



## Um Estudo Sobre a Situação das Webrádios de Manaus<sup>1</sup>

Manoela Mendes MOURA<sup>2</sup>

Walmir de Albuquerque BARBOSA<sup>3</sup>

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

### Resumo

O rádio tradicional é um meio de comunicação que alcança as massas e transmite por meio das ondas hertzianas música, informação e entretenimento. Nos tempos de internet, com um espaço em que as pessoas cada vez mais se apropriam de seus recursos, surge uma nova produção radiofônica, agora por meio da webrádio. Esta pesquisa visa apresentar um panorama do surgimento e atuação das webrádios que têm por sítio a cidade de Manaus.

**Palavras-Chave:** rádio; webrádio; webrádio em Manaus; rádio interativa; internet.

### Introdução

O rádio surgiu como um importante meio de comunicação por alcançar facilmente as massas. No Brasil, desde a primeira transmissão oficial radiofônica no dia 07 de setembro de 1922, na comemoração do Centenário da Independência, muita coisa evoluiu. Uma das primeiras mudanças diz respeito à sua função social. Concebido, inicialmente, para servir à educação dos que não tinham acesso à escola, logo se tornou veículo comercial, dinamizador do mercado de consumo de vários produtos, incluindo o da música popular, além das outras a ele destinadas: educar e informar. Passada a fase de ouro, ligada às produtoras e gravadoras de disco internacionais, passou a sofrer forte concorrência da nascente indústria da TV, que entra em atividade, no Brasil, em 1951. A descoberta do transistor é a grande responsável tanto pela volta do prestígio do rádio como pelas mudanças de hábito de sua audiência:

O transistor tornou-se uma importante saída para que o potencial do rádio fosse explorado em suas várias possibilidades com a vantagem de serem mais baratas, ágeis e noticiosas, inaugurando uma nova fase para o meio. Com o transistor tornou-se possível ouvir rádio a qualquer hora e em qualquer lugar sem precisar mais ligá-lo a tomadas. Sua dinâmica de transmissão cresceu enormemente (BARBOSA FILHO, 2009, p.43).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Audiovisual do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 01 a 03 de maio de 2013.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação de Ciências da Comunicação da Ufam, email: [manoela.moura@gmail.com](mailto:manoela.moura@gmail.com)

<sup>3</sup> Professor do Programa de Pós-Graduação de Ciências da Comunicação da Ufam, email: [walmirdeabarbosa@uol.com.br](mailto:walmirdeabarbosa@uol.com.br)



A utilização da Frequência Modulada (FM) e do satélite contribuiu para as melhorias do rádio. Mas um segundo momento de grande destaque surge com a internet, já nos anos noventa do século passado.

Luciano Klöckner (2010, p.467) aponta que em 1995 “a web comercial brasileira começa oficialmente neste ano (31 de maio), embora a primeira conexão tenha acontecido em 1991, e em 1994 a Embratel tenha oferecido os primeiros contatos à rede mundial”. Com o passar dos anos, as ferramentas da rede evoluíram permitindo que a convergência de meios de comunicação pudesse estar presente também online, potencializando, ainda mais, o processo de globalização do qual o rádio tradicional já era um dos pioneiros.

Anthony Giddens (1991, p.76) define a globalização “como a intensificação das relações sociais em escala mundial que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice versa”.

É nesse contexto de transformações que Nair Prata (2008, pg.220) explica o surgimento das webrádios, “quebrando vários paradigmas e o primeiro deles foi o suporte, determinando, a partir daí, diversas rupturas com o velho invento de Marconi, por meio da agregação de elementos textuais e imagéticos”.

Esta pesquisa vem analisar especificamente a situação das webrádios na cidade de Manaus, por meio de uma revisão de literatura para entender como este novo meio surge na internet, seus primeiros passos no Brasil e, com base nos estudos de Nair Prata (2008), e também, na capital amazonense.

O conhecimento sobre a realidade do funcionamento das webrádios foi possível a partir da identificação delas por meio da coleta e análise de conteúdo. A abordagem foi realizada usando questionários enviados por e-mail para os responsáveis pela manutenção dos sites e pela análise desenvolvida em três etapas: análise da estrutura da webrádio; a interação realizada com o público e outros sistemas; e a relação desse novo meio de comunicação com o marco regulatório do sistema de radiodifusão no Brasil.

### **O que é a Webrádio?**

Com as novas tecnologias da comunicação, o rádio, que anteriormente era transmitido via ondas hertzianas, passa a ser disponibilizado no ambiente comunicacional da internet. Muitos pesquisadores passam a discutir definições, que acabam por se configurar por meio de dois modelos:



1 Radiofonia analógica: emissoras que realizam transmissões analógicas através de irradiação e modulação das ondas eletromagnéticas, também chamadas de rádios hertzianas; 2 Radiofonia digital: a) emissoras de rádio hertzianas com transmissão digital e b) emissoras de rádio com existência exclusiva na internet ou webrádios (PRATA, 2008, p. 53).

O meio de acesso é novo, mas não extingue o anterior. “A partir do computador, a simulação *digitaliza-se* (a informação é veiculada por compressão numérica) e nos atuais termos tecnológicos, passamos da dominância analógica à digital, embora os dois campos estejam em contínua interface” (SODRÉ, 2011, p. 17).

O acesso da webrádio não é em aparelho receptor de ondas, mas em um endereço na internet por meio de uma URL (*Uniform Resource Locator*), em uma página, onde é encontrada a programação e outros recursos, como novas formas de interação.

Várias novidades são oferecidas pelas webrádios, como serviço de busca, previsão do tempo, *chats*, *podcasts*, biografias de artistas, receitas culinárias, fóruns de discussão, letras cifradas de músicas, etc. Há também fotografias na *homepage* e nas outras páginas, tanto imagens publicitárias, quanto fotos de artistas e de funcionários da emissora. Há também vídeos e infografia (PRATA, 2008, p. 60).

Os conceitos de *streaming* e do *podcasting* são comumente discutidos. “O *streaming* consiste em colocar no ar um sinal digital em tempo real. *Podcasting* consiste em distribuir um programa em MP3 ou outro formato” (HAUSMAN et all, 2010, p.14). Prata (2008, p.74) esclarece que “o *podcast* não pode ser rádio, na plena acepção da palavra. Para ser rádio, falta ao *podcast* a essencial emissão no tempo real do ouvinte e da sociedade no qual está inserido”. A compreensão dos conceitos colabora com o entendimento melhor sobre o papel da webrádio.

### **O Rádio na Internet e em Manaus**

O rádio disponibilizado na internet possibilitou que um novo público fosse alcançado e novas possibilidades no processo radiofônico surgissem. “Aqui no Brasil, a webrádio só chegou três anos depois dos Estados Unidos. No dia cinco de outubro de 1998 entrou em funcionamento a rádio Totem, a primeira emissora brasileira com existência apenas na internet” (PRATA, 2008, p.62).

Já a inserção da programação das rádios na internet e também a criação das webrádios em Manaus começaram a dar os primeiros sinais nos anos 2000.

O surgimento da internet foi determinante para o despertar do rádio amazonense que encontrou novas possibilidades, visto que entrou na era digital e se reinventou quebrando as barreiras do geográfico e propagando a cultura amazonense para públicos inimagináveis (MAFRA et all, 2011, p.02).

Essa área passou a ser comercializada e usada de maneira profissional por meio dos apreciadores de música, rádio e tecnologia que produziam webrádios pessoais, em Manaus. Portanto, esses primeiros passos são tipicamente experimentais, embora contivessem a ideia de comercialização.

Entre as primeiras webrádios, estão a Fusão e a Mall, ambas criadas em 2001. Elas pertencem à mesma empresa e têm objetivos diferentes: a primeira funciona como um laboratório para os estudantes do Curso Profissionalizante em Comunicação da Fundação Rede Amazônica, e a segunda serve como sistema de som interno do Studio 5 Festival Mall Manaus, que é um shopping de Manaus (MAFRA, 2011, p. 67).

Nova empreitada tem registro, apenas, em 2010, com a criação da webrádio Voxi Fm, que traz produções de forma mais profissional, possibilitando, assim, a abertura de novos nichos de mercado. Contudo, Mafra (2011, p.67) explica que “a webrádio começou a ser difundida, mas fez o caminho inverso da maioria das emissoras *hertzianas*, deixou de ter presença exclusiva na internet e passou a operar em FM, como rádio comunitária, o que Prata (2009) classifica como uma rádio *on-line*”.



Logomarca da Rádio Mall



Logomarca da Rádio Fusão



Site da Voxi FM

Desde o surgimento das primeiras webrádios até as mais atuais, percebe-se que há uma maneira diferente de se abordar, partindo antes de uma visão pessoal e com fins limitados para o foco profissional e, por último, a conquista do espaço mercadológico.

A ausência de legislação regulando a criação e funcionamento das webrádios, aliada à liberdade que a internet proporciona aos usuários resulta na falta de um controle de quantas rádios estão presentes na rede de comunicação virtual.

Quanto a audiência/ acesso, Nair Prata e Henrique Cordeiro Martins (2012, p.228) destacam que “é muito difícil definir, com precisão, quantas e quais são as webrádios brasileiras mais populares da rede, já que não há um órgão centralizador da aferição, como é o caso do Ibope nas emissoras hertzianas”.

Devido estes fatos, para que haja uma delimitação da realidade deste meio radiofônico da era digital, este artigo se utilizou do site [www.rádios.com.br](http://www.rádios.com.br) para ter conhecimento da situação das webrádios em Manaus, que não tem nenhum caráter oficial, embora goze de credibilidade como fonte de informação.

Este portal de Rádios e TVs ao vivo da internet tem cadastrada emissoras do Brasil e do mundo e desde 1997, faz um ranking das rádios mais ouvidas na rede utilizando levantamentos estatísticos e gráficos demonstrativos de acesso.



Portal Rádios

Em relação a capital amazonense, o site apresenta 18 webrádios cadastradas sendo elas: Rádio Som Flashback; Amazônia Web Rádio; Hineni Web Rádio; Interativa Pop; JoveMix Music Rádio; Manifesto Norte; Rádio Família Serteneja; Rádio Manauara; Rádio Manaus Gospel; Rádio Manaus Online; Rádio na Palavra; Rádio Seara Gospel; Rádio TeoPae; Rádio Vertical; Web Rádio Anunciar; Web Rádio Manaus; Web Rádio NB; e Webrádio Lembra Dessa.

Os segmentos que estão inseridos são: Flashback; Dance; Gospel Evangélica; Word Music; Pop-Rock/Rock; Sertaneja; Eclética, Brega; Católica e Romântica.

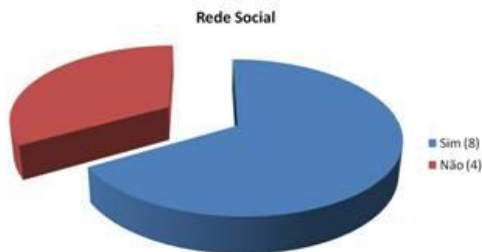


### Quadro das Webrádios em Manaus\*

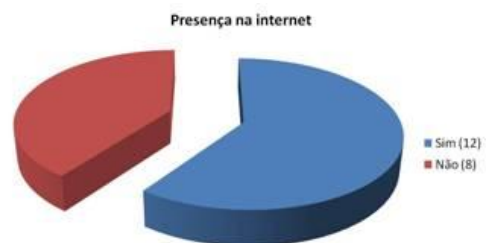
WebRádio	Segmento	Visita**	Disponível	Endereço
Rádio Som Flashback	Adulta - Flashback - Nostalgia	11.147	Sim	<a href="http://www.radiosomflashback.com">www.radiosomflashback.com</a>
Amazônia Web Rádio	Dance – Jovem	1.458	Não	-
Hineni Web Rádio	Gospel - Evangélica	1.747	Não	-
Interativa Pop	World Music	350	Sim	<a href="http://www.interativapop.com.br">www.interativapop.com.br</a>
JoveMix Music Rádio	Gospel - Evangélica	608	Sim	<a href="http://www.jovemixmusic.com">www.jovemixmusic.com</a>
Manifesto Norte	Pop-Rock	513	Sim	<a href="http://www.manifestonorte.com">www.manifestonorte.com</a>
Rádio Família Sertaneja	Sertaneja	14.454	Sim	<a href="http://www.familiasertanejademanaus.com.br">www.familiasertanejademanaus.com.br</a>
Rádio Manauara	Eclética	1.180	Sim	<a href="http://www.radiomanauara.com">www.radiomanauara.com</a>
Rádio Manaus Gospel	Gospel - Evangélica	767	Não	-
Rádio Manaus Online	Brega	686	Sim	<a href="http://www.radiomanausonline.com">www.radiomanausonline.com</a>
Rádio Na Palavra	Gospel - Evangélica	401	Não	-
Rádio Seara Gospel	Gospel - Evangélica	248	Sim	<a href="http://www.radiosearagospel.com">www.radiosearagospel.com</a>
Rádio Teo Pae	Eclética-Jovem	292	Sim	<a href="http://www.radioteopae.com">www.radioteopae.com</a>
Rádio Vertical	Rock	1.440	Não	-
Rádio Anunciar	Católica	48	Sim	<a href="http://webradioanunciar.blogspot.com.br">http://webradioanunciar.blogspot.com.br</a>
Web Rádio Manaus	Romântica	1.026	Sim	<a href="http://radiomanaus.webnode.com">http://radiomanaus.webnode.com</a>
Web Rádio NB	Gospel - Evangélica	365	Não	-
Webrádio Lembra Dessa	Flashback	5.222	Sim	<a href="http://www.lembradessa.com">www.lembradessa.com</a>

\* Cadastradas no [www.radios.com.br](http://www.radios.com.br) / \*\* Acesso no dia 24/03/13

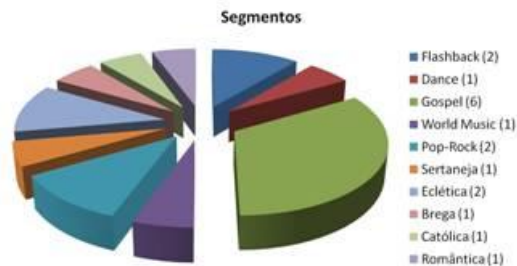
Das 18 webrádios, 12 estão no ar e as outras 6 estão sem acesso. E das que estão em funcionamento, 8 possuem registro no Facebook ou Twitter e 4 delas não possuem endereço em rede social. A maioria apresentada é do segmento voltado para o Gospel Evangélico, tendo apenas uma voltada para a Religião Católica. Os dois segmentos com mais ouvintes são o Sertanejo e o Flashback.



(Gráfico 01 – Uso da Rede Social pelas webrádios)



(Gráfico 02 – Presença das webrádios na Internet)



(Gráfico 03 – Segmentos das webrádios)

E para conhecer a estrutura, a proposta, a produção, as dificuldades, o conteúdo, o público e as aspirações buscando compreender a realidade em que estão inseridas, foram selecionadas três emissoras para um estudo mais aprofundado.

## A Pesquisa

O desenvolvimento deste trabalho partiu da pesquisa bibliográfica sobre as webrádios antes da coleta de informações e têm um propósito de pesquisa exploratória. Quanto a organização dos dados e apresentação adotamos o formato de quadros levando em conta o que recomenda Eva Maria Lakatos (2010, p.153), quando destaca que o quadro “é um bom auxiliar na apresentação dos dados, uma vez que facilita, ao leitor, a compreensão e interpretação rápida da massa de dados, podendo apenas com uma olhada, aprender importantes detalhes e relações”.

Após essa etapa, foram analisados os principais resultados, por meio dos gráficos: estes, “em geral, são empregados para dar destaque a certas relações significativas” (LAKATOS, 2010, p.154). A partir de então, foi possível escolher entre as webrádios,



as mais escutadas e aquelas com menos acessos registrados pelo portal [www.radios.com.br](http://www.radios.com.br), para análise dos casos.

Por meio do site, foram identificadas as opções de contato, que se configurou em e-mail, comentário ou formulário. O primeiro contato por e-mail foi realizado acompanhado de um questionário, contendo perguntas abertas, que Lakatos (2010, pg.187) explica que são “também chamadas livres ou não limitadas, são as que permitem ao informante responder livremente, usando linguagem própria, e emitir opiniões”.

Com os dados colhidos apresentamos, a seguir, o perfil das três webrádios e o espelho da realidade que as cerca.

### **Rádio Família Sertaneja de Manaus**

É a webrádio que possui o maior número de acessos no cadastro, surgiu inspirada em outra webrádio chamada Rádio Sertanejo Total, que atualmente não está mais na internet. No início era apenas um teste, ganhou público e a produção continuou com a proposta de torná-la conhecida em Manaus e apresentar o gênero musical



Sertanejo que, a cada dia, ganha espaço na audiência da cidade. Os gêneros Pagode, Romântica e Religiosa Gospel também são recorrentes.

A estrutura física conta com um computador, onde é realizada a edição das músicas e a preparação da programação. A gravação é realizada em outro estúdio. O diretor geral da webrádio é quem faz a manutenção do site, com a ajuda de uma pequena equipe que faz a seleção musical de cada programa. Há a necessidade de aumentar a equipe, o pode ocorrer com o apoio de um patrocinador para cobrir os custos, visto não ter sido possível o concurso de voluntários.

O conteúdo exposto no site é sempre referente a música e os temas são voltados para a cultura musical e campanhas de prevenção, como dengue e trânsito; e a promoção da alimentação saudável, na forma conselhos de saúde.

O público alvo tem mais preferência pela música, especialmente a sertaneja, e valoriza os autores e cantores atuantes na internet, com os quais podem ter a chance de entrar em contato via redes sociais como facebook, twitter, oukut usando o próprio link fornecido no site da rádio.





A principal dificuldade é a falta de patrocinadores, pois são poucos os comerciantes que acreditam da webrádio. A produção é realizada de improviso, falta estúdio compatível e equipamento adequado.

Foi constatado que os produtores estão preocupados com valores éticos, pois analisam e evitam as produções musicais de conteúdo racista ou homofóbico e aquelas que incentivem a violência e a bebida.

Os planos para o futuro: conquistar mais ouvintes, e conseguir a licença junto a Anatel para liberar uma frequência que torne a rádio em Emissora Comercial FM; a construção de um estúdio profissional de médio porte, com equipamentos de qualidade; alcançar os objetivos por meio de capacitação profissional.

De acordo com o diretor geral, a tecnologia facilitou a criação das webrádios porque a transmissão uma rádio não interfere na transmissão feita pela, não precisa dividir o espaço de transmissão. Além disso, a transmissão é livre, ao contrário das rádios convencionais, fora da internet, que necessitam de concessão, licença para operar e devem cumprir a legislação vigente em todos os detalhes sob a pena de perder a concessão.

Outro destaque é que as transformações tecnológicas no rádio, a migração do sistema analógico ao digital e a consolidação do rádio em internet afetam não apenas a tecnologia, mas as expressões socioculturais, porque a comunicação é um processo que viabiliza a troca de mensagens entre pessoas, se constituindo em uma atividade cada vez mais utilizada nas relações sociais humanas modernas.

Endereço eletrônico: <http://www.familiasertanejademanaus.com.br/>

### **Rádio Som Flashback**

Apresenta o segundo maior acesso, começou como um passatempo e tem como objetivo apresentar uma programação diversificada e tocar músicas internacionais e nacionais de 1959 até 2007, tendo apenas um computador com uma boa configuração e a utilização do programa AUTO DJ para a produção.



A Rádio Som Flashback não tem uma equipe, há apenas o presidente da rádio, que criou o meio e tem a ajuda de alguns amigos que fazem a locução de alguns programas. Para a contratação de funcionários é necessário a ajuda de patrocínio, o que não há.

Atualmente, dois amigos do responsável contribuem com um valor simbólico. A busca de patrocinadores ainda é uma meta a ser alcançada.

O público alvo é formado por pessoas que gostam do gênero musical Flashback, e que interagem por meio do e-mail para pedir música. Há a utilização também do Facebook. Não há problemas na manutenção, já que o programa é automático na transmissão do conteúdo. O trabalho maior é padronizar as configurações da música em relação ao bitrate e volume.

O conteúdo no site mostrado, por meio do código HTML, portais de notícias, onde os usuários podem lê as matérias sem sair do site, e também são utilizadas reportagens de sites locais, com os créditos das fontes de produção.

A preocupação na seleção do material é em relação às imagens, para não apresentar fotos consideradas pesadas ou chocantes.

Em relação às webrádios, o responsável destacou que muitas pessoas pensam em ganhar dinheiro com a produção delas, mas que na verdade é muito difícil a não ser que esta seja voltada para uma localidade específica. Ele explicou ainda que é boa a possibilidade de se criar uma rádio na internet, mas que é algo frágil porque pode ser que em uma semana ela não exista mais devido a falta de ouvintes, patrocinadores, manutenção do sistema, bom *layout* da página. Além do gasto com a empresa que fornece o serviço de web rádios.

Endereço eletrônico: <http://www.radiosomflashback.com/>

### **Web Rádio Anunciar**

Dona do mais baixo acesso entre as cadastradas, é uma iniciativa da Comunidade São Paulo Apóstolo do Bairro Jorge Teixeira, e foi criada com objetivo de apresentar os valores cristãos através de músicas que abordem a fé, esperança e amor.

Atualmente a estrutura física conta com uma sala acústica, um computador com programa para transmissão online e um microfone. A equipe é formada por três pessoas voluntárias, sem perspectivas de agregar mais recursos humanos.

A programação é voltada para jovens e adultos, e a interação é feita por meio das mídias sociais. E a produção de conteúdo, como a seleção musical, elaboração de mensagens e notícias são realizadas com atenção ao público, e tem como base a formação cristã e a





linha da Igreja de Manaus. A ética é não sair da proposta inicial. Além disso, contribuir para a educação ambiental, conscientização social, política e comunitária.

Entre as maiores dificuldades se encontra na parte financeira, no caso, o valor do host de transmissão e capacidade técnica de operação e pesquisa de novidades e divulgação. A rádio não possui anunciantes porque a proposta da rádio não visa lucro, é mantida com doações de amigos e ouvintes.

Entre as atividades planejadas para o futuro estão: a maior divulgação e a extensão de programação ao vivo.

Em relação às rádios convencionais, destacam a importância de investir em um canal de interação com o público a partir dos meios virtuais. E sobre o surgimento cada vez mais frequente de webrádios, o responsável destacou que é devido o meio ser forte instrumento interativo para expressar uma ideia ou ideal. O aumento crescente de banda de internet (instrumento facilitador de transmissão), baixa aproximadamente de 200% nos valores dos servidores Streaming de transição de pequeno porte. A internet possibilita a facilidade na produção, mas levar sempre em consideração a lei de direitos autorais, por isso, nunca disponibilizam músicas para serem baixadas.

Endereço eletrônico: <http://webradioanunciar.blogspot.com.br/>

### **Análise da Situação das Webrádios**

As informações adquiridas permitiram observar que as webrádios analisadas surgiram inicialmente de forma bem descompromissada e que o material de manutenção utilizado pode ser bem acessível ao usuário, dependendo da proposta que delineada.

(...) a internet abre possibilidades que o rádio propagado por ondas eletromagnéticas jamais nos ofereceu. Torna mais simples e barata a montagem de uma emissora e abre a possibilidade a qualquer cidadão, pelo menos na teoria. Sequer é necessário autorização do Estado, extingui-se a figura da concessão pública e a autoridade perde poder de influência. Teoricamente a censura desaparece (JUNG, 2011, p.75).

A manutenção é realizada com recursos próprios ou a contribuição de pessoas próximas. Ferraretto (2010, p.06) afirma que a produção de conteúdo acaba “retomando um associativismo comum nos primeiros momentos da radiodifusão, grupos de curiosos organizam-se repartindo custos e viabilizando, assim, *web rádios*”.

Em se tratando da relação com o público, levamos em conta a Teoria Geral dos Sistemas de Bertalanffy (2008, p.58) para analisar a relação midiática que envolve máquinas, o público e outros elementos como parte do sistema: “esta correspondência é



devido ao fato das entidades consideradas poderem ser interpretadas, sob certos aspectos, como “sistemas”, isto é, complexos de elementos de interação”.

Os ouvintes das webrádios mantêm contato pelos meios de comunicação disponíveis no site, que são as redes sociais, e-mail e formulários. A outra relação que se pode destacar diz respeito à sociedade de mercado, contexto no qual o sistema está inserido. Neste caso, nos valem de Ferraretto (2010) quando lembra o campo da economia política da comunicação, onde pontifica a indústria cultural onde as novas tecnologias exercem papel importante para o sistema capitalista.

Ou seja, neste caso, as webrádios muitas vezes se utilizam ou precisam de patrocinadores para existir, para por em prática o seu plano de ação. Para isso ocorrer necessário se faz ajustar seus objetivos aos interesses do mercado, do consumismo, ou de outros interesses, que se chocam, muitas vezes, com os princípios éticos de seus fundadores e mantenedores ou mesmo com os ideais de liberdade de ação que os ambientes virtuais de comunicação oferecem.

Ainda, utilizamos a definição de sistemas autopoieticos, inspirados em Maturana e Varela, trabalhados por Ilharco (2003) e que se aplicam à internet, que se faz nela mesma, com os próprios elementos e ferramentas disponibilizados na rede, e que não existem fora dela, assim como o programa que gera a transmissão do áudio, como novos meios de interação e a página na qual a webrádio está inserida.

Em relação ao conteúdo produzido, há uma seleção das notícias para que corresponda com o público, e que possa ser um diferencial também nos valores. “As organizações devem preocupar-se com o monitoramento das informações e a abertura do diálogo com seus diferentes grupos de interesse, entendendo que seu comportamento deve ir muito além do repasse de informação” (MARCHIORI, 2008, p.28).

O entendimento de que a atuação do meio se configura socialmente, tem como sustento o que Curran e Seaton (1997, p.153) explicam que “a transmissão de programas a serem ouvidos simultaneamente por um grande número indefinido de pessoas é uma invenção social, não técnica”.

A internet permitiu que as pessoas pudessem se movimentar mais livremente em relação ao processo de criar uma emissora de rádio. Fora dela, se faz necessário atender às exigências legais e ter o capital para investimento e custeio, nem sempre possíveis aos que desejam fazer rádio.



A extensão do ciberespaço nos leva, em um mesmo movimento, a mais liberdade (individual e coletiva), de uma parte, e a mais comunicação e interdependência, de outra. O crescimento da liberdade de expressão e de comunicação em escala planetária absolutamente sem precedente. (LEMOS; LEVY, 2010, p. 52)

A preocupação, ainda sim, com as leis fora da rede; no compromisso de desempenhar as atividades com base em valores; no empenho da manutenção da webrádio em promover campanhas de conscientização, refletem no comportamento ético da empresa e dos responsáveis que fizeram parte desta pesquisa.

(...) a ética é também a consciência individual da inserção nessa linguagem comum do desejo e a criação de condições para a normatividade e tomada de condições compatíveis com o “justo” ou com o que se configura como o reconhecimento de um valor. Ou seja, reconhecimento do que, em termos de comunidade, implica obrigação radical para com o Outro. (SODRÉ, 2011, p. 176).

No espaço da internet, no caso do site e da webrádio, se entende que há geração de cultura. “O ciberespaço já fez da cultura um lugar de produção de conteúdo, de conexão livre entre pessoas e grupos de reconfiguração da vida social, política e cultural” (LEMOS; LEVY, 2010, p. 29). Portanto, há um círculo nesse processo de produzir, interagir e resultar.

As webrádios analisadas contribuem para a produção de novos produtos radiofônicos, ou de outra visão voltada para o rádio nos tempos de convergência digital.

O rádio caiu na rede mundial de computadores, definitivamente, e de lá não sai mais. Não vai sumir, como muitos imaginavam. Vai evoluir. Nesse momento, é o veículo que mais se beneficiou da internet. Aumentou o alcance e proporciona facilidades, à medida que o som “baixa” com maior rapidez se comparado à imagem, além de não exigir a atenção do internauta que, enquanto ouve o programa, pode continuar navegando (JUNG, 2011, p. 66).

Então, a proposta de cada uma das webrádios corresponde à maneira que ela pretende desempenhar seu papel, bem como, as relações que manterá com os ouvintes e outros setores, como o econômico, político, e social para produzir e difundir cultura. As perspectivas apresentam-se alvissareiras, como o aumento de audiência, que ajuda a alcançar os objetivos.

## **Conclusão**

A pesquisa possibilitou a compreensão do que é a webrádio, por meio do conceito elaborado por Nair Prata (2008) e pelo suporte dos autores com os quais dialogamos em busca de compreender o contexto histórico onde esse novo meio de comunicação, ou



mais precisamente, este novo sistema de comunicação, surge e se afirma. O esforço da pesquisa teórica contribuiu para a percepção da realidade das webrádios de Manaus, desde a sua estrutura física até a suas relações e interações com o ambiente e com seus usuários.

A análise apontou que as webrádios hoje presentes na capital amazonense ainda não se configuram como comerciais, necessitando de investimento e patrocínio para a sua expansão. Se não há comprometimento com o desenvolvimento das atividades, não há resultados e por consequência, pode haver a extinção da produção.

Na atualidade, a internet se apresenta como um local para muitas possibilidades, visto que os recursos são diversos e a liberdade de se expressar é bem maior. Vale ressaltar, que por meio da rede, as pessoas podem se comunicar e o que era antes local torna-se global, e o que muitas vezes era analógico, torna-se digital. Neste momento, o posicionamento ético e a ideologia são pontos fundamentais para o posicionamento social dos envolvidos, produtores e consumidores.

No caso do rádio, as ondas hertzianas que transmitiam conteúdo, agora é por meio de sinal digital pelos computadores. Muitas mudanças ocorrem, como também novidades surgem para complementar a forma de produção radiofônica.

A principal importância do desenvolvimento das webrádios é mostrar que o rádio não vai desaparecer como se pensou na época do surgimento da TV e ainda hoje com a internet. Mas, que ela passará por transformações e agregações para se manter firme e continuar como meio de comunicação que por sua simplicidade, mobilidade e imediatismo alcança um grande número de ouvintes, e agora se encontra em uma nova plataforma e se apresenta para um novo público.

## Referências

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. – 2.ed. – São Paulo: Paulinas, 2009.

BERTALANFFY, Ludwig Von. **Teoria Geral dos Sistemas**: fundamentos, desenvolvimento e aplicações. 3.ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2008

CURRAN, James; SEATON, Jean. **Imprensa, Rádio e Televisão**: poder sem responsabilidade. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

FERRARETO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Convergência**. 2010. Disponível em: <[http://compos.com.pucrio.br/media/g6\\_luiz\\_arthur\\_ferraretto\\_marcelo\\_kischinhevsky.pdf](http://compos.com.pucrio.br/media/g6_luiz_arthur_ferraretto_marcelo_kischinhevsky.pdf)> Acesso em: 12 out. 2012.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.



ILHARCO, Fernando. **Filosofia da informação**: uma introdução à informação como fundação da acção, da comunicação e da decisão. Lisboa: Universidade Católica Editora, 2003.

HAUSMAN, Carl; MESSERE, Fritz; O'DONELL, Lewis; BENOIT, Philip. **Rádio**: produção, programação e performance. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

JUNG, Milton. **Jornalismo de Rádio**. 4.ed. – São Paulo: Contexto, 2011.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7ª. Ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

LEMONS, André; LEVY, Pierre. **O futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010.

KLÖCKNER, Luciano. **Linha do tempo no rádio no Brasil**. In: HAUSMAN, Carl; MESSERE, Fritz; O'DONELL, Lewis; BENOIT, Philip. **Rádio**: produção, programação e performance. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e comunicação organizacional**: um olhar estratégico sobre a organização 2.ed. revista e ampliada. São Caetano do Sul: Difusão, 2008.

MAFRA, Edilene. **A divulgação científica radiofônica em tempos de internet**:

Um estudo das adaptações do Rádio com Ciência ao ambiente da web. 2011. Disponível em: <[http://www.ppgccom.ufam.edu.br/attachments/article/207/DISSERTACAO\\_EDILENEMAFRA\\_A\\_VERSAOFINALDEPOSITO.pdf](http://www.ppgccom.ufam.edu.br/attachments/article/207/DISSERTACAO_EDILENEMAFRA_A_VERSAOFINALDEPOSITO.pdf)> Acesso em: 02 abr. 2013

\_\_\_\_\_; SILVEIRA, Carla Liliane Costa da; SILVA, Fabiana Ferreira da; MOURA, Manoela Mendes; ARAÚJO, Rômulo Assunção. et All. **O Rádio no país das Amazonas em tempos de internet**. 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2572-1.pdf>> Acesso em: 02 abr. 2013.

PRATA, Nair. **Webradio**: Novos gêneros, novas formas de interação. 2008. Disponível em: <[http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/AIRR-7DDJD8/1/nair\\_prata\\_tese.pdf](http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/AIRR-7DDJD8/1/nair_prata_tese.pdf)> Acesso em: 02 abr. 2013.

\_\_\_\_\_; MARTINS, Henrique Cordeiro. **Novos modelos de negócios radiofônicos**. In: DEL BIANCO, Nélia R. **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. São Paulo: INTERCOM, 2012.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. 6.ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.