

O empoderamento sutil do ouvinte no radiojornalismo: os desafios de uma cultura além da escuta¹

Sônia Caldas PESSOA²
Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

Resumo: Um dos objetivos deste artigo é compreender o rádio como dispositivo midiático. Para tal, propomos uma articulação entre a noção de dispositivo de Foucault e possíveis vínculos de pelo menos três sujeitos implicados na reconfiguração do radiojornalismo: aqueles que produzem, aqueles que escutam e os próprios veículos. Observamos, em nossa pesquisa empírica, movimentos sutis destes três sujeitos, com destaque para os ouvintes, que se deslocam em experiências que caracterizamos como uma cultura além da escuta. Entendemos que o empoderamento dos comuns, na expressão de Certeau (2009), confere visibilidade a uma relação supostamente mais direta com e a partir de outros vínculos nas redes com produtores e emissoras de rádio.

Palavras-chave: radiojornalismo; redes sociais online; empoderamento dos comuns; ouvintes; cultura além da escuta.

1. Rádio como dispositivo

Um dos objetivos deste artigo é compreender o rádio como dispositivo midiático³ a partir de suas relações com as novas mídias, nas quais estão evidenciados atores múltiplos, que alternam posições e funções em cenários de convergência, tomada aqui na concepção de Jenkins (2009). Nessa perspectiva a convergência está no âmbito das transformações e das interações culturais e não apenas de equipamentos, aparelhos e possibilidades tecnológicas. Assumimos que a tecnologia não só integra essa convergência como também impõe mudanças ao radiojornalismo.

Propomos uma articulação entre o conceito de dispositivo e de dispositivo midiático e tentamos desdobrar alguns vínculos de pelo menos três atores implicados na reconfiguração do radiojornalismo: aqueles que produzem, aqueles que escutam e os próprios veículos.

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídias Sonoras do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), doutora em Estudos Linguísticos (UFMG). Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon) / Centro de Convergência em Novas Mídias (CCNM/UFMG). Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil. soniapessoa@ufmg.br.

³ Este artigo é um resultado parcial da pesquisa “Jornalismo, rádio e mídias digitais: desafios e tensões da produção à escuta” vinculada ao Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon) / Centro de Convergência de Novas Mídias (CCNM), Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). O artigo integra o ebook comemorativo dos 25 anos do GP de Rádio e Mídia Sonora da Intercom.

Observamos, em nossa pesquisa empírica, que se encontra na primeira fase etnográfica online, movimentos sutis destes três atores, com destaque para os ouvintes, que se deslocam em experiências que caracterizamos como uma cultura além da escuta e para a qual nos voltamos neste texto. O ouvinte é tomado aqui a partir dos escritos de Certeau (2014) sobre o homem comum e sobre o qual trataremos adiante.

Partimos da noção de Foucault (1977) para dispositivo cuja versão mais conhecida o concebe como uma rede ou um conjunto de elementos heterogêneos, que mantêm suas peculiaridades, mas também a sua imbricação. Na nossa leitura sobre o tema podemos destacar pelo menos sete elementos que estariam vinculados entre si e que teriam função estratégica para a compreensão do dispositivo foucaultiano: o discurso, as instituições, a adaptação arquitetônica, as decisões regulamentares, as leis, as medidas administrativas, os enunciados científicos e as proposições (filosóficas, morais e filantrópicas). Nem sempre todos esses elementos se fazem presentes em posições estáticas ou previamente definidas. Ao contrário, movem-se, deslocando-se temporal e espacialmente, permeando, assim, as dinâmicas comunicacionais em um *jeu*, para usar as palavras do autor, ou jogo que envolve todos esses componentes.

Nesse sentido, o complexo jogo da problemática foucaultiana atribui ao dispositivo um lugar social no qual estão noções fluidas, tais como as de saber, poder e subjetividade, presentes nos elementos elencados no dispositivo. Uma das dificuldades para a compreensão e a identificação do dispositivo reside na meada, como denominou Deleuze (1996), ao fazer uma releitura sobre a temática. Estaria no conjunto multilinear de origem diferenciada o encontro de objetos, sujeitos e linguagens em desequilíbrio frequente.

Para além da metáfora da meada há uma presença sutil, porém constante, de um dos fios que se constituem em negociação com os demais elementos do dispositivo: os sujeitos. Para economia interna deste artigo, manteremos o significante sujeito, mencionado por Deleuze (1996), a despeito das controvérsias que podem estar relacionadas a essa escolha. Esses sujeitos de identidades múltiplas estariam em tensionamento nas proposições, decisões e discursos, elencados por Foucault.

O nosso gesto teórico-metodológico segue do dispositivo foucaultiano sem, entretanto, abandoná-lo, em direção a redes de relações informacionais nas quais dispositivos diversos

entrelaçados envolvem fluxos imateriais fragmentados e em constante transformação ou, porque não dizer, em constituição incessante (MOUILLAUD, 2002). Se não nos distanciarmos de Foucault ou do seu dispositivo revisitado por Deleuze, ou ainda de um diálogo com Mouillaud, permitimo-nos aqui reconhecer um lugar especial para os sujeitos, que se apresentariam como protagonistas em dinâmicas comunicacionais envolvendo alguns fios de uma meada chamada rádio.

Considerar o rádio em cenários de convergência midiática implica um olhar que transponha a noção de veículo jornalístico e o assume como um amplo dispositivo midiático com relações fragmentadas entre os sujeitos da produção, da escuta e da veiculação de notícias. O próprio rádio, nessa concepção, permite-se flexibilizar ao navegar para um lugar instável de “sujeito semiótico”, capaz de articular capacidades outras, como agir socialmente, além de informar (LEAL, 2014).

Se estes sujeitos – de produção, escuta e veiculação – transitam nas instâncias mencionadas, parece-nos confortável pensar que a própria constituição e circulação entre elas tensionaria os mesmos sujeitos e suas funções. Retomando o jogo foucaultiano, esses atores se envolveriam em uma *mise en scène* variada, na qual e a partir da qual, se constituem dinâmicas comunicacionais para uma cultura participativa do ouvinte.

Poder-se-ia inferir que tal cultura seja um imperativo da convergência midiática relativamente recente. No entanto, Brecht (1932) vislumbrou um sistema radiofônico complexo, que para nós é análogo ao dispositivo, no qual no rádio seriam desenvolvidas funções múltiplas e mutáveis. Ora ele seria para *emitir* ora para *receber*, atribuindo ao ouvinte protagonismo não só na escuta, mas também na fala, rompendo um isolamento no âmbito da recepção para se dedicar também a produzir e fornecer informações. Como percebemos, a partir de sua análise do rádio nos anos 1920, Brecht desvelaria fios com vínculos importantes do rádio: os sujeitos múltiplos que, paradoxalmente, produzem e escutam. Necessário registrar que essa ordem produção – escuta não se constituiria hierarquicamente levando-se em consideração não apenas a esfera de um rádio hertziano, mas o rádio em ambientes de convergência. Por outro lado, essa relação entre os sujeitos ainda estaria afeita a uma separação delineada com alguns espaços ainda não preenchidos

entre eles. Por ora, os representamos assim, com proximidade, mas ainda sem termos condições de especificar os elementos que tornam possível a articulação entre eles.

2. Ouvintes como sujeitos comuns

Distante está a pretensão de categorizar ouvintes de rádio até porque não se trata aqui de uma pesquisa quantitativa ou qualitativa no sentido de traçar um perfil desses grupos. Estamos interessados muito mais em uma compreensão das lógicas que interconectam esses ouvintes às emissoras e suas redes, empoderando-os, e menos na identificação de características que os tornam um grupo supostamente homogêneo. Pelo contrário, os ouvintes sobre os quais falamos neste artigo constituem sujeitos dispersos, cuja heterogeneidade é premissa básica para as suas próprias existências e escolhas de lugares de produção e de escuta.

Neste sentido, a escuta é aqui tomada de empréstimo das maneiras cotidianas de fazer, isto é, nos modos como são constituídas as práticas por meio das quais os usuários se apropriam de espaços organizados e definidos pelos produtores socioculturais. Nestes espaços, cada sujeito seria percebido em sua individualidade, pensando, com Certeau (2014, p.37), que a individualidade é “o lugar onde atua uma pluralidade incoerente (e muitas vezes contraditória) de suas determinações relacionais”.

O sujeito comum ancoraria o seu discurso em dois pilares que se distanciam em suas especificidades mas se aproximam em suas condições genéricas: a diferença e a universalidade. O discurso dito ‘esclarecido’ se distinguiria daquele considerado comum ao passo que o primeiro estaria intimamente relacionado ao segundo tendo em vista o seu poder de exprimir e, ao mesmo tempo, explicar a experiência comum (CERTEAU, 2014).

O poder dos comuns não se limita à vivência cotidiana e ao seu discurso. Está, a nosso ver, relacionado aos modos de perceber e de usar essa vivência e também esse discurso para que se tornem também uma referência. Organizar a memória desta vivência, contextualizá-la e compartilhá-la com outros pode inspirar pessoas e, simultaneamente, empoderá-las, ao torná-las mais informadas e mais conscientes sobre a voz do cidadão em processos sociais.

As vivências pessoais em temáticas socialmente complexas e que demandam uma luta cotidiana dos envolvidos, tais como questões de gênero, direitos de pessoas com deficiência

e racismo, por exemplo, apenas para citarmos algumas, descortinam um universo no qual o comum protagoniza a ‘novela’ do cotidiano. Se o protagonismo foi bem ou mal sucedido pouco importa do ponto de vista do incentivo ao empoderamento. Muitas vezes o que não deu certo é justamente o que vai fomentar outras lutas e outros desejos de uma participação social. Por outro lado, casos com final feliz se transformam em ícones de determinadas reinvidicações e necessidade de mudanças.

Mas de que modo os comuns se apropriam dos espaços a ele concedidos pelas empresas radiofônicas? Estão os ouvintes ainda ocupando espaços restritos nas emissoras e suas redes sociais online ou eles conseguem driblar os interesses de sistemas comerciais hegemônicos e constituir o seu lugar de fala também como um lugar de produção?

Esses próprios sujeitos envolvidos com o rádio como dispositivo midiático e suas fragmentações nos conduzem para uma pesquisa fragmentada na qual consideramos as conexões, muitas vezes dispersas nas redes sociais online, e a própria natureza da programação radiofônica diversa. Para dar conta de um propósito de tamanha amplitude lançamos mão da etnografia online.

Reconhecemos que a imersão do pesquisador proposta pelos estudos etnográficos tradicionais não é possível em sua plenitude quando nos referimos à observação em redes sociais online. Por outro lado, não podemos ignorar a importância de análises realizadas em um território ainda pouco explorado, com fronteiras sutis e rico em informações e dinâmicas comunicacionais.

Por esse motivo, registramos que a pesquisa de inspiração etnográfica (JOUËT e LE CARROF, 2013) nos traz a possibilidade de aprofundamento tanto na metodologia de pesquisa em si quanto em questões comunicacionais relacionadas ao rádio e suas configurações em redes sociais online. Entendemos que a teoria e a nossa investigação empírica estão imbricados, sem fronteiras delimitadas, o que nos aponta para pressupostos teórico-metodológicos que se constituem em si mesmos. Além disso nos parece importante a invisibilidade do pesquisador diante dos sujeitos em foco na investigação.

A primeira fase desta pesquisa se constitui de observação etnográfica da programação de emissoras *all-news* no *dial* brasileiro⁴ e de suas respectivas postagens nas redes sociais online, com a participação dos ouvintes. Nossa intenção, neste momento, é identificar e definir modos de participação do ouvinte em radiojornalismo para, no próximo momento, aprofundarmos a pesquisa em direção a uma suposta co-criação.

Bonini (2014) explica que a participação do público é um processo articulado num continuum podendo mover-se da interação (baixo nível de participação) para a co-criação (alto nível de participação). No momento da escrita deste artigo não vislumbramos, ainda, essa divisão que nos parece ter sido proposta pelo autor. Visualizamos, no entanto, possibilidades de fusões entre essas dinâmicas, como a confundir ouvintes, produtores e emissoras.

3. Cultura além da escuta no radiojornalismo

Não se trata de fenômeno recente a participação de ouvintes no radiojornalismo centrada em cartas e telefonemas direcionados a aparelhos fixos em emissoras de rádio. Para voltarmos um pouco no tempo no início dos anos 1990 no Brasil, as cartas, escritas pelos ouvintes e levadas pessoalmente a algumas emissoras, eram amontoadas em estúdios de rádio formando verdadeiras montanhas de papel em dias de resultados de grandes promoções, tais como sorteio de ingressos para shows de *megastars*, como Madonna e Michael Jackson. Em uma emissora do Sistema Globo de Rádio, por exemplo, a BHFm, onde atuei como estagiária de Jornalismo, centenas de cartas revelavam mais do que o interesse em ganhar o prêmio. A minha impressão é que davam conta de uma relação mais frequente do público com o apresentador do programa, com o *ethos* do ouvinte daquela rádio e com a identificação com a emissora como um todo. Participar parecia dizer de um modo de estar junto, de fazer parte, de identificar-se.

Duas décadas antes da minha experiência pessoal aqui relatada já era percebida uma presença marcada do ouvinte na programação radiojornalística, como atesta Lopez (2010), que esboça, ainda, algumas possibilidades atuais de participação. Segundo a autora, na década de 1970, duas mudanças são consideradas fundamentais para o radiojornalismo, em especial, para a construção da notícia no rádio. A primeira delas diz respeito ao jornalista,

⁴ Nesta etapa a observação é feita no *dial* de Belo Horizonte (CBN, 106,1 e BandNews FM, 89,5, bem como nos respectivos perfis das emissoras locais no Facebook e os perfis das mesmas emissoras nacionais)

que assumiu a responsabilidade tanto pela pesquisa quanto pela documentação. No outro polo estava o ouvinte, representando a segunda mudança. Ele passou a participar mais efetivamente da programação das emissoras por meio de interação síncrona. “Essa potencialização da presença do ouvinte se deu devido à popularização do telefone e permitiu uma reaproximação do rádio com seu público. (LOPEZ, 2010, p.40)

Como podemos inferir pela análise da autora, falar sobre o público de rádio requer a compreensão para além do ouvinte hertziano uma vez que esse mesmo público, mas também outros, os usuários de perfis de redes sociais online e que não necessariamente são ouvintes tradicionais, compõem, em conjunto, esse universo da escuta, diferenciada, é verdade, da perspectiva tradicional e constituída em rede. Independentemente da escuta estar focada no *dial*, nas redes sociais online ou em ambas, falamos de um ouvinte comum, nos moldes de Certeau (2014), como afirmamos, que, ao se tornar um narrador, se conectaria ao universo de experiências culturais.

Elegemos algumas temáticas da rotina de processos jornalísticos, a partir das quais conseguimos perceber, por meio da etnografia online, possíveis vínculos entre ouvintes que se movimentam entre a escuta e participações sutis na programação e, por que não dizer, na produção. Vamos reservar espaço, neste momento, para as categorias de ouvintes que escolhemos até aqui, a partir da nossa observação, e que podem ser alteradas no decorrer da pesquisa: o ouvinte pauteiro, o ouvinte entrevistado, o ouvinte repórter e o ouvinte comentarista, sobre os quais falaremos a seguir.

O ouvinte pauteiro parece ter um olhar atento para os temas que despertam a atenção dos produtores. No geral ele permanece nos bastidores, sem uma participação no áudio que vai ao ar tanto no *dial* quanto nas redes sociais online. Mas ao conseguir emplacar pautas, provavelmente, se sente honrado quando o seu nome é mencionado na reportagem como autor da sugestão. Faz-se presente em sugestões de cidades e polícia, com ênfase em defesa do consumidor, prestação de serviços públicos, transporte coletivo, entre outras temáticas que o atingem diretamente. Exerce um papel de cidadão, oferecendo às emissoras o compartilhamento *off-line* de experiências cotidianas que movem o radiojornalismo. As emissoras, por seu turno, estimulam esse tipo de participação, solicitando no ar e nas redes sociais o envio das pautas, que podem se tornar matérias.

O ouvinte entrevistado, que pode ou não ser também pauteiro, é um dos pilares da reportagem cuja importância reside na fala de uma pessoa comum. Mais do que um caráter meramente ilustrativo como personagem esse ouvinte tem uma participação que viabiliza a própria existência da matéria. Um dos formatos mais conhecidos deste tipo de participação é o povo fala, modalidade utilizada por emissoras de rádio para garantir uma suposta pluralidade de vozes ao abordar assuntos em voga. O povo fala, no entanto, é uma escolha do jornalista em espaços públicos em busca da opinião recortada da população. Muitas vezes, apesar de dar a entrevista, o ouvinte permanece anônimo, sem ser identificado pelo nome completo e/ou profissão, por exemplo.

Há alternativas que projetam o ouvinte para a condição de entrevistado central na reportagem. Ele pode ser testemunha de um acontecimento ou uma das fontes importantes para a matéria. Pode ser, sobretudo, alguém descoberto por meio dos perfis de redes sociais online utilizados pelos jornalistas como referência para encontrar pessoas a serem entrevistadas. Assim como os profissionais, os usuários destas redes também as consideram plataforma de contato mais próximo e de fácil acesso às empresas, bem como oportunidades para conquistarem espaço como fonte.

O ouvinte repórter torna-se uma opção que supre algumas necessidades mais urgentes dos jornalistas de rádio, constantemente confrontados com a lógica do tempo ao apurar e veicular notícias sobre acontecimentos de última hora. Também compõem essa lista atos que não estavam previstos na pauta e até mesmo as chamadas condições do trânsito, que se tornam um imenso desafio apesar do suporte de aplicativos e de câmeras de empresas que controlam o tráfego nas grandes cidades. A apuração das informações e a entrada no ar, ao vivo ou gravada, centradas nos processos jornalísticos, são, temporariamente, postas como uma atividade do ouvinte. O jornalista, por sua vez, que, em tese, detém o poder da emissão jornalística, e a quem seria conferida certa autoridade e credibilidade tem sua atuação deslocada.

O ouvinte comentarista é sempre estimulado a participar de programas nos quais a opinião do público é uma das atrações. Se há alguns anos essa participação era centrada principalmente no telefone fixo, atualmente, ela dá lugar a uma mensagem de voz gravada por meio de aplicativos bem como mensagens de texto via celular, comentários nos perfis

de redes sociais online, entre outros. Em poucos segundos o ouvinte é o dono do espaço opinativo seguindo, obviamente, algumas regras restritivas previamente anunciadas no programa. É ali que ele ganha não só a voz, mas também o nome e algum outro elemento que o identifique. Assemelha-se, por vez, a um especialista. Talvez aqui estejam presentes aquelas características apontadas por Certeau (2014, p.64) ao perito, que não chega a se distanciar do homem comum: “Fala então como homem ordinário, que pode ‘receber’ autoridade com o saber como se ganha um salário pelo trabalho”.

As próprias emissoras de rádio têm se valido da colaboração do público na cobertura cotidiana, o que continua garantindo agilidade no mercado jornalístico e constituindo-se como alternativa às dificuldades econômicas para a produção, além de uma suposta aproximação com a audiência. O uso de perfis em redes sociais online e de aplicativos para a comunicação direta entre ouvintes, produção e emissoras, permite aos ouvintes vislumbrar papéis outros. Eles alternariam, por meio destas ferramentas, o *lugar* de fonte e o lugar de produtor da notícia. Podem, assim, ser alçados ao *status* de colaborador sem, no entanto, serem aliçados do seu lugar primeiro, o da escuta.

O jornalista também rearticula os seus papéis, ainda que por alguns momentos, pelo menos até que faça a mediação entre a mensagem individualizada enviada pelo público e aquela disponibilizada no rádio para os demais ouvintes.

Os jornalistas e as empresas, além de estimular essa participação, que se torna um apoio na apuração jornalística, abre, cada vez mais, os estúdios para que o ouvinte se sinta mais próximo de quem produz o radiojornalismo. Essa abertura pode ser percebida, do ponto de vista pragmático, a partir da instalação de câmeras ao vivo nos estúdios, com a transmissão via internet da programação que está no *dial*.

O uso de recursos multimidiáticos, tais como vídeos em 360 graus para revelar os bastidores da produção ao público, ou ainda a transmissão ao vivo de vídeos via perfis em redes sociais online também compõem esse universo cujos objetivos seriam o envolvimento e o engajamento dos ouvintes. Para tal, as emissoras se valem de aplicativos que suportam essas iniciativas que, a nosso ver, contribuem para reconfigurar a produção radiojornalística, anteriormente centrada no áudio e na transmissão hertziana. Atualmente

ela se complementa, não em sua totalidade, com elementos que extrapolam o sonoro. A nuvem de palavras a seguir apresenta um resumo dos nossos achados nesta pesquisa:



Fonte: Figura 2 (Elaborada pela autora)

4. Considerações finais

Tentamos demonstrar neste artigo, a partir de uma reflexão estimulada por um estudo etnográfico online em curso, a complexidade do rádio como dispositivo midiático e um pensar sobre a marca da presença do ouvinte como um dos fios desta meada. Notadamente o ouvinte se apresenta como um dos sujeitos importantes na configuração do radiojornalismo contemporâneo. Não se trata de dimensionar quantitativamente, mas de admitir a qualidade da participação do ouvinte como fator que contribui para a produção radiofônica atual.

Não podemos negar que a participação do ouvinte está no rádio há décadas. Talvez a diferença resida na compreensão do rádio como dispositivo em ambientes de convergência,

o que possibilita mudanças não apenas tecnológicas, mas no campo das interações culturais. Isto é, os três sujeitos envolvidos neste dispositivo afetam e são afetados, simultaneamente, mas em níveis diferenciados pelo aparato tecnológico, permitindo que ele ultrapasse a esfera dos equipamentos e abra caminho para novas relações e dinâmicas comunicacionais entre eles.

Neste sentido, os ouvintes reagiriam ao incentivo de emissoras e de jornalistas para uma participação ativa, na qual os modos de ver o mundo, o transitar pelas cidades, o exercício da cidadania e a vida pública constituiriam outras linhas do dispositivo como componentes significativos no cotidiano destas pessoas comuns. Mas seria importante notar que os próprios ouvintes se autoestimulariam a participar da programação jornalística, contribuindo para a produção. Ou seja, eles próprios tomariam iniciativas e até mesmo provocariam o estímulo por parte das emissoras.

Esse sistema de relações se beneficiaria de uma retroalimentação cuja dinâmica estaria ancorada na necessidade deste apoio do público a jornalistas e emissoras e na necessidade, por sua vez, dos ouvintes de publicizarem o próprio cotidiano e a sua inserção social.

Nesta primeira etapa identificamos que o rádio, como dispositivo midiático, seria capaz de despertar e interconectar um conjunto de relações além da voz e as tensões e desafios entre a produção de textos audioverbovisuais e a escuta, especialmente em cenários que contemplam redes sociais online. O ouvinte, então, não estaria interessado apenas em acessar, por meio das emissoras de rádio e das redes sociais online, o consumo, a política, a economia, os esportes e a cultura. Para além disso, estaria interessado em expressar as suas opiniões, empoderando-se e sendo empoderado pelos demais sujeitos desta rede.

Neste sentido, os ouvintes, que são grupos não organizados, com características heterogêneas e dispersas, conseguem, a despeito disso, conquistar a capacidade de participação nos processos radiojornalísticos. Retomando Certeau (2014), a escuta é aqui tomada de empréstimo das maneiras de fazer, nas práticas cotidianas. Os indivíduos podem se apropriar dos espaços organizados e definidos pelos produtores socioculturais, mantendo a sua individualidade e uma pluralidade, muitas vezes contraditória e incoerente. Portanto, o empoderamento do público não está circunscrito apenas à individualidade; está, a exemplo de outros grupos sociais, imitivamente relacionado à tomada de consciência individual e à coletivização das ações que resultam desta conscientização.

Esse empoderamento estaria associado ainda a uma cultura participativa (SHIRKY, 2011), na qual os comuns se sentiriam predispostos a contribuir com as emissoras a partir de suas próprias vivências. A rotina cotidiana destas pessoas parece uma fonte inesgotável de pautas e de sugestões para reportagens. Afinal, o enfrentamento das atividades diárias, de deslocamentos, de uso de serviços públicos e privados, se percebido a partir do viés de publicação, se torna uma história a ser narrada, podendo se tornar capítulos a serem seguidos. As pessoas comuns estariam em busca de registrar os afetos e as memórias, bem como de se sentirem participativas e próximas, estabelecendo vínculos, mesmo que sejam frágeis, com os produtores de informação.

Se admitimos esse empoderamento sutil do ouvinte como uma das condições necessárias à reconfiguração do radiojornalismo, nos interessa voltar o nosso olhar para algumas indagações, tais como quais elementos nos ajudariam a compreender essa disposição dos ouvintes pauteiros, entrevistados, repórteres e comentaristas? E de tantos outros ouvintes que se constituem nestas relações? O que esses ouvintes estariam buscando? Afetos e memórias? Experiências múltiplas? Visibilidade? Em um ambiente digital efêmero, estaria se configurando uma nova paisagem sonora, na qual o rádio, percebido entre as tensões e contradições contemporâneas, estaria diante de um pensar ou (re) pensar o jornalismo. Talvez um dos grandes desafios do empoderamento, mesmo sutil do ouvinte, esteja na qualidade da sua participação e no direito efetivo de participar da programação radiojornalística. Se os comuns ilustram tantas reportagens como personagens não seria o momento de dar-lhes papel de protagonista não apenas de suas próprias vivências, mas também do radiojornalismo? Essas são algumas das inquietações que estão conosco no continuar desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

BONINI, T. The Listener as Producer: The Rise of the Networked Listener In: BONINI, T. MONCLÚS, B. Rádio Audiences and Participation in the Age of Network Society (Routledge Studies in European Communication Research and Education). New York: Routledge; 1 edition, 2014.

BRECHT, B. Teoria de la rádio. In: _____. El compromiso en literatura y arte. Barcelona: Ediciones Peninsula, 1984 (1932).

CERTEAU, M. A invenção do cotidiano: Artes de Fazer. 22. ed. Petrópolis (Rio de Janeiro): Vozes, 2014.

DELEUZE, G. *O que é um dispositivo*. O mistério de Ariana. Lisboa: Vega, 1996.

FOUCAULT, M. Le jeu de Michel Foucault (entretien avec D. Colas, A. Grosrichard, G. Le Gauchey, J. Livi, G. Miller, J.A. Miller, C., Millot, G. Wajeman). *Bulletin Périodique du champ freudien*, Ornicar, n. 10, p. 62-93, 1997.

JENKINS, H. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

JOUET, J.; CAROFF, C. L'observation ethnographique en ligne. In: BARATS, C. (Org.). *Manuel d'analyse du web*. Paris: Armand Colin, 2013. p. 147-165.

LEAL, B. S. O jornalismo anda de carro? In: LEAL, B. S.; ANTUNES, E. VAZ, P.B. (orgs). *Para entender o jornalismo*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014.

LOPEZ, D. C. *Rádiojornalismo hipermediático*. Corvilhã: Livros LabCom, 2010.

MOUILLAUD, M. Da forma ao sentido. In: Maurice Mouillaud e Sérgio Dayrell Porto (org). *O jornal: da forma ao sentido*. 2. Ed. Brasília: Ed. UnB, 2002.

MEDITSCH, E. *A nova era do rádio: o discurso do rádio jornalismo como produto intelectual eletrônico*. In: DEL BIANCO, Nélia R.; MOREIRA, Sônia V. (orgs.). *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

SALOMÃO, M. *Jornalismo rádiofônico e vinculação social*. São Paulo: Annablume, 2003.

SCHAFER, R. M. *Rádio Radical e a Nova Paisagem Sonora*. In: MEDITSCH, E. ZUCULOTO, V. *Teorias do Rádio II: textos e contextos*. Florianópolis: Insular, 2008.

SHIRKY, C. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

PESSOA, S.C. Estética da diferença: contribuições ao estudo da deficiência e das redes sociais digitais como dispositivos de *mise en scène*. Disponível em <http://150.164.100.248/poslin/defesas/1634D.pdf>. 2015. 330 p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras, Belo Horizonte.