



PÓS COM

Programa de Pós-Graduação  
em Comunicação  
e Territorialidades - UFES

## O RÁDIO PÚBLICO BRASILEIRO DIANTE DOS DESAFIOS DO RÁDIO EXPANDIDO

Ivana Sonegheti de Mingo<sup>1</sup>

### Palavras-chave:

Rádiodifusão Pública; Mídias Sonoras; Democratização da Comunicação; Plataformização; Economia Política da Comunicação.

### RESUMO EXPANDIDO

Vemos hoje a plataformização da sociedade, influenciando no cotidiano e nas relações sociais, econômicas, políticas e culturais (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020). Neste sentido, o próprio conceito de rádio foi alterado, sendo visto não mais apenas como descrição tecnológica distribuído pelas ondas hertzianas, mas também como linguagem, instituição e criação cultural (FERRARETO; KICHINHEVSKY, 2010). O rádio na atualidade é um meio expandido, que transborda as ondas hertzianas e as mídias sociais (KICHINHEVSKY, 2016).

Em pesquisa divulgada a respeito do consumo de rádio no Brasil (INSIDE AUDIO, 2024), foi identificado que o veículo é escutado por 79% da população diariamente. Destes, 78% acessam o conteúdo via ondas hertzianas, e 69% dos ouvintes admitem escutar os conteúdos também por meio de plataformas digitais.

Pensando o cenário da plataformização da comunicação sonora, em recente pesquisa,

---

<sup>1</sup> Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Territorialidades na Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). [euivana@gmail.com.br](mailto:euivana@gmail.com.br)

o professor Marcelo Kichinhevsky defende que o rádio expandido entrou em uma fase “marcada pela prevalência de corporações que promovem uma reintermediação do mercado e concentram cada vez mais audiência” (KICHINHEVSKY, 2024, p. 54). Há dois lados a serem considerados: “por um lado, a ampliação de oportunidades para novos atores [...] por outro, uma concentração de poderes nas plataformas que acarreta ameaça à diversidade e à pluralidade de vozes” (KICHINHEVSKY, 2024, p. 55).

A pluralidade de vozes e a diversidade de ideias são pilares do serviço público de radiodifusão, um dever do Estado, assegurado e garantido como um direito da sociedade, visando o equilíbrio no debate na esfera pública (WEBER, 2017; UNESCO, 2001). No entanto, a partir da perspectiva da territorialidade (HAESBAERT, 2006; RAFFESTIN, 1993), e à luz da Economia Política da Comunicação (MOSCO, 2009), a disputa pela hegemonia na produção de sentidos foi constituída historicamente na radiodifusão pública brasileira dentro de uma lógica de mercado (MIÈGE, 2007; PINHEIRO, 2019), que valoriza o privado e o indivíduo em detrimento do bem público. Em perspectiva histórica, o rádio público sofreu desde a origem a interferência do lobby político-empresarial que atua na consolidação de políticas públicas para o setor (PIERANTI, 2007; REBOUÇAS, 2005). As consequências passam pela dificuldade de investimento em tecnologia e pela falta de interesse no desenvolvimento de uma radiodifusão que preste, efetivamente, um serviço público de informação de qualidade (DE MINGO, 2021).

Buscando verificar se este cenário de baixo investimento impacta na produção de conteúdo das emissoras públicas para o rádio expandido, foi realizada a presente análise exploratória. Trata-se de um levantamento quantitativo na plataforma *Spotify*.

O levantamento foi realizado por meio de busca manual pelo nome das instituições de rádio vinculadas aos poderes executivos estaduais. A coleta de dados foi realizada no *Spotify* entre os dias 29 de julho e 9 de agosto de 2024 e considerou os seguintes critérios: Instituição mantenedora da página, tipo de postagem (podcast ou playlist) e data do último episódio. Foram investigadas as 19 emissoras de rádio públicas



PÓS COM

Programa de Pós-Graduação  
em Comunicação  
e Territorialidades - UFES

vinculadas a governos estaduais. Destas, dez tem perfis na plataforma de streaming *Spotify*, sendo que somente sete tiveram episódios atualizados na plataforma entre julho e agosto de 2024.

Em uma segunda coleta de dados foi observada a participação de Universidades Federais na mesma plataforma. Foram consideradas todas as publicações de conteúdo e informação postadas a partir de contas vinculadas a 69 instituições. Como resultado, foi verificado que apenas 36 podcasts atualizados entre 29 de julho e 9 de agosto de 2024.

A pequena participação revelada nesta análise exploratória levanta a hipótese de que o baixo investimento nas emissoras públicas de rádio pode estar transbordando para o universo das mídias digitais, impactando na diversidade e pluralidade de vozes no território do rádio expandido, e ameaçando a busca pela democratização da informação.

## REFERÊNCIAS

DE MINGO, Ivana Sonegheti. **As emissoras estatais de rádio e a radiodifusão de serviço público - estudo de caso sobre as emissoras de rádio vinculadas ao poder executivo no Brasil**. Dissertação de mestrado. UFES, Vitória, ES.

FERRARETO, Luiz Artur; KICHINHEVSKY, Marcelo. In: MELO, José Marques (org.) **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação – Dicionário Brasileiro do Conhecimento Comunicacional**. V. 1. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. p. 1009-1010, 2010.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização, do “fim dos territórios” à multiterritorialização**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

INSIDE AUDIO 2024. **KANTAR Ibope Media, 2024**. Disponível em <https://kantariopemedia.com/inside-audio-2024/> Acesso em 28 de abril 2024

KISCHINHEVSKY, M. **Cultura do podcast: reconfigurações do rádio expandido**.



PÓS**COM**

Programa de Pós-Graduação  
em Comunicação  
e Territorialidades - UFES

Rio de Janeiro: Mauad X, 2024.

\_\_\_\_\_. **Rádio e mídias sociais:** Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

MIÈGE, Bernard. **As indústrias culturais e mediáticas:** uma abordagem sócio-econômica. MATRIZES, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 41-54, 2007.

MOSCO, V. **The Political Economy of Communication**. 2nd Ed. London: SAGE, 2009

PIERANTI, Octavio Penna. **Políticas públicas para radiodifusão e imprensa**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

PINHEIRO, E. B. B. **Radiodifusão sonora pública do Brasil: o processo de conformação do Serviço e os desafios de sua integração no ambiente digital**.

Tese de doutorado. UNB. Brasília, DF. 22 mar 2019

POELL, Thomas; NIEBORG, David; DIJCK, José van. **Plataformização**. Trad Rafael Grohmann. Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos n 22(1). Unisinos, RS. janeiro/abril 2020. p. 2-10.

RAFFESTIN, Claude. O território e o poder. In: \_\_\_\_\_. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993. (p. 143-217)

REBOUÇAS, Edgard. Os Atores Sociais do Lobby nas Políticas de Radiodifusão no Brasil. In: BEZZON, Lara Andréa Crivelaro (org). **Comunicação Política e Sociedade**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2005.

UNESCO. **Public broadcasting. Why? How?** 2001. Recurso Eletrônico. Disponível em <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058> Acesso em 17 ago 2025.

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI, Carlos. (Org). **Comunicação pública e política: pesquisas e práticas**. Florianópolis: Insular, 2017. p. 23-56.



PÓS COM

Programa de Pós-Graduação  
em Comunicação  
e Territorialidades - UFES

**Minicurrículo:**

Ivana Sonegheti de Mingo é mestra em Comunicação e Territorialidades na Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Foi vencedora em 2022 do prêmio Intercom de Pesquisa em Comunicação na categoria Mestrado Acadêmico. É formada em Jornalismo pela Faesa, onde também realizou o curso de especialização em Gestão em Assessoria de Comunicação. É coautora do livro “Nas Ondas do Rádio, o Espírito Santo em Sintonia – Rádio Espírito Santo: 70 anos no ar” publicado pelo Diário Oficial do Espírito Santo.