O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.

Thiers Gomes da Silva[1]
Oswaldo Francisco de Almeida Júnior[2]

Resumo
A informação está centralizada sobre o controle oligopolista dos grandes conglomerados de mídia. Devido aos oligopólios das fontes e agências, se pode verificar, analisando os programas para a transmissão de informação, de diferentes emissoras, que há um mínimo de diferenciação mantida apenas para as fontes de informação de caráter local. A proposta do artigo apresenta conceitos e informações evidenciando que os programas radiofônicos, estando em consenso com as mediações no processo de comunicação para a transmissão da informação, podem servir de estímulo para a geração do conhecimento.
Palavras-chave: mediação, informação, conhecimento, rádio.

Abstract
The information is centralized on the oligopolistic control of large media conglomerates. Due to the oligopoly of the sources and agencies, can be seen by reviewing the programs for the transmission of information from different stations, there is a minimum difference maintained only for the sources of information of local character. The purpose of this article refers to present concepts and information guiding the radio programs and is in consensus with mediation in the communication process for the transmission of information may serve as a stimulus for the generation of knowledge.
Keywords: mediation, information, knowledge, radio

DOI:http://doi.org/10.5281/zenodo.5132335

[1] **Thiers Gomes da Silva**: graduado em Comunicação Social com hab. em Radialísmo, Mestrado em Comunicação e Poéticas Visuais, atualmente, matriculado na categoria aluno especial doutorado na disciplina "Mediação da Informação" do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Informação da Faculdade de Filosofia e Ciências da UNESP/Campus de Marília-SP. Professor no Curso de Radialísmo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP, campus de Bauru-SP. Com experiência em produção e locução radiofônica e também na sonoplastia para o teatro.
[2] **Oswaldo Francisco de Almeida Júnior :** Doutor e mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UNESP/Marília

O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

INTRODUÇÃO

O rádio, meio de comunicação social, pode servir de suporte para a informação. Na relação entre a emissora radiofônica e a audiência, pode-se verificar: a mediação pessoal, grupal, organizacional, tecnológica e do público. Nestas mediações, que formam o suporte material de todo o conjunto auditivo, há a evidência da dimensão ou interferência subjetiva, ou seja, temos a presença dos operadores intelectuais, cada um com suas experiências de vida, conhecimentos, interesses, necessidades, crenças, opiniões, motivações, expectativas e repertório cultural como fatores na interpretação dos fatos. Na mediação tecnológica, que condiciona a evolução do rádio, pode se verificar que os sons radiofônicos, primeiramente desconstruídos durante a transmissão técnica estão substancialmente alterados quando chegam ao ouvinte, nota-se que determinados equipamentos requerem o uso de procedimentos específicos que, por planejamento, podem interferir no resultado final da produção radiofônica, logo, o som no rádio não corresponde à experiência acústica natural, pois é um som artificial, resultado de uma série de intermediações de equipamentos e máquinas que não permitem uma fidelidade aos sons originais.

O RÁDIO INFORMATIVO

Nem todos os indivíduos, na coletividade, possuem entendimento e tempo suficiente para compreender, assimilar e fazer uso dos conteúdos orais transmitidos pelo rádio. Os ouvintes

de rádio, praticamente invisíveis aos produtores radiofônicos, são "pessoas que não partilham os mesmos códigos e não atribuem, por exemplo, às regras de organização do espaço e da administração do tempo a mesma significação simbólica" (MATTELART, 1999, p.69).

O rádio ideal deve visar o coletivo social com o objetivo de educar e instruir os ouvintes, mesmo que a mensagem oral ou sonora apresente limitações se comparada a outros meios de comunicação.

O som radiofônico não é captado da mesma maneira por todos os ouvintes, pois existem os atributos fisiológicos onde os "filtros" auditivos, além de receber ou não a mensagem, também atenuam sons inesperados ou irrelevantes, como também há o condicionamento cultural que os ouvintes fazem opção pela audição de programas musicais. É fato comum que nos ouvintes a suas observações e percepções estão diretamente ligadas as suas próprias ideias ou pré-concepções, algo que, obviamente, interfere no conteúdo radiofônico que foi captado.

A informação no rádio surge através da oralidade de natureza profissional e planejada pelo radialista, sendo este um primeiro intérprete e processador dos conteúdos inseridos nos roteiros dos programas. Pode-se verificar na diversidade de ações, desta profissão, a intervenção humana manipulando tecnologias e realizando os processos cognitivos de percepção, transformação,

armazenamento, recuperação e utilização. "O impacto das tecnologias no processo de comunicação tem provocado uma reordenação dos processos de produção e distribuição de conteúdos o que significa também mudanças nas práticas e rotinas profissionais" (MIRANDA; SIMEÃO, 2002, p.01).

A atuação do radialista ou jornalista, nesta prática cognitiva, demonstra um poder efetivo, ou seja, uma significativa responsabilidade social de poder interferir, com o rádio, no cotidiano social, como, também, por este profissional, manter uma relação com as fontes de informação e seus interesses.

> "O profissionalísmo, porém, representa uma faca de dois gumes: se, por um lado, assegura este controle para as empresas, por outro forneceria uma base de poder independente aos jornalistas, o que poderia ser usado contra os interesses da empresa, já que a fidelidade dos profissionais as suas normas deontológicas os levaria a entrar em conflito com os intuitos lucrativos da organização comercial. Para compensar estes fatores e assegurar um controle mais efetivo, sem se chocarem diretamente com o profissionalismo, as empresas criariam suas normas editoriais próprias e um sistema de recompensa e promoção híbrido, de forma a não deixar de reconhecer os méritos profissionais e, ao mesmo tempo resguardar seus próprios critérios para preencher os postos estratégicos na hierarquia social" (SOLOSKI apud MEDITSCH, 2001, p.78).

O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

A subjetividade do público ouvinte, a percepção sonora, a ausência deste público do campo visual do locutor e a cognição instantânea são elementos que podem influir na produção de sentido das mensagens. Os ouvintes que recebem a informação da emissora por meio dos sons da fala do radialista ou jornalista podem ser cidadãos das diversas classes sociais com diferentes níveis intelectuais, ideologias, práticas religiosas, ou então, outras diferenças sociais.

Atualmente, com a segmentação da programação (que anula o caráter da homogeneização do perfil da audiência) em algumas emissoras radiofônicas, a participação do público ouvinte não pode ser tratada como última etapa do processo de comunicação. A mediação do público é um fator determinante na produção da informação, isso devido à ampliação do desenvolvimento e difusão das tecnologias interativas, principalmente, para potencializar a geração do conhecimento. “A segmentação de audiências retira do jornalismo o ideal, até então implícito, de um auditório universal para as suas mensagens. Dessa maneira, a mediação do público está presente não apenas na etapa posterior à emissão, mas, também, numa etapa anterior, como a intencionalidade que a orienta” (MEDITSCH, 2001, p.94).

O ouvinte deve ser validado como um agente de interferência na programação da emissora.

O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

A programação radiofônica pode, fazendo uso de temas e conteúdos, expressando-se por meio da organização e combinação da palavra, do efeito sonoro e da música, transmitir a informação. Mas, a mediação do profissional de rádio, para informar, pode ser determinada pela estrutura de uma organização com objetivos, valores e ideologias. Para algumas emissoras, o ouvinte pode ser visto como um consumidor e a informação como mercadoria; logo um tratamento que pode ser alvo de critica quanto à responsabilidade social dos meios de comunicação. Principalmente, nas organizações privadas (rádios, agências de notícias, publicidade etc.) coexistem objetivos e interesses diversos e até mesmo conflitantes.

O PROCESSO DE PRODUÇÃO E TRANSMISSÃO RADIOFÔNICA DA INFORMAÇÃO

É notável a crescente importância que a informação, o conhecimento e as inovações tecnológicas assumem na contemporaneidade. Observa-se um grande volume de informações transmitidas pelos meios, algo que faz com que emissoras e agências busquem novas estratégias e procedimentos organizacionais. A informação e o conhecimento são, atualmente, potenciais bens de valores.

Os conceitos de informação e de mediação da informação utilizados neste trabalho, acompanham uma concepção que, apesar de não ser hegemônica na área de Ciência da Informação, começa a ter maior visibilidade e a exigir reflexões e debates.

Para Almeida Júnior (2009, p.92), mediação da informação deve ser entendida e conceituada como:

> "toda ação de interferência – realizada pelo profissional da informação –, direta ou indireta; consciente ou inconsciente; singular ou plural; individual ou coletiva; que propicia a apropriação de informação que satisfaça, plena ou parcialmente, uma necessidade informacional."

Dois pontos devem ser salientados neste conceito: a ideia de interferência e a de apropriação. A interferência da ação do profissional da informação implica em reconhecer que seu fazer não é neutro e imparcial. Ao contrário, a impossibilidade destas são evidentes quando se assume a ideia de interferência implícita em toda ação desse profissional. Por sua vez, a apropriação pressupõe muito mais do que um mero acesso ao suporte informacional, isto é, a apropriação se concretiza quando uma informação é compreendida, entendida, quando faz ela sentido para quem se relaciona com o suporte informacional.

Ainda acompanhando Almeida Júnior (2009, p.97), defende-se que a informação:

O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

> "A informação existe apenas no intervalo entre o contato da pessoa com o suporte e a apropriação da informação. Como premissa, entendemos a informação a partir da modificação, da mudança, da reorganização, da reestruturação, enfim, da transformação do conhecimento. Assim entendida, ela, informação, não existe antecipadamente, mas apenas na relação da pessoa com o conteúdo presente nos suportes informacionais. Estes são concretos, mas não podem prescindir dos referenciais, do acervo de experiências, do conhecimento de cada pessoa."

A ideia da adoção de um procedimento para a transmissão da informação que equivale a uma atitude de simplificação explicativa de termos, expressões, invenções ou proposições específicas de algum fato ou acontecimento, faria com que o produtor radialista ou transmissor da mensagem estivesse sujeito a críticas oriundas de ouvintes com altos graus de instrução e capacidade de análise. Observa-se que o rádio pode atingir uma grande quantidade de ouvintes, cada um com seu devido ponto de vista. Para acessar o rádio se pode fazer uso de diversas tecnologias: equipamentos transistorizados, computadores, celulares etc.

Atualmente, as tecnologias digitais que incluem, dentre suas determinadas funções, a diminuição dos equipamentos e a amenização das variadas formas de incidência do ruído nas mensagens, têm significativa influência na organização da produção de programas radiofônicos, logo, não se valida à produção apenas em termos financeiros e nem apenas do ponto de vista da emissão.

O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

O acesso ao mundo dos fatos, dos acontecimentos é, geralmente, realizado por uma mediação, seja pelos meios de comunicação, das ideias, dos valores, ou então, de pontos de vista. A assimilação da informação pressupõe uma alteração, uma modificação do conhecimento. Para alguns pesquisadores e filósofos, o conhecimento advém da experiência, a formação do conhecimento provém da intersecção dos cinco sentidos humanos. Já para os racionalistas existem conceitos anterior ou além da mente. Em uma possível síntese destes pontos de vista, as coisas, o aprendizado, a formação do conhecimento não são apenas derivados da experiência, mas também de processos internos da mente, logo, a razão participa da experiência. Em suma, a capacidade humana de abstração, apesar dos cinco sentidos não poderem informar o que as coisas são em sua totalidade, tende a levar nosso pensamento em camadas mais abrangentes – uma experiência de mundo própria de cada um – sendo caracterizada, nesse sentido, a mediação pessoal.

Refletir ou pensar sobre o conhecimento, atualmente, não deve ser um procedimento reducionista racional, mas, pelo contrário, sobre uma perspectiva integral. Para compreender o conhecimento:

> "/.../ precisamos estar inseridos em um novo paradigma que pressupõe educar sempre dentro de uma visão de totalidade. Educar pessoas inteiras que integrem todas as dimensões: o corpo, a mente, sentimentos,

O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

> espírito, psiquismo; o pessoal, o grupal e o social; que tentem encontrar as pontes, as relações entre as partes e o todo." (MORAN, 1994, p. 233).

A informação é algo efêmero e pode durar apenas o período do intervalo entre o contato do ouvinte com o rádio. Componente do suporte da mediação, a apropriação da mesma implica na transformação do conhecimento. Ainda sim, a informação pode apresentar aspectos subjetivos derivados de um determinado contexto econômico e social.

A emissora radiofônica, *on line*, por exemplo, pode estar disponibilizada para a possível interferência do usuário, bastando esta apresentar links em um site específico para que o ouvinte ou usuário interaja com a informação, promovendo com isso a apropriação.

No rádio, a mediação acontece com a participação de várias pessoas interferindo no processo, logo, os sons radiofônicos são produtos da possível interação entre o roteirista produtor, o editor, o locutor, o rádio e os ouvintes.

> "A eficácia de comunicação dos meios eletrônicos, /.../, deve-se à capacidade de articulação, de superposição e de combinação de linguagens totalmente diferentes — imagens, fala, música e escrita — com uma narrativa fluída, uma lógica pouco delimitada, gêneros, conteúdos e ética pouco precisos, o que lhe permite alto grau de

O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

> entropia, de interferências por parte de concessionários, produtores e consumidores." (MORAN, 1994, p. 235).

A interatividade entre o suporte rádio e o ouvinte pode ser tanto maior quanto maior for o reflexo das raízes culturais e necessidades da audiência na grade de programação da emissora radiofônica, pois é o ouvinte quem deve ter destaque na relação interativa de maior ou menor proximidade com a emissora. O *dial* radiofônico é vasto e, atualmente, fazendo uso da Internet, é possível sintonizar qualquer emissora no planeta.

O público ouvinte, alvo principal como usuário dos sons radiofônicos, deve ser o objetivo de todos os processos de organização da produção e transmissão de programas da emissora, logo, pode haver uma espécie de relação de interdependência entre a rádio e os ouvintes. A emissora deve procurar saber quem são seus ouvintes. "Observar a acessibilidade de um produto consiste em considerar a diversidade de seus possíveis usuários e as peculiaridades da interação dessas pessoas com o produto, o que pode se manifestar nas preferências do usuário". (TORRES; MAZZONI, 2004, p. 152).

O profissional de radiodifusão deve sempre analisar a veracidade da oportunidade situacional como referência na elaboração dos programas.

O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

A produção da informação demanda não somente a utilização de seu conteúdo, mas envolve, principalmente, seu uso de uma forma sempre nova e criativa. Escrever para rádio, pensando na informação para ser ouvida, pode favorecer a organização de um repertório simbólico de discurso onde se previne contra a incidência do ruído e proporciona-se uma consistência ao processo comunicativo captando a atenção do ouvinte e, com isso, possibilitando a geração do conhecimento. Para ser mais atraente ou chamativo, o som radiofônico, mesmo uninsensorial, deve apresentar uma empatia, pois:

> "O conhecimento precisa da ação coordenada de todos os sentidos – caminhos externos – combinando o tato (o toque, a comunicação corporal), o movimento (os vários ritmos), o ver (os vários olhares) e o ouvir (os vários sons). Os sentidos agem complementarmente, como superposição de significantes, combinando e reforçando significados." (MORAN, 1994, p. 233)

O roteiro de determinada produção radiofônica deve ser elaborado de forma que se configure em um programa com alta capacidade de entendimento e, se possível, que aguce os sentidos sem exigir grande esforço ou atenção do ouvinte, pois este, em geral, está ausente do campo visual da informação como também realizando alguma atividade paralela ao ato da audição.

Pode-se afirmar que o rádio se expressa quando existe elaboração prévia da mensagem, quando o roteiro permite ao locutor

sentir-se firme e seguro do que diz, principalmente quando esse roteiro é escrito a partir de uma concepção artística, utilitária, um procedimento inteligível e uma hierarquia estética que o torna chamativo ao repertório de conhecimento dos ouvintes. Mas nem sempre este procedimento ocorre neste meio profissional o que, nesse caso, reflete a falta de sintonia entre a proposta da emissora e a audiência, ou seja, a rádio desconhece o perfil e as necessidades básicas de seus ouvintes.

O conhecimento individual é antes formado por adaptações e interações com o mundo através da mediação, sendo ele, conhecimento, pode ser classificado como tácito ou explícito. A informação só se concretiza com atos de interpretação e esta prática é realizada a partir do repertório referencial de conhecimentos de cada ouvinte e, embora registrada e não permanente, a informação pode transformar o conhecimento e possivelmente causar a reconstrução deste mesmo. O som radiofônico pode ser capaz de informar, formar, educar e também moldar a realidade social, algo como uma "contaminação" linguística. Todo esse processo é configurado na mediação para a geração do conhecimento.

A linguagem permite que um emissor, por meio de um conjunto de elementos ou princípios construtivos sonoros (palavra, música, efeitos sonoros) e não sonoros (o silêncio), combináveis entre si e compartilháveis socialmente, possa transmitir informação e

entretenimento. Entre os autores que lidam com a Ciência da Informação - buscando uma relação com o rádio, pode-se citar:

> "A Ciência da Informação é uma parte da ciência da comunicação que diz respeito ao ato completo da comunicação, em particular seus aspectos humano, econômico, jurídico e social. Esta definição de ciência da informação parece reduzida aos aspectos técnicos, contudo isto representa um campo de interação com outras disciplinas, largamente variadas e mesmo muito antigas e suficientemente vastas e ricas para chegarem às pesquisas de caráter fundamental, podendo assim enriquecer, com retorno, as outras disciplinas." (BOUCHE, 1988, p. 100).

O descobrimento do rádio é resultado de uma sequência de experiências científicas voltadas para o fenômeno da comunicação. Foram experimentos que se sedimentaram desde as teorias sobre o magnetismo até o envio de sinais à distância sem a utilização de fios e cabos e, atualmente, o crescente uso das tecnologias digitais. O emprego de tais tecnologias, sem dúvida, aumenta a velocidade de acesso e transferência da informação em escala mundial.

A radiodifusão continua passando por um processo evolutivo, utilizando grande número de inovações tecnológicas e progressos científicos. Esta contínua busca de novas tecnologias justifica-se porque "o desenvolvimento tecnológico imprime um ritmo forte aos diversos setores da economia brasileira. As áreas que

precisam desenvolver-se tecnologicamente buscam insistentemente informações para digerir, entender, aplicar e melhorar suas próprias tecnologias." (VALENTIM, 2002, p. 93).

Relacionando-se a informação, as novas tecnologias e os meios de comunicação pode-se destacar que:

> "A atual revolução tecnológica caracteriza-se não pela centralidade de conhecimentos e informação, mas pela aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso." (FADE: MORAIS, 2005, p.38)

Para que o ouvinte de rádio, capte, amplie ou altere o conhecimento é primordial que tenha um amplo acesso à informação. Evidentemente que esta amplitude pode apresentar uma redundância devido à homogeneização da informação ocasionada pelo predomínio das assessorias de comunicação de órgãos públicos e privados que, em primeiro instante, são fontes conhecidas dotadas (mesmo que discretamente questionadas) de credibilidade. Neste sentido, diante da relação entre a emissora radiofônica e a agência de notícias ou assessorias de comunicação, a informação apresenta um custo financeiro.

Todo ouvinte tem um conhecimento tácito e outro explícito. O conhecimento explícito, quando exteriorizado, em acordo

com a literatura da área de Ciência da Informação torna-se informação. Esta, por sua vez armazenada, organizada e, quando posteriormente disseminada, pode se tornar conhecimento. Em oposto a essa concepção, defende-se aqui, acompanhando Almeida Júnior, que todo conhecimento exteriorizado transforma-se em proto-informação. Nesta situação, a informação somente se concretiza caso o ouvinte esteja em relação com seu com um suporte informacional, ou seja, além de ter seu equipamento ou receptor sintonizado na emissora também tem a devida atenção às palavras radiofônicas.

Para ser analisado, o processo de disseminação dos conteúdos e a possibilidade de formação do conhecimento na audiência, a emissora pode optar por verificar o conteúdo das comunicações enviadas pelos ouvintes: fax, e-mail, twiter, Msn, telefonemas, respostas de questionários etc. A informação radiofônica existe quando o ouvinte relaciona-se com o suporte informacional e, logo após, esta relação, entre o rádio e o ouvinte, pode ser gerado um conhecimento.

O rádio informativo, criado no século XX é um meio muito importante para a sociedade, tem em seu processo a mediação, pois pode gerar conhecimento. Deve-se saber, primeiramente, que é necessário submeter-se à procedimentos específicos para a transmissão da informação e da assimilação de seu conteúdo, pois enquanto suporte da informação apresenta uma linguagem específica.

O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

Desde a sua invenção até os dias de hoje, o rádio passa por muitas transformações tecnológicas. O transporte da informação através da variação ou combinação de pontos e traços (código *Morse*) evoluiu para a transmissão da fala, com a invenção do telefone e, atualmente, os sistemas digitais de gravação e transmissão. A invenção do rádio é consequência de diversas experiências científicas; trata-se de um suporte propagador de falas que elimina as distâncias geográficas. Existem várias emissoras e nesse conjunto podem estar no ar a programação de emissoras comerciais, culturais e educativas, comunitárias e até mesmo as emissoras piratas.

Com conteúdos produzidos em uma estrutura relativamente simples, o rádio ainda é o veículo de maior penetração há várias décadas; a radiodifusão acompanhou o desenvolvimento de várias gerações. Atualmente, o ouvinte tem uma significativa participação mesmo involuntária na produção de programas de algumas emissoras radiofônicas. Mas, ainda ocorre que na maioria das ocasiões, em muitas emissoras radiofônicas, a mediação do público ouvinte é elemento significativo após a captação e produção da informação.

No processo de organização da produção existe a triagem da informação onde consta um mediador e, no caso do rádio, a direção da emissora opta por transmitir a mensagem sonora,

orientando seus radialistas e jornalistas para dar tanto a ênfase como também o formato do programa para determinado termo ou assunto, logo a emissora faz a escolha da "informação".

Quando a emissora tem a percepção, por meio de telefonemas, e-mails, fax ou msn (*messenger*), de que ocorreu no ouvinte a apropriação da informação, ou seja, a integração ao conhecimento pessoal do ouvinte, a consequência disso é a dissolução da informação. Esta apropriação pode ser intencional ou não, pois depende do modo que o ouvinte possa estar ouvindo os sons radiofônicos.

O rádio pode formar opinião, gerar cultura e diversos pontos de vista. A palavra radiofônica pode gerar o conhecimento. Pode-se fazer uso da palavra radiofônica para moldar pensamentos, transformar emoções e até mesmo provocar ações. Por exemplo, durante a Segunda Guerra Mundial, 1939 a 1945, quando o sucesso da Grã-Bretanha se encontrava em jogo, a locução radiofônica do primeiro ministro e também orador Winston Churchill, com seu famoso chamado "A melhor hora" contribuiu para alterar a vontade dos cidadãos ingleses de tal modo a resultar em uma coragem incomparável nos soldados, algo que contribuiu para acabar com a ilusão do ditador alemão Adolf Hitler de conquistar a Europa.

No rádio, uma seleção eficaz de palavras para realizar a locução pode, posteriormente, expandir as emoções mais

fortalecedoras e, no caso oposto, pode até mesmo causar destruição. Profissionais experientes da radiodifusão conhecem o papel poderoso que as palavras radiofônicas podem desempenhar tanto para emocionar como também desafiar, ousar, fortalecer e levar o ouvinte a ação.

Os sons radiofônicos podem estar compostos de quatro elementos: palavras, efeitos sonoros, fundos musicais (ou músicas) e o silêncio.

Ao executarem-se audições de programas radiofônicos, com exceção de produções estritamente musicais, pode-se concluir, após uma análise, que o som radiofônico comprova que a palavra possui uma presença muito maior que os outros elementos.

A palavra radiofônica, como resultado da mediação, pode condicionar as atitudes e preferências dos ouvintes, porém isso não significa que a emissora venha amplamente a tratar seus ouvintes como pessoas “programadas”, pois as personalidades são variáveis e até mesmo mutáveis. A língua e os meios de comunicação são as bases principais de todas as civilizações.

O progresso social de uma determinada sociedade está relacionado com a linguagem, sendo esta o instrumento central de comunicação dos povos. Porém, evitar o excesso da palavra, na produção e transmissão da informação, pode amenizar, ou, até

mesmo, evitar a tensão auditiva, ou seja, um alto grau de concentração no ouvinte para ele se apropriar da informação. Muitas emissoras radiofônicas não valorizam a linguagem ou a característica do suporte; nota-se a transmissão de programas noticiosos, por exemplo, onde a quantidade prevalece sobre a qualidade.

Este procedimento reflete um comportamento social que pode ser derivado da sempre atuante evolução tecnológica, onde o conteúdo humano é pouquíssimo incidente, logo se observa nas personalidades a substituição do desejo de ser pelo desejo de ter; sem dúvida, uma lógica tecnicista.

Também se pode verificar na sociedade um acentuado condicionamento cultural no que se refere a ouvir rádio. Trata-se da preferência pela audição de programas musicais. Profissionais do rádio mais experientes determinam que no rádio, em algumas situações, a música pode ser empregada para assumir um caráter comunicante, mas não é esse o único modo de emprego da música. Dentre essas se pode destacar: a música sendo utilizada para identificar uma emissora, para estimular, no ouvinte, o ato de recordar um fato já citado pela locução, em um programa radiofônico; a música também pode ser usada para descrever um lugar por associação de informações e sons, por exemplo, uma música de percussão para definir uma geografia ou país.

Há situações, também, em que a utilização da música instrumental tem como função espaçar ou fornecer um tempo para que o ouvinte possa assimilar os conteúdos apresentados e refletir sobre eles. Ao discorrer sobre música muitos pesquisadores caracterizam-na como um idioma universal. A capacidade sugestiva e envolvente da música não reconhece fronteiras nem políticas ou idiomas.

Outro aspecto de destaque pode ser observado no processo de comunicação unidirecional (algo ainda muito usado por diversas emissoras radiofônicas). A seqüência “emissor - receptor (ouvinte)” pode ser considerado um sistema fechado que generaliza o perfil do ouvinte, tal sequência, vale lembrar, baseia-se na concepção matemática da informação e sustenta-se em aspectos muito mais quantificáveis do que subjetivos da informação. O modelo tradicional de comunicação - emissor - mensagem - receptor - pode ser caracterizado como autoritário e diretivo algo que, se for alterado, com vistas aos aspectos da cidadania e da democracia, pode destacar as opções de escolha do ouvinte, gerando um questionamento sobre o processo de transmissão da informação na relação emissora x ouvinte.

O rádio, se devidamente tratado com seus programas de informação, se ajustado às necessidades dos usuários / ouvintes, pode promover o debate social, ao transmitir amplamente informações com temas e assuntos diversificados que sejam muito

influentes nos desdobramentos sociais. Esse meio de comunicação, estando em sintonia com o cotidiano do público ouvinte, transmite informações que podem gerar a reflexão na audiência, ampliando o conhecimento ao estimular o interesse do ouvinte por assuntos de grande relevância no seu cotidiano social.

No rádio, a informação é efêmera. Enquanto suporte, deve ser trabalhada para assimilação ou apropriação máxima da mensagem sonora, observa-se que, nesse sentido, cada um dos suportes (meios de comunicação) tem um procedimento específico para interferir na produção da mensagem. Logo, pode ser duvidosa a questão da neutralidade e da imparcialidade dos meios de comunicação na formulação e transmissão da informação. Destaca-se, por exemplo, que em um sistema político neoliberal, a interferência do Estado é diminuída e quem dita “as regras” é o mercado, logo a informação, neste caso, como recurso útil, efêmero e descartável, passa a ter um custo.

Atualmente, existe uma, nem sempre discreta, cobrança no senso comum de que todos os ouvintes devem estar bem informados, mas a informação é volátil e, ainda sim, pode ser questionado o que seja estar bem informado. O rádio além de não manter por muito tempo a informação preservada, devido as suas características específicas de meio de comunicação, também ainda não tem um banco de dados contendo um amplo referencial sobre o que o ouvinte faz com as informações que recebe.

O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

O rádio pode incidir positivamente sobre o coletivo social com o objetivo de educar e instruir os ouvintes. Estes ouvintes podem ser cidadãos das diversas classes sociais com diferentes níveis intelectuais, ideologias, práticas religiosas, ou então, outras diferenças sociais. A programação radiofônica pode, fazendo uso de temas e conteúdos, expressando-se por meio da organização e combinação da palavra, do efeito sonoro e da música, propor a transmissão da informação em programas contendo elementos de instrução e até mesmo com características voltadas para o entretenimento educativo.

Nos dias atuais, o rádio, muito além de transmitir informações, deve ter por desafio formar ouvintes conscientes, que saibam transformar a informação em conhecimento, que saibam usar esses conhecimentos em benefício próprio e de sua comunidade. Porém, “o conhecimento não pode ser reduzido unicamente ao racional. Conhecer significa compreender todas as dimensões da realidade, captar e expressar essa totalidade de forma cada vez mais ampla e integral.” (MORAN, 1994, p. 233). O uso do rádio para a transmissão da informação pode contribuir para desenvolver competências e habilidades que viabilizem as comunidades para realizar um projeto de vida e de sociedade. É inegável a importância do rádio para a transmissão da informação. Um perfil das características ou indicadores das condições sociais, culturais de uma determinada comunidade de ouvintes pode

contribuir decisivamente para a elaboração do formato adequado de programa.

Ainda estamos longe de uma mediação, onde, neste caso, o rádio possa fortalecer um modelo comunicacional horizontal, democrático e participativo, na medida em que seus indivíduos atuantes são todos sujeitos com sentimentos e valores próprios. É na prática interativa e co-participativa do diálogo com o ouvinte, que o rádio pode propagar amplamente a geração do conhecimento. No trabalho da produção radiofônica da informação deve se considerar as impressões da mediação onde:

> "idiossincrasias pessoais, valores e saberes profissionais, constrangimentos e orientações, organizações, fixações espaço-temporais rotinizadas, condicionamentos técnicos e tecnológicos, injunções econômicas e políticas de terminações históricas e culturais estabelecem as possibilidades, e os limites, da abordagem da realidade operada pelo rádio informativo" (MEDITSCH, 2001, p.280)."

O processo de mediação, de forma bastante acentuada, também está presente no âmbito das tecnologias digitais que estão cada vez mais influentes onde se observa, dentre outras ocorrências, a diminuição dos equipamentos, a amenização das variadas formas de incidência do ruído nas mensagens e a alteração da organização da produção e da recepção em emissoras de rádio. "Na medida em que as condições técnicas são alteradas, as

limitações variam e a linguagem se modifica, com implicações sobre os conteúdos a que dão forma" (MEDITSCH, 2001, p.115).

O rádio é um meio de comunicação muito econômico, se comparado seu processo de produção às outras mídias, pois dispensa as tecnologias necessárias à captação e processamento de imagens. Fazendo uso apenas da organização inteligível do som, o rádio pode acelerar a disseminação da informação permitindo até mesmo aos analfabetos, com pouca escolarização, a apropriação dela.

Sendo a comunicação radiofônica o suporte da informação, na proposta deste trabalho, através da teoria da informação, é possível estabelecer dois polos que formam um sistema. Nisso pode ser analisada a quantidade de informação em um esquema linear. Neste esquema, os componentes para serem estudados são: a fonte da informação, o emissor, o canal e o receptor. "A fonte, ponto de partida da comunicação, dá forma à mensagem que, transformada em informação pelo emissor que a codifica, é recebida no outro extremo da cadeia" (MATTELART; MATTELART, 1999, p.60).

A fonte, o emissor, o canal e o receptor, na concepção defendida neste trabalho, têm graus possíveis de interferência muito próximos. Não se aceita a iniciativa do emissor como única forma de início da comunicação, assim como não se considera possível o feedback como a via exclusiva de interferência do receptor.

O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

Em consenso com a análise das mediações que interferem nos resultados, o rádio informativo pode promover o debate social estando em sintonia com o cotidiano político e social, pode transmitir informações que gerem reflexão na audiência; pode ampliar a educação ao estimular o interesse do indivíduo por conhecimentos de grande relevância no seu ambiente social.

No processo de produção de programas radiofônicos, a inclusão do estudo das mediações na transmissão e recepção radiofônica de programas informativos pode colaborar com o aperfeiçoamento da prática profissional e uma possível ampliação das possibilidades para a transmissão de conteúdos que gerem o conhecimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para que o rádio possa propagar amplamente a geração do conhecimento é necessária a prática interativa e co-participativa do diálogo com o ouvinte, isso pode ser realizado por meio de pesquisas de público, e-mails, telefonemas, cartas ou até mesmo visitas programadas à emissora. Fala-se aqui em estudo de usuário, campo específico e bem desenvolvido da área da Ciência da Informação.

Esta interação com a audiência faz com que diminua a incidência de do ruído na produção e transmissão da informação e permita ao ouvinte a apropriação da mesma, com mais facilidade.

A apropriação da informação implica na transformação do conhecimento, uma vez que esta, a informação, é efêmera é efêmera e apenas existe no período do intervalo na relação do ouvinte com a emissora. A mediação do ouvinte pode ser otimizada pelo uso das tecnologias interativas propostas pela emissora. Logo, esta interatividade pode potencializar a elaboração do conhecimento.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA JUNIOR, Oswaldo Francisco de. Mediação da informação e múltiplas linguagens. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v.2, n.1, p.89-103, 2009.

BIANCO, Nélia R. Del ; MOREIRA, Sônia Virgínia. (Orgs). **Desafios do rádio no século XXI.** São Paulo: INTERCOM; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

BOUCHE, Richard. Ciência da informação: ciência da forma. **Revista Ciência da Informação**. Brasília, v. 17, n. 2, p.99-104, jul./dez. 1988.

FADEL, Bárbara ; MOARES, Cássia Regina Bassan de. As ondas de inovação tecnológica**. Revista FACEF**, v.8, n.1, 2005.

LASTRES, Helena M. M. ; ALBAGLI, Sarita. **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História as teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MEDISTCH, Eduardo. **O Rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalísmo**. Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 2001.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio – uma guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

MIGUEL, Angel Ortiz; VOLPINI, Federico. **Diseño de programas em radio:** guiones, gêneros y fórmulas. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A., 1998.

O ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela / REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Thiers Gomes da Silva y Oswaldo Francisco de Almeida Júnior (2012)
A INFORMAÇÃO NO RÁDIO COMO ESTÍMULO A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO.
www.revistaorbis.org.ve / núm 23 (año 9) 51-78

MIRANDA, Antônio; SIMEÃO, Elmira. A conceituação de massa documental e o ciclo de interação entre tecnologia e o registro do conhecimento. **Revista Ciência da Informação**. Brasília, v. 3 n. 04 ag. 2002.

MORAN, José Manuel. Influência dos meios de comunicação no conhecimento. **Revista Ciência da Informação**. Brasília, v. 23, p. 233-238, maio/ago. 1994.

SUAIDEN, Emir. Dimensão e perspectivas sociais do acesso livre à informação. **Ciência da Informação,** Brasília, v. 35, n. 2, p. 7-8, maio/ago. 2006.

TORRES, Elisabeth F.;MAZZONI, Alberto A.. Conteúdos digitais multimídia: o foco na usabilidade e acessibilidade**. Revista Ciência da Informação**. Brasília, v. 33, n. 2, p. 152-160, maio/ago. 2004.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Informação em ciência e tecnologia: políticas, programas e ações governamentais – uma revisão de literatura. **Revista Ciência da Informação**. Brasília, v. 31, n. 3, p. 92-102, set./dez. 2002.

VOLPATO, Gilson. Ciência: da filosofia à publicação. 5 ed São Paulo, Cultura Acadêmica, 2007..

São Paulo, Cultura Acadêmica, 2007 (5 ed).