



Web debate: informação, opinião e interação na web¹

Juara Castro da CONCEIÇÃO²

Alessandra Rodrigues PEREIRA³

Gustavo Henrique Martins SAMPAIO⁴

Walter Peixoto ALMEIDA Neto⁵

Ricardo Barbosa Fernandes de SOUZA⁶

Rosinete de Jesus Silva FERREIRA⁷

Universidade Federal do Maranhão – UFMA, São Luís, MA

RESUMO

O Web debate é um programa laboratorial de rádio web produzido por acadêmicos do curso de Comunicação Social. O programa foi elaborado de forma que as ferramentas da web fossem utilizadas, neste caso a plataforma *Wix.com* no endereço <http://osformidaveis.wix.com/webdebate>. A fim de promover um debate onde um tema fosse discutido a partir de opiniões divergentes. A proposta utiliza-se de um formato jornalístico tradicional, o debate, unindo-o a recursos e linguagens alternativas para o rádio. O Web debate é um modelo discursivo-informativo que tem conteúdo voltado para a veiculação de opiniões e uso de dispositivos da web.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; debate; web; laboratório, interatividade

1 INTRODUÇÃO

As mudanças tecnológicas têm alterado significativamente os tradicionais meios de comunicação ao longo dos séculos. A cada nova geração, esses meios se moldam e incorporam essas inovações tecnológicas, pois há uma necessidade de se manterem ativos diante de tantas possibilidades ofertadas pelo mercado da era digital.

O rádio é um veículo que ocupa lugar de destaque na história dos meios de comunicação, portanto, percebemos que adaptações são necessárias diante dos avanços tecnológicos da pós-modernidade. Além de comunicar, educar e entreter, o rádio foi propagador de guerras e instrumento de denúncia, transmissões esportivas e de fatos que marcaram a humanidade. Esse meio de comunicação, com o passar dos anos, diante do surgimento de novas tecnologias, sofreu transformações tanto no campo físico quanto

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Audiovisual para Mídias digitais (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º semestre do Curso de Relações Públicas, email: juaracastro@hotmail.com.

³ Estudante do 8º semestre do Curso de Rádio e TV, email: aleradioetv@gmail.com.

⁴ Estudante do 4º semestre do Curso de Rádio e TV, email: gustavohsm1@hotmail.com.

⁵ Estudante do 7º semestre do Curso de Rádio e TV, email: walter.almeida90@gmail.com.

⁶ Co-orientador do trabalho, Técnico do Laboratório de Rádio e TV, email: individuopensante@hotmail.com.

⁷ Orientadora do trabalho, Professora do Curso de Rádio e TV, email: roseferreira@uol.com.br.



no programacional, fato provado com o advento da televisão na década de 50 e principalmente com a Internet no início do século XXI (MARTINS, 2008).

O advento da Internet marca o surgimento de um novo espaço, o ciberespaço, uma nova forma sociocultural, baseada na relação de troca, denominada de convergência dos meios de comunicação com a informática, a Cibercultura.

Nesse contexto, o rádio converge e passa a ocupar um novo suporte, a Internet. Isto não significa dizer, que as tradicionais rádios hertzianas estão sob ameaça de extinção, como apontou Meditsch (2001) ao falar que o fantasma da extinção do rádio ronda os estúdios sob a ameaça da Internet. É preciso lembrar que a web, seguramente, não representa o fim, mas o início de um novo momento, de uma nova era, a digital.

Contudo, levando em conta que os gêneros no rádio tradicional possuem uma configuração clara e precisa, já que seu universo é apenas sonoro e que com a Internet, os gêneros conhecidos se reconfiguram, aparecendo de formas novas na radiofonia- apresentamos como proposta um debate na web e partimos da seguinte indagação: de que forma a linguagem radiofônica se reconfigura no ciberespaço?

2 OBJETIVO

O objetivo do trabalho é desenvolver um programa de rádio web que contemple a linguagem radiofônica no contexto virtual. O programa tem caráter experimental e através da pesquisa se propõe a explorar o uso dos dispositivos presentes no ambiente virtual para o rádio. As possibilidades lingüísticas existentes no ciberespaço serão exploradas pelo produto de forma audiovisual, assim promovendo a construção de conteúdos e linguagens na plataforma virtual.

3 JUSTIFICATIVA

De acordo com Herreros (2001), na era digital existe um novo conceito para o rádio, onde é possível ouvir, ver e intervir de forma oral ou escrita, além de aprofundamento e análise que aliada às novas tecnologias incorpora outros serviços.

Conteúdos circulam por diferentes suportes midiáticos migrando dos meios de comunicação tradicionais para o ciberespaço. Velhas e novas mídias se cruzam, produtor e consumidor interagem de maneira imprevista na cultura da convergência,



termo proposto por Jenkins (2008). A Internet mais do que uma concorrente do rádio, como apontou Meditsch (2001), pode ser uma grande aliada na pós-modernidade, é o que destaca Herreros (2001):

[...] não se trata de invadir o terreno dos demais meios, senão de obter o máximo proveito das possibilidades multimidiáticas que se pode incorporar; se trata de partir do som como elemento nuclear e desenvolver as demais possibilidades de escrita e de imagens na mini-tela dos receptores digitais para ampliar e melhorar sua capacidade informativa (HERREROS, 2001, p.22).

Diante disso, a partir de um programa de debate que proporciona a ideia de ação e interação com o público, onde o som é o elemento nuclear, a interatividade e a diversificação de conteúdo sem limites territoriais são as opções para chegar até os internautas/ ouvintes; propomos ressaltar a existência de uma hibridização que resulta da linguagem radiofônica no contexto virtual.

Demonstrar como, experimentalmente, um produto para rádio web pode ser construído, explorando recursos de áudio e vídeo. A Internet foi responsável por mudar características clássicas do rádio, propostas por Ortriwano (1985) e trabalhada em todos os cursos de comunicação: a radiofonia continua sendo oral e permanece o diálogo mental com o ouvinte, mas também é textual e imagética; continua a ser transmitida no tempo da vida real do usuário, mas agora tem alcance mundial e permite o acesso posterior aos conteúdos transmitidos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O programa *Web debate* foi gravado no laboratório de rádio da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). A estrutura conta com um estúdio de gravação e uma sala de aula acoplada e para auxílio dos alunos, o programa foi gravado com a orientação do técnico laboratorial da instituição. Antes de gravar o programa foi realizada uma pesquisa de opinião, para que as ações futuras fossem norteadas pela opinião dos participantes da pesquisa.

Foi produzido um site através de um programa gratuito que permite que se formem sites em caráter experimental sem qualquer custo, utilizando de recursos e aplicativos disponíveis no próprio programa. O site é o *Wix.com* e nosso perfil para



programa está no link <http://osformidaveis.wix.com/webdebate>. Construimos um layout que compõe a identidade visual do programa, disponibilizamos os ícones de interação com as redes sociais digitais, um chat via Facebook e o áudio do programa, que foi colocado no aplicativo soundcloud e depositado no site.



Foram convocados alguns discentes do curso de Comunicação Social para ouvirem o produto e também participarem da interação *online*, para que fosse observado como eles se comportariam ao consumirem o programa. Nesse contexto, o ouvinte não é um consumidor meramente positivo, pode discordar do conteúdo vinculado na rádio web, uma vez que as redes sociais digitais fomentam discussões, que migram de outros meios de comunicação.



A ideia foi construir um programa com temáticas efervescentes que suscitasse opiniões contrárias e polêmicas, onde um mediador (locutor/ apresentador) expõe as opiniões dos ouvintes que estão online e comentam através dos dispositivos disponíveis pela plataforma da rádio web. Além do mediador, a priori existiria uma explanação de opiniões fundamentadas que instigassem os comentários e reflexões dos internautas/ouvintes.



5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Gênero: jornalístico

Formato: debate

Duração: 20 minutos

Blocos: 2 blocos, intercalados por música

Veiculação: programa depositado na plataforma gratuita *Wix.com*

Público-alvo: usuários de redes sociais digitais

Segundo a classificação apontada por Bakhtin (1992), o “Web Debate” pode encaixar-se no que se refere ao formato de debate. Por conter traços linguísticos, de conteúdo e morfológicos referentes ao formato. As características são perceptíveis no que tange a própria estrutura do programa: com uma ideia central, opiniões divergentes sobre a mesma e um mediador. Vale ressaltar que essa composição apodera-se do âmbito e da narrativa digital, assim trazendo certa liquidez para esses conceitos, ou seja, eles se tornam mais ergonômicos e um pouco menos pragmáticos.

A ergonomia, por exemplo, está no convite de participantes que aparentemente não possuem uma opinião especializada ou um conhecimento sistêmico sobre o tema. Essa escolha não tira a relevância do mesmo, que na ocasião é “A interferências dos dispositivos digitais nas relações interpessoais”. A opção por convidados que não fizessem uso de opiniões fundamentadas cientificamente é uma forma de aproxima-los do público-alvo e trazer uma linguagem mais fluída para programa.

Dados, pesquisas e referências são dadas no início do programa, de forma sutil, dando um caráter de interação para o produto. Interação que perpassa duas possibilidades, segundo Belloni (2001), a primeira que é a possibilidade do usuário interagir com a máquina. E a outra a ação que resultada da ação recíproca dos convidados, que a partir da intersubjetividade tornam-se atores no debate.

4.1 Pesquisa de opinião

Utilizamos a pesquisa de opinião como uma forma de conhecer o público que será atingido pelo programa *Web debate* e a partir dos resultados desenvolver o produto mais próximo possível das aspirações do público. O nosso universo de pesquisa são os estudantes da Universidade Federal do Maranhão. Como a pesquisa ficou disponível



nos grupos *UFMA* e *Comunicação Social – UFMA* no Facebook no período de 2 semanas, esse universo se alargou, visto que, existem graduados e profissionais da Universidade no grupo e estes também acabaram por responder o questionário.

Após a opção da amostra partimos para a elaboração do questionário, que contou com treze perguntas fechadas e cinco abertas para obtermos dados quantitativos e qualitativos. O questionário foi analisado pela professora orientadora e posteriormente foi compartilhado nos grupos via Facebook.

No total de 79 entrevistados, obtivemos os seguintes dados: 39 dos entrevistados eram do sexo masculino, enquanto 40 eram do feminino. Enquanto a formação/titulação apenas um entrevistado respondeu que era graduado, o restante se colocou como estudantes de graduação e os cursos versaram as áreas de Medicina, História, Administração, Direito, Engenharia Química, Arquitetura, Biblioteconomia, Ciências Biológicas, Hotelaria e Turismo, sendo que a maior parte dos entrevistados cursava Comunicação Social.

Ao serem questionados sobre o tempo, em média, que passavam na Internet 50% declarou que passa quatro horas ou mais. Enquanto 33% passam de três a 4 horas, 13% de uma a duas horas e 4% de trinta minutos à uma hora. Quando perguntados em qual turno costumavam acessar a Internet, 65% declaram que acessam em todos os turnos de forma alterada, 26% acessam a noite, 6% a tarde e 3% pela manhã. Sobre as atividades que desenvolvem no tempo citado, as três mais citadas foram: redes sociais, pesquisa e acompanhamento de notícias.

Acerca da rede social mais utilizada por eles, o Facebook ficou em primeiro lugar com 89% dos votos, em seguida o Twitter com 10% e outras redes somaram 1% na pesquisa. Quando abordados sobre a participação em discussões nas redes sociais, 68% dizem participar das mesmas e 32% dizem não participar. Essas discussões, segundo a pesquisa dão-se principalmente nos grupos do Facebook que marcou 80% na pesquisa.

Perguntamos se os usuários costumavam escutar músicas ou programas de áudio nas redes sociais, 58% disseram que “sim” e 42% declararam que “não”. Quando perguntados através de qual mídia de interação utilizavam para escutar áudio na web, 46% disseram usar o celular, 33% MP3 e 38% outras mídias não citadas. A cerca de quem escutava rádio web, 69% disseram que não escutavam e 31% declararam escutar. Em seguida, caso o usuário escutasse rádio web, pediu-se que o nome da rádio fosse



citado. Nessa opção observamos que ainda existe um desconhecimento do que é rádio web, já que para maioria dos usuários, a rádio web é apenas a migração de rádio FM e AM para Internet. Sem mudança de linguagem e apropriação de dispositivos disponíveis na rede mundial de computadores.

Na questão sobre o tempo de duração dos programas que os usuários costumam ouvir na web, 51% são de cinco a quinze minutos, 28% de quinze a trinta minutos, 8% de trinta minutos à uma hora e 13% de uma hora ou mais. De 0 a 5 foi perguntado o grau de interesse em interagir com outros internautas, apenas três pessoas disseram que não tinham nenhum interesse, e a maioria, 29%, declarou que tem grau 3 de interesse.

Com relação ao interesse de participar de um debate via chat, 42% disseram ter interesse. E quando perguntados se acompanham as discussões que participam 64% afirmam acompanhar o desenrolar das mesmas. A última pergunta foi aberta e feita para coletar possíveis temas para o programa. Os temas citados perpassavam pela política, Copa do Mundo, Rock in Rio, crise Europeia, direitos humanos, hipermobilidade, redes sociais, saúde, carnaval e etc.

5 CONSIDERAÇÕES

O *Web debate* propôs a construção de um produto para um novo desdobramento do rádio. Diante da participação ativa das pessoas em discussões nas redes sociais digitais e da efervescência do rádio que nunca deixou de existir, buscamos encontrar uma nova linguagem que apesar de jornalística se adaptasse ao contexto da web, que não é engessado e permite o *feedback* em tempo real dos ouvintes/internautas.

Através da proposta apresentada é possível visualizar outro norte para as produções jornalísticas. O observador é cada vez mais participante e determinante no processo de comunicação e a Internet potencializa isso. O debate, apesar de ser um modelo antigo nos produtos de comunicação, pode se reconfigurar e ser atrativo na web também. Afinal a essência do debate, que é discutir ideias, é a principal ação dentro dos nichos sociais da Internet.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

HERREROS, Mariano Cebrián. La radio en la convergência multimedia. Barcelona, Gedisa, 2001.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência: a coalisão entre os velhos e novos meios de comunicação. São Paulo: Aleph, 2008.

MARTINS, Nair Prata Moreira. Webradio: novos gêneros, novas formas de interação. Florianópolis: Insular, 2008.

MEDITSCH, Eduardo. *O ensino do radiojornalismo em tempos de internet*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2001. Campo Grande/MS. CD-ROM.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

BELLONI, Maria Luiza. Educação a Distância. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.

BAKHTIN, Mikhail. Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes, 1992.