

REGES SCHWAAB

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (BRASIL)

NOTAS SOBRE A MÍDIA SONORA NO HORIZONTE DE CONVERGÊNCIA

O presente texto reúne breves ideias e apontamentos que surgem no encontro de questões próprias da atual ambiência de produção, circulação e consumo da mídia sonora. A costura, tentativa, traz como pano de fundo mais geral desafios da prática acadêmica, no ensino, pesquisa e extensão, quando somos cotidianamente instigados a incentivar e observar a experimentação, refletindo sobre ela para poder avançar no campo. O fator positivo é que as entidades científicas e grupos organizados em torno do rádio e da mídia sonora, no Brasil e em Portugal, têm sido diligentes na tarefa de ler e projetar cenários. Nos eventos da área, diversos trabalhos vêm sendo apresentados na busca por algumas luzes sobre o momento do rádio e da produção em áudio. Para dar conta do proposto pelas diretrizes desta publicação, o recorte aqui apresentado escolhe alguns elementos como condutores: a convergência, a convivência dos formatos e o olhar para possibilidades, via narrativa e ampliação dos polos emissores. A sequência de notas não é conclusiva. Antes, segue na esteira de que a conversa está aberta.

Delimitar uma digitalização total dos dispositivos de fazer e ouvir/acessar conteúdos informativos ainda é impossível. O processo em andamento, entretanto, é irreversível e seu tensionamento é primordial para uma ampliação do enfoque informativo de interesse público, pautado pela pluralidade de conteúdos e diversidade de vozes, de forma a promover o desenvolvimento social. Aspectos de linguagem, de maior criatividade nos modos e formatos narrativos, além da efetiva interatividade no processo comunicativo precisam ser considerados como baliza. A convergência, expressão de grande apelo, não deve ser compreendida apenas como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Ela também define transformações mercadológicas, culturais

e sociais, além de depender “da participação ativa dos consumidores” (Jenkins, 2009, p. 27). Trata-se de um fator que deverá ser incorporado como parte de rotinas ampliadas de produção do jornalista, por exemplo, levando em conta fluxos múltiplos que o digital e a Web sugerem. A clássica afirmação de que o jornalismo é a arte de contar histórias pode receber outros tons se pensarmos em “como” contar histórias nos cenários contemporâneos, marcados pela digitalização. Além disso, como contar histórias junto com outras vozes, dada a tendência crescente de liberação dos polos emissores, na lógica da rede mundial de computadores? Esse é um fator inerente ao desenvolvimento da Web 2.0 e das múltiplas ferramentas de produção e disponibilização de conteúdo, que tornam obrigatório rediscutir o papel dos espaços tradicionais, do lugar do rádio e a sua convivência com novas rotinas e formatos móveis, inclusive com outras temporalidades. Os formatos atualizados de consumo, produção e circulação de informação emergem reconfigurando a paisagem comunicacional (Lemos, 2009). Sujeitos, tempo e narradores híbridos assumem os microfones em busca pela amplificação das falas. Mas, mesmo na aceleração da comunicação, a essência da mídia sonora reverbera. E com força.

Ao atentar para os atuais fenômenos, nomes primordiais da teoria do rádio nos alcançam indicações para o pensar. Um exemplo é o recente resgate dos trabalhos sobre rádio de Walter Benjamin (2014), que dirigiu gestos muito interessados em relação ao *link* entre conhecimento especializado, conhecimento popular e os atravessamentos dos dispositivos técnicos de comunicação nesse diálogo. Na década de 1930, quando se localiza parte considerável dos seus escritos sobre o rádio, o novo meio de comunicação foi trabalhado de forma depreciativa algumas vezes. A desesperança, que rondou também parte de seus apontamentos sobre a narrativa tradicional, apareceu nos textos. O rádio, no entanto, permitiu campo de trabalho ao alemão e os potenciais do meio acabaram por ser vistos de forma ampla por ele, em especial nas sugestões sobre o radioteatro, a produção para o público infantil e os caminhos mais alargados para o campo da cultura. Em suas conversas com Bertold Brecht e Ernst Schoen ficaram marcadas as implicações políticas que cercariam o rádio, como a liberdade e a propriedade dos usos, o acesso e o domínio da transmissão. Em síntese, Benjamin reconheceria o potencial do meio sonoro para a inovação formal e técnica, em sintonia com um certo viés de democratização, tal foi traduzido, anos mais tarde, em nossa área, esse ideal.

Em texto originalmente publicado em 1932, Benjamin (2014)¹ demarca a mudança trazida pelo rádio em aspectos da comunicação como linguagem e formato. Mais revolucionário seria, afirmou, com relação à popularidade. Na data da publicação, inexistiam meios propriamente populares ou que correspondessem à finalidade de educação popular, como imaginava o teórico alemão. Tais traços foram presentes em muitos momentos do desenvolvimento do rádio, inclusive em seu nascimento no Brasil. E essa popularidade, tal formulada no pensamento de Benjamin, como um tipo “muito mais abrangente, mas também intenso”, parece retornar hoje na profusão de possibilidades que a digitalização pode abarcar, abrindo um novo momento de projeção da mídia sonora. Do mesmo modo, o eco do que propôs, em 1932, Bertold Brecht (2005), na possibilidade de o rádio “dizer tudo a todos”, pode ser ressignificada diante das necessárias transformações que o contexto de convergência e comunicação multiplataforma apresentam. Se para Brecht o rádio deveria fazer de seus ouvintes “fornecedores” de informações, numa comunicação voltada para o interesse público, aproximando a todos dos acontecimentos reais, como ignorar hoje esse convite e recolocar seu apelo como perspectiva de reflexão na lógica em rede? O que sempre lemos na tradução da palavra inglesa *broadcasting*, o “semear aos quatro ventos”, soma atualmente ondas, satélites e toda gama de canais que a Internet permitiu disseminar, rompendo qualquer barreira física e reinstalando um ininterrupto campo de possíveis, mesmo que ainda não em sua plenitude, mas em processo.

Na perspectiva de uma grande esfera de conversação social, o conteúdo informativo pode passar a ser entendido e pensado justamente na potencialidade geradora de debate que instala, em tempo real ou posterior: as narrativas tendem a se complexificar, pensando um cenário ideal, podendo realimentar a própria prática de forma mais efetiva, se bem trabalhadas, como já constava no ideal dos teóricos do rádio na década de 1930. Se a sociedade contemporânea é a sociedade da onipresença midiática e a mídia é nosso cotidiano, como elemento central da experiência de mundo, há aí uma inter-relação constitutiva de tudo que envolve a comunicação (Silverstone, 1999). No narrar cotidiano, os cidadãos estão sempre procurando maneiras de se fixar no espaço e no tempo, e, sobretudo, de se fixar em inter-relações, “[...] conectando e separando, compartilhando e negando”

¹ Trata-se do texto “Two kinds of popularity: fundamental principles for a radio play”, já traduzido no Brasil anteriormente: Benjamin, W. (1986). Dois tipos de popularidade – observações básicas sobre uma radiopeça. In W. Bolle (Ed.), *Documentos de cultura, documentos de barbárie: escritos escolhidos*. São Paulo: Cultrix; Editora da USP.

(Silverstone, 1999, p.31). Tal presença é o contorno a partir do qual a produção da informação precisa ser tensionada. Se há uma insistência que pode soar como utópica por um lado, por outro está colocada aí a força para que se possa reinventar a leitura acadêmica, efetivando a crítica aos efeitos de homogeneização dos sentidos, em prol de novos regimes de vozes, constantemente aperfeiçoados, exatamente como requer a temporalidade complexa do momento e aquilo que o rádio e seus desdobramentos proporcionam.

Ao propor o termo “cultura da convergência”, Jenkins (2009) sublinha a convivência de mídias tradicionais e atuais, considerando, porém, uma forte relação que acabou por colocar em marcha uma revolução do conhecimento, em especial pela primordial potência conversacional e a força política que pode advir das interações *online*. É o que lembra a reflexão de Lemos (2009), ao debater uma nova esfera pública em construção:

A potência sociocultural da conversação está em marcha. Experiências que revelam a ancoragem nos espaços de lugar, o testemunho de acontecimentos importantes ou banais, as trocas para reforço comunitário e para gestão do tempo e do espaço (mais fluidos e múltiplos) no cotidiano, assim como novas formas artísticas, vão crescer nos próximos anos. Trata-se de práticas que enfatizam o espaço de lugar, que servem como reforço comunitário, onde imagens, vídeos e sistemas de localização tornam-se formas de comunicação, de contato com o outro, de conversação. (Lemos, 2009, pp. 13-14)

Santaella também desafia a pensar as transformações que hoje estão acontecendo com as redes e a interatividade, que minam

os fatores de centralização, sincronização e padronização característicos dos meios de massa, ao promover maior diversidade e liberdade de escolha [...]. Cada um pode tornar-se produtor, criador, compositor, montador, apresentador, difusor de seus próprios produtos. Com isso, uma sociedade de distribuição piramidal começou a sofrer a concorrência de uma sociedade reticular de integração em tempo real. (Santaella, 2003, p. 82)

Assim, com atenção aos fenômenos em curso, questões como suporte, formato, linguagem se entrelaçam e desafiam o modo de tecer as narrativas neste tempo que se abre, tempo no qual a conexão vem ampliando a variedade de dispositivos e exigindo reconfigurações dos lugares e das práticas comunicativas. Conforme reflexão de Pase (2008), a partir

de Jenkins (2009), a tendência é a formação de um público com intensa potencialidade de participação. Historicamente, diz ele, um público ativo e com maior qualificação da expressão já pode ser identificado, apesar da velocidade menor de compreensão das instâncias midiáticas tradicionais, ainda presas a seus movimentos anteriores. O ritmo de convergência das mídias, todavia, tornou inevitável enfrentar a incorporação das novidades e promover um uso renovado dos recursos: os canais precisam estar abertos.

Jornalisticamente falando, além da convergência, uma série de características (Kawamoto, 2003) passa a ter *status* de elementos típicos na ambiência informativa, afetando a produção em rádio e mídias sonoras: a hipertextualidade, a não-linearidade, o multimídia e a personalização. Além disso, na ideia de uma ampliação do enfoque informativo de interesse público, pautado pela pluralidade de conteúdos e diversidade de fontes, ressurge sublinhado em sua importância, como forma de maneira a promover a cidadania. Ligados estão aspectos de linguagem, de maior criatividade nos modos e formatos, além da efetiva interatividade no processo comunicativo (Becker & Teixeira, 2008). Com Lopez (2009, p. 60), também fica claro que convergência nas redações jornalísticas, por exemplo, será discutida não como um processo dirigido pela tecnologia, mas como um processo que usa a inovação tecnológica para atingir objetivos específicos em configurações singulares, cabendo refletir sobre seus resultados e sem jamais ignorar os movimentos da audiência.

Novamente, portanto, pensar as práticas em comunicação, no curso da digitalização e nos cenários da cultura da convergência (Jenkins, 2009), reitera a necessidade de manter como central a vontade de uso das tecnologias de forma a produzir avanços sociais via informação. Em momento de profundas transformações, rupturas e buscas por efetivar o cenário de oportunidades, o rádio e a Web formam uma equação que sugere adição e criação, consideradas as novidades e as perspectivas de desestabilização do funcionamento tradicional das mídias (Becker, 2009), exigindo a reflexão e a crítica das práticas como elemento central do processo de formação, de maneira que as perspectivas possam ser exploradas efetivamente no fazer tentativo como eixo primordial da produção midiática. Hoje somos instigados a debater a referência consolidada pelo radiojornalismo tradicional como elemento que permeia uma fase de transição pela qual passamos, mas não a domina. As futuras formatações, demandadas e permitidas pela convergência digital, devem vir de um entremeio, ou seja, de um jogo entre as características que dão sentido à prática já consolidada, ao mesmo tempo em que as possibilidades abertas pelo avanço da Web pedem a absorção

e/ou trabalho com variáveis não consideradas até algum tempo atrás. A era da convergência acelera a partilha de audiências e experiências de mediação da informação entre meios hegemônicos, tal como conhecemos o rádiojornalismo de referência no Brasil, e novas experiências no *online*, que integram texto, áudio e imagens. Cabe ressaltar, entretanto, que o áudio será sempre o ponto de partida no que precisamos refletir. É o uso do som que demarca o específico do rádio e das produções que dele derivaram.

A questão de o “áudio” aparecer como potência no contexto da convergência leva em conta as modificações nos modos de consumo da informação e as alterações nas temporalidades de acesso aos conteúdos, não esquecendo, inclusive, da possível transformação dos produtos jornalísticos radiofônicos em conteúdos cada vez mais segmentados, dirigidos a públicos específicos e em outra lógica de consumo, seja no instante real, seja em outro espectro temporal, nos mais diferentes dispositivos de recepção. As potencialidades do conteúdo *online* como espaço de atuação, em especial pelo *on demand* e pelo *podcast*, por exemplo, abrem novas frentes de narração do cotidiano e de produção especializada. O áudio sob demanda (*on demand*) e o *podcast* (Assis, 2011; Prata, 2012) trazem em si um rompimento muito particular com os fluxos temporais de programação, permitindo serem consumidos em um momento escolhido pelo usuário. O segundo, que se configura em um arquivo em áudio disponibilizado na Web para escuta, geralmente em formato MP3, pode igualmente nominar episódios ou materiais em função da maneira pela qual é distribuído, ou seja, de forma seriada, acessado via Web ou por meio de dispositivos móveis como *players*, celulares e *tablets*. Assim, a temporalidade é uma questão desafiadora na medida em que a escuta de um conteúdo não mais se esgota no instante seguinte ao da sua veiculação tradicional, nem pode ser necessariamente prevista. Ela poderá ocorrer muito desvinculada da emissão, inclusive.

Como conclui Moreira (2014), o rádio, por muito tempo restrito aos aparelhos receptores, é hoje experimentado de variados modos, sendo ouvido via plataformas móveis e tendo o aparelho celular como o dispositivo mais comum de acesso ao seu conteúdo. Para a pesquisadora, é possível prever que se dará crescente importância aos formatos de áudio com acesso multiplicado, seja nos espaços convencionalmente constituídos, nos usos comunitários da radiodifusão, no intenso fenômeno da webradio (ver, por exemplo, o estudo de Nair Prata sobre *Webradio: novos gêneros, novas formas de interação*) ou nas demais formas digitais de disponibilização e audiência, fruto da aplicação criativa dos recursos oferecidos pela Internet,

onde também se localiza o *podcast*, recém referido. Sobre ele, especificamente, cabem também as reflexões de Viana (2014) e as ponderações de Herschman e Kischinhevsky (2008), de que muitas vezes novos formatos podem permanecer presos a velhas fórmulas de dizer e fazer. O investimento na narrativa, desse modo, é um grande desafio. Mesmo assim, as experiências criativas, como marca do antigo rádio, também aparecem aqui.

A mídia sonora se reveste de intensa potencialidade mais uma vez para o exercício de fluência e trama dialógica das diferentes vozes do tecido social (Medina, 2008), incorporando elementos que ultrapassam os polos emissores tradicionais, elevando sua potencialidade “geradora”, na ótica da participação e interação que a rede ampliou, em muitos aspectos, mas que sempre marcou o fazer rádio desde seus primórdios. Assim, se o fio condutor da reflexão sobre mídia sonora recair na perspectiva da convergência tecnológica e dos formatos digitais, as possibilidades e desafios da narrativa em áudio, no seio da cultura da convergência, podem ser tomadas por três eixos: (1) *convergências* – os encontros de linguagens e formatos que estão sendo materializados, considerando o áudio como premissa, o rádio como um ponto de partida e o universo *online* como espaço potencial de novas práticas; (2) *olhar sobre as práticas* – a percepção sobre o processo por parte dos jornalistas e do público diante das exigências do novo fazer; e, como consequência, (3) *reflexos na formação* – como as novas demandas podem ser pensadas no âmbito da formação para produção em rádio, em radiojornalismo ou em áudio *online*.

De momento, pensando com Morin (1996), a verdadeira convergência deve ser entendida pelos potenciais das informações colocadas sob diversas linguagens, não sendo meramente replicadas, mas servindo de base para criação de um produto derivado, porém diferente em algum aspecto do original. Colocado no seio da relação que passa a acontecer entre rádio e Web, poderíamos pensar, a partir da sua colocação, que um novo modelo deverá surgir: “O problema não está em que cada um perca a sua competência. Está em que a desenvolva o suficiente para articular com outras competências que, ligadas em cadeia, formam o anel completo e dinâmico, o anel do conhecimento do conhecimento” (Morin, 1996, p. 33). Desta forma, não estaríamos partindo do pressuposto de que um meio deve obrigatoriamente substituir ou superar o outro, mas de pensar os usos comunicativos e as potencialidades de produção, circulação e participação para e com o público em direções positivas e propositivas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Assis, P. (2001). *O imaginário do áudio e o podcast: re-imaginando o potencial da produção e distribuição de áudio na internet*. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Linguagens. Universidade Tuiutí do Paraná, Porto Alegre, Brasil.
- Becker, B. (2009). Do mito da imagem ao diálogo televisual: repensando o ensino e a pesquisa em telejornalismo. In A. Vizeu; F. Porcello & I. Coutinho (Eds.), *40 anos de telejornalismo em rede nacional* (pp. 81-104). Florianópolis: Insular
- Becker, B. & Teixeira, J. (2009). Narrativas jornalísticas audiovisuais: um estudo dos efeitos da convergência no JN e no UOL. *Galáxia*, 18, 232-246.
- Herschmann, M. & Kischinhevsky, M. (2008). A geração podcasting e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. *Revista Famecos*, 37, 101-106.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Kawamoto, K. (Ed.) (2003). *Digital journalism: emerging media and changing horizons of journalism*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Lemos, A. (2009). Nova esfera Conversacional. In D. Künsch et al. (orgs.). *Esfera pública, redes e jornalismo* (pp. 9-30). Rio de Janeiro: E-Papers, 2009.
- Lopez, D. C. (2009). *Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil.
- Medina, C. (2008). *Ciência e jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos*. São Paulo: Summus.
- Mello Vianna, G. (2014). Vozes do Vale: uma tentativa de amplificar as vozes dos jovens do Vale do Jequitinhonha. *Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Foz do Iguaçu: Unicentro.
- Moreira, S. V. (2014). Rádio. In A. Citelli; C. Berger; M. A. Baccega; M. I. Lopes, & V. França (Eds.), *Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores* (pp. 289-293). São Paulo: Contexto.
- Morin, E. (1996). *O problema epistemológico da complexidade*. Lisboa: Europa-América.
- Pase, A. F. (2008). *Vídeo online, alternativa para as mudanças da TV na cultura digital*. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.

Prata, N. (2012). *Webradio: novos gêneros, novas formas de interação*. Florianópolis: Insular.

Santaella, L. (2003). *Cultura das Mídias*. São Paulo: Experimento.

Silverstone, R. (1999). *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Edições Loyola.