



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

O cenário radiofônico matinal teresinense em uma sociedade em vias de mediatização

The teresinense morning radio scenario in a society in the process of mediatization

Antônio Francisco Fontes Silva

Palavras-chave: Circulação; Discursos; Mediatização; Rádio; Radiojornalismo.

Os inúmeros entrecruzamentos coexistentes entre mídia e sociedade têm produzido, hoje, transições importantes nos modos de atuação e envolvimento de atores sociais, individuais e/ou coletivos na contemporaneidade, sejam estas provenientes das práticas diárias, e nas relações em sociedade. O aspecto de ambientação, marcada, entre outros, pela virtualização dos processos sociais e por meio da processualidade de dispositivos, em especial a partir da chegada da Internet, dispuseram uma ampliação da veiculação/circulação da matéria significativa produzidas em uma sociedade em vias de mediatização.

Conseqüentemente, compreende-se que os processos produtivos no rádio matinal se tornaram, em proposição, mais complexos. Com as peculiaridades de ordem social, – neste caso específico, detido ao trabalho e aos modos de atuação no radiojornalismo –, e aos discursivos, vinculados aos enunciados, gradativamente afetaram e foram afetados, suscitando em múltiplas situações epistemológicas substanciais. Destarte, o processo de mediatização causa impactos sobre o radiojornalismo, nota-se uma nova lógica na cadeia produtiva.

As elucidações sobre as concepções sobre os entendimentos acerca da mediatização se justificam pela necessidade iminente de desvelar as dinâmicas decorrentes das incursões/imersões de aparatos e tecnologias midiáticas, ajuizadas e



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

envoltas nas práticas e nas relações sociais, nos processos midiáticos, assim como na sociedade contemporânea – nesta proposta analisada pela dinâmica produtiva dos programas matinais de Teresina, capital do estado do Piauí.

Desta forma, este trabalho se insere nas discussões teóricas que envolvem as transformações do rádio no ambiente e nas produções radiojornalísticas a partir do processo de uma sociedade em vias de mediação, em que são reformulados e reorganizados os espaços de produção e circulação de enunciados. A partir da fundamentação teórica de autores como Fausto Neto (2006, 2008, 2017), Verón (2004, 2013, 2014) e Hjarvard (2012, 2015) sobre a mediação, evidencia-se os modos de funcionamento dos discursos sociais (midiáticos) instaurados na sociedade. Deste modo, o trabalho apoia-se sob o *corpus* dos programas matinais do rádio de Teresina, Acorda Piauí (Rádio Cidade Verde 105,3), Jornal da Clube (FM Clube Teresina 99,1), Jornal da Teresina I Edição (Teresina FM 91,9) e Notícias da Boa (Rádio Jornal Meio Norte 90,3).

Portanto, a proposta deste artigo se encontra segmentado em três partes principais. Primeiramente, objetiva-se situar os principais entendimentos do processo de mediação. Em seguida, a apresentação de algumas das implicações dos processos da mediação nas práticas e relações entre os atores sociais individuais e coletivos. Posteriormente, a intenção é abordar algumas das mudanças suscitadas pela mediação junto aos programas matinais teresinenses. Por fim, nas considerações finais, deve-se retomar as principais questões apresentadas.

Cada vez mais no cenário social, indivíduos e, sobretudo, as organizações/instituições se valem de mídias virtuais para emissão de opiniões, relacionamento e na realização de publicidade, assim como de produtos e serviços. Estes, entre outros fatores, estabelecem o ambiente midiático virtual num espaço cada vez mais relevante na vida dos sujeitos e fator determinante para consolidação das demandas e anseios sociais.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Nesse sentido, as emissoras/programas de rádio teresinenses também têm se adaptado a tal realidade na busca de satisfazer as necessidades do público para atrair e fidelizar o ouvinte a partir de vínculos¹. Logo, esta proposta de estudo colabora com as exposições, distinções e análises da mediação, pelas investigações científicas em curso e a qual se encontra em processualidade social, pois assim como assinala Fausto Neto (2006) a “[...]cultura da mediação, tenta operar à margem de suas lógicas ou de aspectos de sua processualidade”.

Nota-se nesta esfera o surgimento de novas formas de produção/circulação do radiojornalismo, pelo qual o ouvinte ajuda continuamente a construir e reconstruir aquilo que é difundido pelos programas. No ambiente virtual, os discursos dos matutinos convergem com as estratégias de atuação de cada rádio. Isto demanda refletir que no ciberespaço ocorre uma efetiva e ampla soma de múltiplas vozes, reverberadas para além das ondas hertzianas que permitem a relação aos protocolos de transmissão e de interconexão à Internet. Quanto a tais aspectos Meditsch (2001) assinala:

[...]o rádio assim definido – um meio de comunicação que transmite informação sonora, invisível, em tempo real – 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 (MEDITSCH, 2001, p.4).

A opção por um *corpus* que favoreça a noção da processualidade das premissas do contrato de leitura das referidas emissoras de rádio em publicações no contexto de um espaço de mediação é de que estes observáveis sejam capazes de produzir reflexões e descrições do funcionamento do contrato.

Para fins de identificação e descrição das estratégias dos vínculos, neste trabalho, é tomado o *banner* do perfil das emissoras no *Facebook* como superfície de

¹ Compreendido à luz desta proposta a partir dos estudos de Verón (2004) sobre o contrato de leitura



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

análise – por ele ser uma região topográfica que sintetiza intencionalidades. Os *banners* remontam um espaço que funciona como primeiro contato entre as emissoras e a público neste espaço virtual. Nas imagens, são analisados operadores de identificação, a citar as configurações que estabelecem a cada uma das emissoras estabelecerem a imagem de si.

Nesse contexto, é pertinente apreender e esclarecer que as relações entre os espaços sociais e sujeitos neles inseridos são mutáveis e que o radiojornalismo é considerado uma prática específica pertencente a um campo mais amplo, o midiático. Os avanços das tecnologias do presente estimulam alterações significativas que projetam o surgimento de uma dinâmica de possibilidades orientadas ao intercâmbio informativo e à produção de (re)conhecimento, “[...]que se apresentam por meio de marcas que sinalizam para uma estratégia de dificuldades em enfrentar e mesmo em permanecer na processualidade desse complexo funcionamento da midiatização” (FAUSTO NETO, 2006, p.148).

Avaliando que o rádio ganhou impulso com a popularização na Internet, é pertinente pensar que o veículo também se vale desta plataforma para ter um contato completamente diferente com o público e promover a programação de uma forma mais dinâmica. Se antes a captação do sinal acontecia apenas por ondas sonoras² e a interação do público se dava por cartas e/ou telefonemas, este cenário hoje é outro.

Cada vez mais emissoras de rádio e os programas vinculados as mesmas possuem diversas plataformas de comunicação na internet como forma de interagir com o público para alavancar audiência e manter em evidência sua programação. “Estes

² Gravações de conteúdo de áudio por meio de dispositivos eletrônicos, a exemplo de gravadores e celulares. São utilizadas por repórteres para a criação de material radiofônico. Também utilizadas como recursos nos radiojornalísticos, dão às personagens que têm opiniões relevantes sobre determinados assuntos.



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

conteúdos nos ajudam a estabelecer sentimentos de pertença e a marcar diferenças frente ao ‘Outro’” (KISCHINHEVSKY, 2009, p.226).

Os estudos sobre mediatização apontam que os aparatos tecnológicos midiáticos, atualmente, possuem um papel importante na intercessão simbólica de determinadas relações, ou seja, configuram-se em um elemento indissociável e cultural de determinadas relações sociais. Tais aspectos contribuem para compreender que consequentemente os dispositivos tecnológicos deixam de ser ajuizados apenas pelo âmbito funcionalista – isto quer dizer, pela função como equipamento e tornam-se fluxos, os quais articulam infinitos significados e sentidos que sistematicamente configuram-se em uma interseção entre tecnologia, estratégia e indivíduo.

Quando surgem novos mecanismos e dispositivos tecnológicos de informação e comunicação ou alternativas diferenciadas de utilizá-los, verifica-se amplas movimentações configuram para reestruturar o espaço social, pautando-se pelas rotinas sociais e consequentemente reajustando a cultura vigente em uma sociedade em vias de mediatização.

Pode-se, portanto, compreender que a mediatização estimula uma espécie de processo de “adequação” em que as tecnologias midiáticas, a mídia e os atores sociais individuais e coletivos acabam por envolver-se mutuamente, de modo não-linear, diluindo as fronteiras surgidas pelos processos de mediatização.

É neste contexto que surge, durante esta pesquisa, um conjunto de questões quanto aos aspectos da circulação, compreendida aqui para além de um mero ponto de passagem linear. Este cenário constitui uma descontinuidade entre as lógicas de



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

produção e estabelece um processo de conexões e amplitude de sentidos³. Como o ouvinte atualmente também está inscrito como um usuário da vida digital, o exponencial crescimento e propagação de plataformas multimídia lhe proporcionaram subsídios para uma comunicação para além da ambiência radiofônica. Deste modo, “se as continuidades restam evidentes, uma novidade emerge do estudo das interações entre ouvintes deste novo rádio expandido [...]” (KISCHINHEVSKY, 2012, p.431). Para o autor, a convergência digital é uma fase de multiplicidade da oferta. Assim, se por um lado os movimentos se configuram aparentemente como contraditórios, em contrapartida fazem parte de processo de reordenamento e transição rumo a suportes digitais.

Portanto, o conceito de “o rádio expandido”, descrito pelo autor em sua obra auxilia a pensar os aspectos da mediação, pois destaca a ampliação da convergência e atuação midiática, em função da qual o “rádio foi forçado a se reinventar mais uma vez e, surpreendentemente, mostrou maior capacidade de reação do que outros meios de comunicação” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 13).

Verón (2014) destaca que “a mediação é, linguisticamente falando, um substantivo que dá nome a um processo, as entidades consideradas como sujeitas a tal processo são, na maioria dos casos, as sociedades em si ou subsistemas particulares delas” (VERÓN, 2014, p.14). Deste modo, o autor entende a mediação com uma característica universal de todas as sociedades humanas, pois a mesma em uma variedade de contextos históricos tem, portanto, tomado diferentes formas.

Assim como outras concepções da mediação como (re)criações de ideias do conceito, a importância está em reconhecer as relações da mediação como mediadoras de

³ De acordo com Verón (2004) seriam o engendramento de feixes de relações discursivas produzidas no âmbito da circulação, estabelecido pela produção e recepção.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

todas as formas da sociedade. Portanto, Hjarvard (2015) aponta que a questão não é apontar o sentido dos meios para as mediações e nem das mediações aos meios, mas sim perceber a complexa teia de múltiplas mediações, de modo que o termo midiatização denota a importância intensa e transformadora da mídia na cultura e na sociedade.

Por midiatização da cultura e da sociedade, nos referimos aos processos por meio dos quais cultura e sociedade tornam-se cada vez mais dependentes das mídias e seus *modus operandi*, ou lógica da mídia. Tais processos mostram uma dualidade, na qual os vários formatos de mídia tornam-se integrados às práticas cotidianas de outras instituições sociais e esferas culturais, e ao mesmo tempo adquirem o status de uma instituição semi-independente em si mesmos (HJARVARD, 2015, p.53).

As concepções dos autores citados anteriormente apontam para a midiatização como processos que comportam uma dimensão cognitiva, pois sustentam as representações sociais da realidade social e natural. Por conseguinte, destacam uma dimensão prescritiva, pois estabelecem indicativos com os quais os indivíduos e as coletividades se apropriam e são apropriados.

Referências bibliográficas

FAUSTO NETO, A. **Jornalismo, mediações e redes: a circulação como objeto emergente**. João Pessoa, Brasil. Revista Latino-americana de Jornalismo. Ano. 4 Vol. 4 N.2. Jul./Dez., p. 42-56, 2017

_____. Fragmentos de uma analítica da midiatização. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008.

_____. **O discurso político entre recusas e controles das estratégias enunciativas midiáticas**: observações sobre a midiatização da campanha eleitoral de 2006. São Paulo, Brasil Galáxia, núm. 11, jun. p. 143-165, 2006.



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

HJARVARD, S. **Mediatization: conceptualizing cultural and social change**. São Paulo. Revista Matrizes, v. 8, n 5, p. 53-91, 2012

_____. **Da Mediação à Mediatização**: a institucionalização das novas mídias. Revista Parágrafo, v. 2, n. 3, p. 51-62, 2015.

KISCHINHEVSKY, M. Cultura da portabilidade: Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. **Observatorio (OBS*)**, Lisboa, v. 3, n. 1, p. 223-238, 2009.

_____. Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal Radio Tube. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 9, n. 1, p. 136-149, 2012.

_____. **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPES, P.F.C. **Negociando sentidos, articulando lugares**: o modelo semiológico-discursivo nas teorias da comunicação e do jornalismo. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2004.

MEDITSCH, E. **O ensino do radiojornalismo em tempos de internet**. Campo Grande/MS. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2001.

VERON, E. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo (RS): Unisinos, 2004

_____. **La semiosis social, 2**: ideas, momentos, interpretantes. 1. ed. Buenos Aires: Paidós, 2013.

_____. **Mediatization theory**: a semio-anthropological perspective and some of its consequences. São Paulo. Revista Matrizes, v. 8, n 1, p. 13-19, 2014,