

## A RELEVÂNCIA DO RÁDIO NOS DIAS ATUAIS ENTRE AS NOVAS GERAÇÕES

KAREN COSTA KRÜGER<sup>1</sup>; RICARDO FIEGENBAUM<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas (UFPel)* – [kckruger@outlook.com](mailto:kckruger@outlook.com)

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas (UFPel)* – [ricardozifi@gmail.com](mailto:ricardozifi@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo entender quais mudanças o rádio, como veículo, precisará adotar ou está adotando para se adaptar aos novos tempos. Em uma época de *streamings*, redes sociais e todo tipo de tecnologia, parece que o rádio sai perdendo mais uma vez – coisa que não é novidade para um meio que precisou se reinventar algumas vezes durante sua história para não perder espaço para as novidades tecnológicas, como a televisão e a internet.

Como uma maneira de tentar entender o que é o rádio do século XXI, buscaremos compreender se as novas formas de transmissão de áudio, como os *podcasts*, podem ser considerados a evolução do meio. Para isso, iremos conceituar alguns pontos chaves como rádio, *podcasts* e *streamings*. A fim de entender melhor esse momento, abordaremos a Cultura da Convergência (JENKINS, 2009), Convergência Midiática (DEL BIANCO, 2012) e o Rádio Expandido (KISCHINHEVSKY, 2009).

A fim de entender as tendências de consumo, vamos analisar os novos ouvintes (ou ouvintes em potencial), através de um ou mais grupos focais. Conversaremos com adolescentes, de 14 a 18 anos, sobre os conteúdos transmitidos pelas emissoras de rádio e sobre o que eles pensam sobre o veículo em si com o objetivo de entender qual o melhor cenário para o veículo se inserir.

Sendo assim, será possível pensar o rádio como um meio de comunicação do século XXI, atualizado com as devidas exigências de um público que nasceu na Era da Internet. Se necessário, os profissionais e pesquisadores da área poderão se apoiar nos resultados desta monografia para realizar atualizações na grade de programação das emissoras e embasar novas pesquisas.

Alguns estudos foram elaborados com essa mesma premissa. É o caso do estudo realizado pelo professor da Universitat Autònoma de Barcelona, Juan José Perona Perez. Perez aborda em seu trabalho intitulado "A Rádio no contexto da sonosfera digital: perspectivas sobre um novo cenário de recepção sonora" a convergência midiática e o fator individualidade: agora é o ouvinte que decide o

que quer ouvir – o que transformou o consumo de, principalmente, toda uma geração.

O artigo de Perez tem como objetivo estudar a relação dos jovens com a sonosfera digital "com o fim de definir e especificar os cenários comunicativos que se apresentam para a exploração e transmissão dos conteúdos sonoros, bem como para a experimentação com novos formatos" (PEREZ, 2011). A pesquisa parte da possibilidade de que o consumo de música digital ter mudado o consumo entre o público mais jovem, afetando outros tipos de "mensagens sonoras".

A autora Paula Cordeiro aborda, em seu trabalho "A rádio do modelo multimediatíco e os jovens: a convergência entre o FM e a Internet em 2004", o cenário em plena transformação das rádios portuguesas e das web radios. Com a chegada – e a evolução – da internet, o rádio foi diretamente afetado de modo que está se adaptando em "novos contextos econômicos-tecnológicos". Cordeiro se refere a transformação do rádio como "a passagem de uma comunicação dialógica para um modelo de comunicação interativo" (CORDEIRO, 2004).

Os autores Weigelt e Parmeggiani (2014) definem, no artigo "Os jovens e o rádio: Usos e modos de ouvir na Era da Comunicação Móvel e Digital", o rádio como "uma forma de produção, um tipo de conteúdo, muito mais do que uma plataforma". A transformação sofrida pelo meio fez com que ele se tornasse onipresente e isso se deve, principalmente, aos novos aparelhos eletrônicos e à internet.

## 2. METODOLOGIA

Como já citado anteriormente, iremos realizar grupos focais, com aproximadamente 10 alunos cada, de uma ou mais escolas de ensino médio da cidade de Pelotas, no Rio Grande do Sul. Os alunos de ensino médio têm idades entre 14 e 18 anos.

Nessas reuniões, iremos propor alguns tópicos para que esses adolescentes conversem sobre. Os jovens terão de debater sobre alguns assuntos, como o que os leva a ouvir ou deixar de ouvir rádio, quais são seus estilos de programas favoritos, o que eles pensam sobre a qualidade dos conteúdos existentes atualmente e quais são as ferramentas que acabam "roubando" a atenção deles em relação ao rádio. A conversa será gravada e depois analisada de maneira ainda a ser definida.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Atualmente, o trabalho está em processo de produção. Na fase atual, estamos trabalhando com a história do rádio como um veículo e estamos conceituando rádio, streaming, podcast, audiência e juventude. Até o presente momento, realizamos toda a parte histórica do meio e os três conceitos trabalhados na monografia (rádio, streaming e podcast).

Na construção deste trabalho, algumas dificuldades foram encontradas como, por exemplo, definir o que será pesquisado e de quais maneiras iremos analisar os dados coletados. Ao princípio, pretendíamos realizar uma pesquisa quantitativa e uma pesquisa qualitativa com jovens de 15 a 25 anos e profissionais que atuam no rádio, porém era preciso focar num público apenas e em um método de pesquisa para realizar a coleta de dados de uma maneira mais satisfatória. Além disso, as perguntas que seriam realizadas eram, de certa forma, genéricas e as respostas nas pesquisas quantitativas, por exemplo, não nos diriam exatamente o que pensa a juventude em relação ao rádio. Dessa maneira, a conclusão ficaria empobrecida de significados.

Como o trabalho está ainda no início, não foram encontrados resultados.

#### 4. CONCLUSÕES

Na próxima fase, iremos escrever sobre as teorias convergência midiática, com o apoio do material produzido pelos autores Henry Jenkins (2009) e Nélia R. Del Bianco (2012), rádio expandido, abordado por Marcelo Kischinhevsky (2009), e definir mais a fundo a metodologia que será utilizada na coleta dos dados e, posteriormente, nas análises.

A parte teoria do trabalho deverá ser concluída até o mês de setembro de 2018. Após, iremos concentrar nossas atenções na realização e interpretação das análises.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CORDEIRO, Paula. **A rádio de modelo multimidiático e os jovens: a convergência entre o FM e a Internet em 2004.** BOCC, Portugal, 2004. Acessado em 20 jun. 2018. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-modelomultimediatico.html#htoc1>>

DEL BIANCO, Nélia R. **O Rádio Brasileiro na Era de Convergência.** Vol. 5. São Paulo: Intercom, 2012. 360 p.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Brasil. Aleph, 2009. 384 p.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Cultura da portabilidade – Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora**. Obercom, Portugal, 2009. Acessado em 19 jun. 2018. Disponível em: <<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/271>>

PEREZ, Juan José Perona. **A rádio no contexto da sonosfera digital: perspectivas sobre um novo cenário de recepção sonora**. Revista Comunicação e Sociedade, Portugal, 2011. Acessado em 20 jun. 2018. Disponível em: <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/883/843>>

WEIGELT, Diego; PARMEGGIANI, Brenda. **Os Jovens e o Rádio: Usos e modos de ouvir na Era da Comunicação Móvel e Digital**. Intercom, Foz do Iguaçu, 2014. Acessado em 18 jun. 2018. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-0686-1.pdf>>