

10 e 11 de dezembro de 2024 - Evento remoto

Erejour Sudeste

“A extensão na formação em Jornalismo”



Rádio release: ferramenta de evolução, conexão e inovação nos comunicados de imprensa na contemporaneidade¹

Boanerges LOPES

(Universidade Federal de Juiz de Fora / MG)

O que mudou e o que mudará no mercado de mídia daqui para a frente?, foi a pergunta que marcou a realização da 2ª edição do Media Thinker Day, realizado no final de 2022. A editora-executiva e âncora da Band News FM, Sheila Magalhães, falou sobre a transformação do rádio, segundo ela o veículo que mais soube ‘beber’ nas novas tecnologias. De acordo com a ONU, no âmbito mundial, o rádio continua a ser o meio mais amplamente usado”. E tem até uma data em sua celebração, proclamada em 2011 pelos Estados-membros da UNESCO, e aprovada pela Assembleia Geral das Nações Unidas em 2012: 13/2. Em 2021, o Papa Francisco recordou o dia com a seguinte mensagem pelo Twitter: “o rádio tem esta beleza: leva a palavra para os lugares mais longínquos.”

Segundo o Inside Radio 2022, estudo feito pela KANTAR Ibope Media, 83% dos brasileiros ouvem rádio. O consumo por plataformas digitais contribui para que ele siga como uma das mídias de maior proximidade com os ouvintes/espectadores. Com características particulares como espontaneidade e imediatismo, o rádio se consolidou enquanto companhia, levando conteúdo e informação a qualquer tempo e lugar. Diante dos dias cada vez mais atribulados, o rádio é o veículo que permite a pulverização de atenção e que as pessoas absorvam conteúdo durante os deslocamentos, característica peculiar.

¹ Resumo expandido de Relato de Experiência apresentado no GP Produção Laboratorial – Eletrônicos e Impressos, no 2º Encontro Regional Sudeste de Ensino de Jornalismo (Erejour Sudeste).

10 e 11 de dezembro de 2024 - Evento remoto

Crejor Sudeste

"A extensão na formação em Jornalismo"



Rádio release, ferramenta de AI

Ao acompanhar as transformações do mundo, o rádio evolui. Pela resiliência ou sustentabilidade. Ao se adaptar às mudanças cada vez mais constantes com as tecnologias se mantém como o meio de mobilidade e acessibilidade em todos os lugares e para todos. E ao explorar possibilidades de conexão destaca-se nos serviços para a sociedade – como crises políticas e socioeconômicas, epidemias etc.

Os dados também mostram que essa tradicional e renovadora ferramenta de comunicação continua extremamente relevante. Por exemplo, em um universo de 1200 jornalistas entrevistados ao redor do mundo, 63% vêem o press release como muito importante para seu trabalho diário. Do ponto de vista das organizações, as estatísticas também são animadoras: em nível global, 68% delas creditam o ganho de visibilidade à divulgação de press releases. E mais: 84% admitem que o envio de comunicados à imprensa é a melhor forma de apresentar novidades ao mercado.

No seu relacionamento com os veículos de comunicação, as assessorias de imprensa fazem uso de vários tipos de release. Autores como Duarte (2003) e Kopplin e Ferraretto (2001), adotam categorizações em que, entre outras possibilidades, o áudio-release se destaca, normalmente destinado a emissoras de rádio, com comentários ou entrevistas.

Ponderações - conhecido, mas pouco utilizado

Estratégia útil na hora de divulgar uma pauta para o rádio e até mesmo para outros veículos pela internet, em forma de gravações geralmente curtas – esse recurso de compartilhamento é conhecido, mas pouco utilizado. Pode ser de fácil acesso e bem usado no meio digital. De maneira prática, o áudio release tem sido uma solução para as assessorias informarem mais rapidamente os jornalistas ou até para os que desejam receber algo mais abrangente sobre determinado assunto, porém de modo conciso e objetivo. As produções do projeto Facom em Pauta sobre Rádio Release ou Áudio

10 e 11 de dezembro de 2024 - Evento remoto

Crejor Sudeste

"A extensão na formação em Jornalismo"



Release, bem como a literatura pesquisada e debatida durante as aulas de Produção Laboratorial em Assessoria de Imprensa no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora, MG, procuram demonstrar os aspectos positivos, mas também o que pode e precisa ser aprimorado na ferramenta para que possa ter sua utilização ampliada e consolidada diante das condições de avanço e expansão das redes sociais e das atividades profissionais que se desenvolvem na maioria das agências e estruturas de comunicação em funcionamento na realidade brasileira na atualidade..

REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto e Lima. **Manual do Radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Campus: 2001.

CHAGAS, Luã José Vaz. **Rádio expandido e o jornalismo**: as redações radiofônicas na fase da multiplicidade da oferta. *COMUNICOLOGIA - Brasília, UCB*, v. 10, n. 1, p. 29 –45, jan./jun. 2017.

Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/7456/5116>

DEL BIANCO, Nélia R. MOREIRA, Sônia Virgínia, **Rádio no Brasil, Tendências e Perspectivas**. Rio de Janeiro: Eduerj; Brasília: UNB, 1999.

DEL BIANCO, Nélia R. (org.) **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. Coleção GP's E-books vol.1. SP. Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora Intercom, 2012. São Paulo Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora Intercom, 2012. Disponível em:

<https://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/36de5131e92458974c7c409b6742cc2c.pdf>

DUARTE, J. (Org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e prática. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS. **Manual de assessoria de imprensa**. São Paulo, 1986.

FERRARETTO, Luiz Artur e KLÖCKNER, Luciano. **E o rádio? Novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

10 e 11 de dezembro de 2024 - Evento remoto

Crejor Sudeste

“A extensão na formação em Jornalismo”



FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzato: 2000.

KOPPLIN, E.; FERRARETO, L.A. **Assessoria de imprensa: teoria e prática**. 4.ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.

GAZETA NEWS. **Rádio Release é a solução para se comunicar com as rádios brasileiras**. Disponível em: <https://jornalgazetanews.com.br/podcast-radio-release-e-a-solucao-para-se-comunicar-com-as-radios-brasileiras/>

LAZZAROTTO, Leonardo. **Media Rádio, OOH e mobile**: as mídias que já estão mudando o mercado da propaganda. Portal Meio e Mensagem. 11/10/2022. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/proxima/radio-ooh-e-mobile-as-midias-que-ja-esta-mudando-o-mercado-da-propaganda>

LIMA, G.M. **Releasmania**: uma contribuição para o estudo do press-release no Brasil. São Paulo,

MARTINEZ, M.R.E. **Implantando e administrando uma assessoria de imprensa**. IN: NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias**. Cruz das Almas: UFRB, 2012.

VATICAN News. **O rádio e a sua beleza**: levar a palavra aos lugares mais longínquos, afirma o Papa. Portal Vatican News. 13/2/2021. Disponível em: <https://www.vaticannews.va/pt/papa/news/2021-02/papa-francisco-mensagem-dia-mundial-radio.html>