

Wellington Martins LEITE
Universidade Estadual Paulista – Brasil

**Radialistas e pesquisadores,
uni-vos!**

Radialistas y investigadores,
júnanse!

Broadcasters and researchers,
unite!

Resenha de:

MAGNONI, Antônio Francisco;

CARVALHO, Juliano Maurício de (Orgs.).

O novo rádio – cenários da radiodifusão na
era digital.

São Paulo: Senac, 2010, 294 p.

ISBN: 978-85-396-0019-9

Recebida em: 08 jul. 2011

Aceita em: 14 ago. 2011

Mestrando em Comunicação pela UNESP, radialista
nas emissoras Veritas FM e Unesp FM e diretor do
Sindicato dos Radialistas de Bauru e Região.
Contato: wellington_cml@hotmail.com

Em entrevista concedida em abril de 2011 (ARAÚJO, 2011), o escritor e jornalista uruguaio Eduardo Galeano explana sobre os direitos humanos: “no mundo inteiro, talvez um pouco mais na América Latina, as palavras e a prática raramente se encontram e, quando se encontram, não se saúdam, pois não se reconhecem”. Frequentemente, o mesmo “mal” apontado pelo autor de *As veias abertas da América Latina* é sentido na área da Comunicação. O que causa estranhamento, principalmente se levarmos em conta a afirmação do professor José Marques de Melo: a “pesquisa em comunicação emerge, no panorama das ciências humanas, no ramo dos fenômenos empíricos”, pois se trata de “acervo cognitivo acumulado seletivamente pela práxis”¹.

E na mesma linha da gênese das ciências da Comunicação, da qual nos lembra o professor Melo, segue o livro dos professores Antônio Magnoni e Juliano Carvalho.

É um convite a todos os profissionais e pesquisadores de rádio interessados em refletir mais profundamente (e em conjunto) sobre as novas possibilidades trazidas com a digitalização. Novas possibilidades? Na era da abundância de mídias, como nos afirma Carole Fleming, em seu livro *The Radio Handbook* (FLEMING, 2002: 5), alguns podem, mais uma vez, se surpreender com uns dos meios de comunicação de massas mais antigos que possuímos. Parodiando a sabedoria popular, o rádio “agoniza, mas não morre” e tem fôlego para outra renovação, para conquistar as gerações que não o ouvem mais e, quem sabe, transformar-se.

Através da colaboração de vários autores, o livro *O Novo Rádio* passeia pela história, a regulação, os aspectos socioeconômicos, a linguagem e a programação perante as novas possibilidades, as opções de convergência e padrões de transmissão, dentre outros temas. Útil tanto para rádios comerciais como para educativas e comunitárias, devido aos aspectos práticos, às comparações entre o “velho” e o “novo” e aos aspectos legais.

O livro organizado pelos professores Carvalho e Magnoni analisa boa parte do “fazer rádio” nesses tempos de internet e esboça previsões ainda difíceis para a boa parte dos radialistas. E tenta responder a algumas perguntas, tais como: o rádio, sensorial, emotivo, ou “quente” (MCLUHAN, 1964:38), seria capitaneado por pessoas insensíveis à maior participação do meio na internet? Essas pessoas seriam contrárias ao

¹ Tal citação encontra-se no texto de justificativa ao tema *Quem tem medo da pesquisa empírica?*, na INTERCOM Nacional 2011. Disponível em: http://www.unicap.br/intercom2011/?page_id=18>. Acesso realizado em 30 de abr. 2011.

congraçamento dos meios de comunicação em um ou vários aparelhos? Trocando em miúdos, onde estão os investimentos em tecnologia?

Dentro em breve, as novas possibilidades que chegam com a digitalização, além de baratear aparelhos, podem diversificar o modelo de negócio e agregar mais valor à publicidade radiofônica. Talvez, não será mais necessário vender horários a igrejas. Ou, o hábito de “copiar e colar” notícias da internet possa cair em desuso, uma vez que muitos dos ouvintes já leram ou assistiram, trazendo de volta a antiga credibilidade do rádio e o antigo frescor das "últimas notícias".

O tempo atual clama por democratização, por acessibilidade, por uma linguagem distinta e conteúdo livre. Porém, a mobilização popular e das organizações sociais ainda não consegue fazer frente à "bem articulada corporação dos radiodifusores privados" (MAGNONI: CARVALHO, 2010: 118), segundo analisa o professor Antônio Magnoni. Nessa perspectiva, o professor Juliano Carvalho também nos alerta sobre os interesses de ordem econômica e política que o rádio ainda sustém. Interesses contrários aos ideais pluralistas e que tentam evitar as tecnologias proprietárias (isto é, as que exigem o pagamento de *royalties*), tendências da internet livre.

Em dez artigos, *O Novo Rádio* mostra os detalhes do momento atual, em que o rádio, a reboque da televisão, tem seu futuro discutido por empresários, políticos (por vezes reunidos em uma só pessoa) e por grupos de cientistas. Enquanto isso, a população ora rejeita, ora adota outras maneiras de ouvir o centenário e ainda popular (e vertical²) rádio.

Referências

ARAÚJO, Washington Luiz. Entrevista – Eduardo Galeano. **Brasileiros**, São Paulo, abril de 2011, edição 45. Disponível em: <http://revistabrasileiros.com.br/edicoes/45/textos/1473/>>. Acesso em: 30 abr. 2011.

FLEMING, Carole. **The Radio Handbook**. New York: Routledge, 2002.

MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de (Orgs.). **O novo Rádio** – cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Senac, 2010

MCLUHAN, Marshal. **Os meios de comunicação com extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

² O termo aqui utilizado faz referência ao antigo modelo emissor-receptor, cujo papel do receptor é meramente o de ouvir a mensagem pronta, sem questionamentos. Nesse contexto, os novos tempos exigem "horizontalidade" na comunicação.