**ÁREA TEMÁTICA: COMUNICAÇÃO**

# WEBRADIO: NOVOS SUPORTES PARA O VELHO AMIGO DE ONDAS HERTZIANAS

**Autor e Apresentador[1] Juliane de Oliveira**

RESUMO – A voz com sotaque de "leite quente" chega do outro lado do mundo, potencializando o fenômeno denominado pelo sociólogo catalão Manuel Castells de "glocalização". A rádio web surge na internet para ampliar os limites de transmissão regional impostas pela potência dos transmissores de ondas hertzianas e pela legislação, além de evidenciar a necessidade de criar um estilo próprio de linguagem na rede das redes. A RadioWeb UEPG nasce com a finalidade de acompanhar a evolução dessa mídia, transmitir, trocar e construir conhecimento na Era da Informação através do sistema de podcast. O presente trabalho pretende relatar principais alterações, conceituais e práticas, ocorridas para o Radio a partir da invenção e utilização de novos sistemas de mídia, novos suportes e novas linguagens, apresentando características em evolução desse novo meio. Como é o caso da rádio web da Universidade Estadual de Ponta Grossa (RADIOWEB UEPG – radioweb.uepg.br).

PALAVRAS CHAVE – Suportes midiáticos, RadioWeb UEPG, Rotinas Produtivas.

[1] Acadêmica do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa / julianetel@ig.com.br.

## Introdução

O rádio é um meio de comunicação extraordinariamente rico, com uma narrativa singular e para muitos, fascinante. Tradicionalmente conhecida como um meio imediato e irrepetível, a rádio, com o advento na Internet, pode redefinir-se.

A chegada de sistemas multimídia vieram alterar a natureza do rádio, podendo transformá-lo de tal forma que obrigue a nós comunicadores reequacionar o conceito, questionando a validade da definição do que é o rádio e a sua comunicação. Sendo o rádio o meio que ao longo da história da comunicação mais facilmente se adaptou aos novos cenários tecnológicos, absorvendo-os para renovar a tecnologia de comunicação radiofónica, como será que o desafio do digital está a ser enfrentado por este meio?

O estilo hipermediático agora utilizado recorre a quase todos os recursos da comunicação em rede, fazendo distinguir os meios de comunicação modernos entre outros aspectos, pela convergência de mídias, pela interatividade, hiperligações, personalização e actualização constante. A Internet tem vindo a integrar o sistema de comunicação do rádio, apresentando-se, no momento, como um suporte complementar para as emissões radiofônicas. Estas transmissões vem na forma de streaming sob os formatos de broadcast ou podcast.

Uma vez que a Internet está a transformar a rádio, devemos então, desenvolver elementos de análise deste impacto, considerando as tecnologias e estruturas que alteram a comunicação deste meio. Considerando as possibilidades multimidiáticas deste sistema, quais serão então, os desenvolvimentos possíveis para a Internet em si e a rádio em particular, quando presente no mundo virtual?

Ao longo desta sumária análise, procuramos compreender a nova estrutura de comunicação radiofónica, através dos elementos que tradicionalmente compõem a sua linguagem e as alterações proporcionadas pela integração de vários modelos expressivos na extensão deste meio para a Internet.

Em termos gerais, encontramos um quadro analítico no qual prevalece um modelo de emissão em Frequência Modelada, ou broadcast (adotado principalmente pelas rádios FM) e outro, ainda em evolução, eminentemente convergente, que se faz dentro da proposta da RadioWeb UEPG. Este modelo, multimidiático, resulta da tendência integradora de meios, do objetivo do projeto em estar presente nas mais diversas demandas e da possibilidade do ouvinte de obter seus conteúdos (programas). Uma tendência positiva para a RadioWeb UEPG é passar a oferecer serviços que unem ao som, elementos escritos e visuais e junta-se a outros *media* para estar presente e responder às solicitações do consumidor multimídia, tão mais exigente a cada dia.

A programação apresenta-se de caráter generalista, mas deixa lugar para a emergência de um novo um modelo de cunho temático que especializa cada emissora em conteúdos monotemáticos e que se reflete também na especialização musical de algumas estações de rádio. A especialização a que a RadioWeb UEPG se propõe é numa informação educativa-cultural que possa orientar o ouvinte nas suas mais diversas situações. São programas de saúde, ciência, educação, cultura, cidadania, entre outras temáticas voltadas e envolvidas no dia-a-dia do usuário. Vide o nome que o projeto adota: "RAdioWeb UEPG: Uma proposta educativa para divulgar Cultura, Ciência e Tecnologia", este faz-se pela percepção da importância do tratamento desses assuntos para a sociedade e pela raridade, ou mesmo ausência, deste tipo de comunicação/divulgação.

## Objetivos

- Investigar as principais diferenças entre o Radio convencional e a Webradio, ou RadioWeb;

- Discutir (brevemente) as alterações ocorridas tanto na produção quando na recepção de Radio pelos novos suportes tecnológicos de counicação.

## Metodologia

A metodologia utilizada para a elaboração deste trabalho (resumo expandido) foi de observação sistemática das rádios instauradas na web seguida de extensa pesquisa bibliográfica.

Num primeiro momento, observou-se com o auxilio de técnicas de análise de conteúdo. Nesta metodologia, o ponto de partida é a mensagem, mas deve ser considerado as condições contextuais de seus produtores e assenta-se na concepção crítica e dinâmica da linguagem (PUGLISI; FRANCO, 2005, p. 13). Deve ser considerado, não apenas a semântica da língua, mas também a interpretação do sentido que um indivíduo atribui às mensagens. A análise do conteúdo, em suas primeiras utilizações, assemelha-se muito ao processo de categorização e tabulação de respostas a questões abertas. Criada inicialmente como uma técnica de pesquisa com vistas a uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa de comunicações em jornais, revistas, filmes, emissoras de rádio e televisão, hoje é cada vez mais empregada para análise de material qualitativo obtido através de entrevistas de pesquisa (Machado, 1991, p. 53). Minayo (2003, p. 74) enfatiza que a análise de conteúdo visa verificar hipóteses e ou descobrir o que está por trás de cada conteúdo manifesto", que é o que se busca no presente trabalho, para além de uma verificação técnica das alterações que o processo de "Revolução Tecnológica", verificada por Castells em meados dos anos 1990, trouxe para o Radio.

## Resultados

Verificou-se, a partir desta breve pesquisa, para além das alterações no aspecto técnico de produção em rádio, que a integração de práticas precedentes tem sido comum na evolução dos meios de comunicação. A rádio socorreu-se do cinema e da imprensa para compor uma nova estrutura comunicativa, da mesma maneira que numa primeira fase, a Internet integrou os meios existentes. A rádio instalou-se na rede, desenhou a sua identidade em *sites* na *web* e passou a participar da comunicação no ciberespaço, contribuindo para a evolução da Internet enquanto meio.

O conceito de rádio na Internet está ainda por ser definido, mas uma rádio com texto, e mesmo vídeo, foge ao modelo tradicional, atualizando um formato com cerca de oitenta anos de existência e fornecendo ao utilizador, que é também o ouvinte, um amplo conjunto de potencialidades, que até então seriam impensáveis.

Avançar propostas para classificar as formas que a rádio apresenta na Internet, pode fazer-se recorrendo aos termos que estão associados a esta nova realidade tecnológica, usando-os para estabelecer eixos de orientação nesta análise.

As emissoras que têm uma presença mínima na rede poderão enquadrar-se num modelo testemunhal, relativo a *websites* que nos indiquem apenas as informações essenciais sobre a estação, sem transmissão em directo das emissões, como é o exemplo da Webradio Reserva FM Comunitária (www.reservafm.com.br);

Outro, multimediático, corresponde aos operadores que exploram a Internet paralelamente à emissão regular, assumindo a sua presença na rede como mais um canal de difusão que transforma a rádio num modelo de comunicação multimídia (exemplifica-se pelas

várias rádios FM e/ou AM que adotam, além do aparelho de rádio, a internet como suporte para suas transmissões, utilizando de textos, áudio e até vídeos);

Há também, um esquema telemático, que se apresenta exclusivamente *on-line*, com serviços próprios, vulgarmente designado *webradio* (chegamos ao modelo RadioWeb UEPG, que pode trabalhar com o sistema de podcast (quando os conteúdos são postados na web e podem ser acessados dos arquivos de qualquer lugar da rede, em qualquer momento, é o caso da RadioWeb UEPG) ou, mesmo, produções simultaneas.

Na rádio, a Internet começou por ser utilizada essencialmente como ferramenta de trabalho. A partir da sua produção para as ondas hertzianas, muitas estações começaram a disponibilizar os seus conteúdos na Internet em *websites* próprios sem aumentarem nada ao formato inicial. Posteriormente, as estações começaram a produzir conteúdos específicos para a Internet, e surgiram projetos a operar exclusivamente neste novo meio de comunicação, sendo este o estágio que se desenvolve na atualidade.

Decorrendo em paralelo, mas num número menor de *websites*, o mais recente esquema operacional disponibiliza os seus conteúdos exclusivamente na Internet, sem emissão por ondas hertzianas e pode utilizar todas as potencialidades que a Internet oferece, na construção um produto completamente diferente, para o qual subscrevemos a designação utilizada de *webradio*.

**Classificação e exigências**

A classificação dos tipos de rádio pode fazer-se de acordo com perfil editorial da estação: rádios generalistas (que falam para um público geral, amplo); rádios locais; temáticas (sendo que a designação mais correta será especializadas). Importante lembrar que todas elas devem refletir no *website* aquilo que se passa em antena, construindo-o de acordo com o seu perfil editorial.

Cada estação que coloca a sua página *on-line* deve pensar nas vantagens multimídia e apropriar-se das combinações possíveis entre som e imagem, oferecendo a possibilidade de escutar material áudio em arquivo. Uma rádio generalista nacional deverá ter a informação que faz a actualidade, sem esquecer as referências à sua programação. O *website* de uma rádio deverá sempre estimular a visita e o regresso do utilizador, apresentando conteúdos com interesse e relevância para o seu público.

Na Internet, a rádio reúne música, informação e publicidade, em paralelo com outros componentes como animações, imagens estáticas ou em movimento. Os novos suportes permitem a introdução de componentes (gráficos, tabelas, fotografias, textos escritos, imagens de vídeo) que vêm complementar a informação disponibilizada pelo meio. Este aspecto vai obrigar a uma adaptação a esta nova forma de comunicar, com recursos que vão permitir produzir uma mensagem tão completa quanto possível.

O caminho a traçar para a *webradio* é mais complicado, porque são projectos que vivem exclusivamente na Internet e podem redefinir o próprio conceito de rádio, pelas possibilidades que o visitante não conseguirá encontrar no formato tradicional e pela difusão das emissões à escala mundial.

Depende da qualidade gráfica do seu *site*, para atrair os visitantes. Os novos sistemas de difusão para a rádio, desenvolvem novas formas e expectativas. São rádios que resultam da integração do multimédia num suporte também novo, o único que permite a convergência de meios. O esquema de funcionamento da rádio é alterado, apresentando os seus conteúdos de forma diferente preparados de acordo com o percurso que o *site* tem para oferecer, através de hipertexto e hiperligações.

As características da maior parte destas rádios obrigam-nos a pensar em novas designações para o conceito, pois em muitos casos é difícil precisar até que ponto não

passarão estes projectos de uma mera oferta de conteúdos para a rede, ainda sem definição concreta.

Face à convergência dos meios de comunicação social num só suporte, a rádio pode representar um dos diversos canais deste novo meio de comunicação, que se evidencia pelo estímulo à participação dos seus utilizadores e deita por terra a passividade da audiência. Mesmo no seu suporte em FM, as estações de rádio têm implementado sistemas de comunicação que favorecem a interactividade entre produtores e receptores, numa estratégia de acompanhamento das novas modalidades comunicativas que a Internet veio estabelecer.

## Conclusões

As sinergias que as novas tecnologias permitem, acabam por transformar não só a forma como se processa a comunicação, mas a própria essência dos meios de comunicação. Promove-se uma nova discursividade, pela combinação de elementos de linguagens diferentes, menos singular, mas contudo, mais rica, por via da utilização multimédia na construção da sua mensagem.

A extensão da rádio para a Internet, acarreta algumas transformações nas principais características deste meio que assim se aproxima da especificidade da comunicação na Internet, mantendo em relação à rádio tradicional, a difusão sonora.

O modelo multimediático, aqui analisado, comprova a fase de transição que a rádio, enquanto meio, atravessa.

Os modelos coexistem e não há ainda uma afirmação do multimédia sobre o FM, para além de que as estações criadas para emissão exclusiva na Internet estão ainda a procurar a sua identidade, não sendo, para já, uma ameaça ao sistema que prevalece.

Neste novo modelo, o sistema expressivo da rádio decompõe-se e multiplica-se, adicionando mais elementos ao som, num caminho que poderá vir a desvirtuar a sua importância e transformará o *website* de uma rádio num espaço multimédia onde a emissão radiofónica é apenas mais uma das propostas que a rádio tem para oferecer.

No modelo multimediático, a imediatez da rádio mantém-se, mas a mensagem pode ter dados adicionais que o suporte áudio não comporta e que estão disponíveis nas diferentes unidades que compõem o *website* da estação.

Os conteúdos das rádios na Internet enquadram-se numa estrutura tecnológica que lhe permite diversas ligações, numa extensão de um mundo de informação ilimitada, documentada e de fácil acesso a bases de dados especializadas. A ligação ao arquivo é uma nova esfera da comunicação, possibilitada pelo *on-line* e que vem desvirtuar a instantaneidade da comunicação radiofónica.

Os recursos hipermédia representam a possibilidade de interagir com o público e a estação, num processo de intercâmbio que recorre aos fóruns de discussão, salas de conversação, correio electrónico, votações e comentário de notícias, para tornar o ouvinte num elemento que passa a poder fazer parte da construção das emissões, aproximando-se do conceito de produtor da comunicação.

A expansão dos sistemas de difusão, comporta a fragmentação das audiências que se dividem em função do aumento do número de estações emissoras e da diversificação dos seus conteúdos. A escuta de programas em diferido e a selecção entre os vários canais que a rádio na Internet pode disponibilizar resulta num consumo diferenciado, de acordo com os interesses e necessidades de cada indivíduo.

A tecnologia veio permitir a ampliação da difusão e uma maior capacidade de armazenamento, favorecendo a utilização em função daquilo que os ouvintes/utilizadores determinem. Esta estrutura favorece a criação de novas formas de organização dos conteúdos

e a personalização, pela definição da informação que cada utilizador recebe por correio electrónico, ou da estrutura da página de entrada do *website.*

No geral, as estações de rádio apresentam *websites* criados em função das expectativas dos utilizadores, mas não têm ainda uma componente de informação e serviços que autonomize o *website* em relação ao FM. A escuta em directo, agenda de espectáculos e acontecimentos, notícias, informação biográfica sobre os artistas, informação sobre o tema que está a tocar no momento e os temas da *playlist*, descrição com fotografia da equipa que faz a rádio em FM, são os aspectos mais comuns nas rádios nacionais enunciadas para esta análise.

A possibilidade de interacção entre a audiência e os profissionais da rádio é potenciada na Internet, pelo recurso que algumas estações fazem aos fóruns de discussão e salas de conversação. Para além destes aspectos, a rádio na Internet pode afastar-se do seu conceito original e apresentar formas de transferência de músicas ou ficheiros, ou estabelecer esquemas de comercialização de produtos e serviços ou de alguns conteúdos do *site*, estabelecendo uma nova estrutura que concorre directamente com o formato tradicional da rádio.

A rádio na Internet desenvolve modalidades interactivas e constrói um sistema dialógico que altera tanto o modelo comunicativo da rádio como o comportamento das audiências. Cabe ao ouvinte a decisão de navegação pelo *website* da estação, assim como a selecção da emissão ou da consulta dos menus disponíveis, programando aquilo que deseja escutar, transformando o conceito de ouvinte num mais alargado que se poderá entender por utilizador.

A rádio afasta-se do seu conceito original e assume uma configuração multimédia que só a Internet pode oferecer. A convergência das tecnologias instaura novos formatos para velhos conteúdos, e obriga ao progressivo desenvolvimento do sistema de comunicações. Num futuro próximo, a rádio na Internet poderá ser banalizada a partir do momento em que o sistema digital se generalizar. A inovação mais recente, o sistema digital de radiodifusão (DAB -- Digital Audio Broadcasting), abre perspectivas até aqui nunca pensadas para a rádio, pela flexibilidade de um sistema inovador, cujos limites ainda não são conhecidos.

**Referencias**

**1. Bibliografia**

BASSETS, Lluís, *De las Ondas Rojas a Las Radios Libres*, Barcelona, Gustavo Pili, 1981

BELAU, Angel Faus, *La Radio: introduccion a un medio desconocido*, 2ª ed., Madrid, Latina Universitaria , 1981

HERREROS, Mariano Cebrián, *La Radio en la Convergencia Multimedia*, Barcelona, Ed. Gedisa, 2001

RODRIGUES, A. D., *O Campo dos Media*, Lisboa, Veja, s/d.

**2. Documentos Eletrônicos**

BOGADO, Benjamin F., *La radio como modelo de participación democrática*, (47, Setembro de 2002, ano III, vol. 2), *Sala de Prensa*, http://www.saladeprensa.org/art198.htm (12.10.02).

Webopedia. Disponível em <www.webopedia.com> , apud SOUZA, L.M.T.de, **As categorias do rádio na internet**. São Paulo, Idade Mídia, 2002.

NUNES, José Manuel, *Digital Audio Broadcasting (DAB): a Rádio do ano 2000*, (s/d), *Observatório da Comunicação* http://www.obercom.pt/revista/josemanuelnunes.htm (19 .04.01).

ROSIN, Larry e SHUL, Janet S., *Radio Station Web Site Content: an in depth look*, (2000), *Arbitron* http://www.arbitron.com/downloads/radiostationwebstudy.pdf (10.09.02).