abordou em um momento anterior de seu trabalho: o novo rádio, como produto de um processo de mutação no tocante à convergência, deve ser “multimidiático, hipertextual, customizador/personalizável, armazenador de memória/banco de dados e interativo” (p. 173), embora deva preservar os vínculos sonoros, tidos como sua característica primordial.

³ JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

⁴ STRAUBAHAAR, Joseph e LAROSE, Robert. **Comunicação, mídia e tecnologia**. São Paulo: Thomson, 2004.

A seguir, chama a atenção do leitor para as reconfigurações práticas nas rotinas produtivas do fazer radiofônico, a partir da apresentação de cinco novos formatos radiofônicos digitais: o clipe, a charge eletrônica, o *podcast*, o áudio *slideshow* e a infografia multimídia. Antes de partir para o detalhamento destes formatos, Pinheiro reforça que a mensagem sonora deve continuar sendo o foco principal do rádio digital, uma vez que não necessariamente o ouvinte queira aprofundar-se na mensagem a partir de outros formatos disponíveis.

Para o autor, o clipe – importa especificar que se trata aqui de um formato de áudio – resolve o problema do não armazenamento da mensagem radiofônica tradicional, uma vez que a narrativa em clipe poderá ser arquivada pelo usuário-ouvinte. A charge eletrônica, por sua vez, embora se assemelhe ao clipe, distingue-se pelo caráter opinativo e factual e deve fazer uso de efeitos e recursos sonoros que criem a ambiência necessária ao formato.

O *podcast* ou *audiocast* é apresentado como uma alternativa de hipersegmentação sob demanda; como um formato que amplia as ofertas de conteúdo de uma emissora de rádio. O áudio *slideshow* é trazido como uma espécie de aprofundamento da notícia radiofônica, em um formato que se assemelha à reportagem.

Por fim, a infografia multimídia é trazida como o grande desafio à nova práxis radiofônica, uma vez que abre caminhos para a utilização de imagens no rádio digital. Contudo, o autor lembra, de forma apropriada, que o rádio é por essência uma mídia audiovisual: a partir da emissão de ondas sonoras, permite que o imaginário do ouvinte crie, por si mesmo e de forma subjetiva, as imagens. Embora possam ter natureza narrativa ou instrutiva, Pinheiro sugere que é na notícia que a infografia multimídia pode ser mais bem aproveitada no contexto do rádio digital.

Concluindo o último capítulo, o autor defende que estes novos formatos agregarão valor ao rádio digital, desde que nessa nova práxis estejam em sintonia todos os atores que fazem a cultura midiática radiofônica: produtores e usuários-ouvintes. Afinal, para ele, será esta “ação em sintonia desses atores midiáticos será capaz de agregar valor ao rádio digital a partir do que sempre foi o diferencial nesse meio de produção simbólica: o conteúdo” (p. 230).

A obra em questão alcança o feito de, em se tratando do fazer radiofônico, aproximar a pesquisa acadêmica à vivência do mercado, dos estúdios de rádio, das

emissoras AM e FM. Através de propostas práticas de novos formatos consoantes ao paradigma digital de convergência, Elton Bruno Pinheiro traz uma contribuição relevante não somente para pesquisadores deste fenômeno em andamento e constante mutação, mas todos os comunicadores deste novo rádio. A pesquisa abre perspectivas de compreensão destes novos tempos para os produtores que, entendendo a necessidade de desenvolver capacidades multimidiáticas, buscam novos caminhos para produção de conteúdo e interatividade visando o usuário-ouvinte.