



Convergência entre Velhas e Novas Mídias: a mudança na era das redes digitais¹

Bruna Rafaella Almeida da COSTA²
Ricardo Barbosa Fernandes de SOUZA³

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

Resumo

Este artigo tem como propósito abranger as novas tecnologias e o surgimento de um novo espaço, uma nova forma sociocultural, com base na relação de troca, que chamamos de convergência, dos meios de comunicação com a informática, a Cibercultura. Analisa o rádio e suas novas relações, entre os meios tradicionais, e o novo veículo de comunicação. Compreende-se o momento em que este meio tecnológico, a internet, começou a fazer parte da vida da sociedade modificando fluxo de informações por todos os lugares, através de uma rede que é mundial.

Palavras-chave: Rádio, Internet, Convergência, Cibercultura.

Introdução

Novas tecnologias surgem e com ela a evolução na área da comunicação. São novos métodos e estratégias para estimular o interesse para este mercado. Este meio começa a passar por transformações facilitando o uso de seus recursos. Antes, jornal, rádio e TV, eram independentes uns dos outros, porém com a chegada da internet, tornou-se possível agregar todos os meios de comunicação.

A Comunicação é vista como um processo envolvente. Seja em qual ambiente for, em casa ou no espaço público, a mídia nos oferece serviços constantemente. Este sucesso se deve pela liberdade de tempo e espaço permitindo que possamos nos comunicar todos os dias e a qualquer hora.

Com o avanço da popularização da internet as mídias começaram a passar por um processo de adaptação para as redes sociais. Isso foi necessário para que os meios tradicionais não perdessem seu público, já que com o passar do tempo o número de pessoas que utilizaram a internet foi aumentando. Foi preciso compreender a grande importância em manter esse vínculo para continuar sendo destaque em seu trabalho. E essa tática vem dando certo, pois muitas emissoras estão conseguindo atingir público através das transmissões via web.

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Graduada do Curso de Comunicação Social da UFMA, e-mail: brunaalmeida87@gmail.com

³ Mestrando do programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, email: individuopensante@hotmail.com



Mídias tradicionais e sua relação com a internet

Quando as novas tecnologias surgiram trouxeram consigo aperfeiçoamento e modernização de métodos de comunicação já existentes, além de novas formas e modelos, tornando cada vez mais dinâmicas as possibilidades de se comunicar. Não é por acaso que vivemos na era da comunicação. Esta se tornou indispensável, pois sustenta mercados, empresas e negócios de todo porte.

Por meio de comunicação de massa temos: jornal, revistas, rádio, televisão. Todos possuem a função de informar de diferentes formas e com conteúdos escolhidos para seu respectivo público. Os meios de comunicação de massa permitem ao receptor selecionar as informações que consideram importantes e úteis para si, cabendo aos órgãos responsáveis fiscalizar que tipo de informação está sendo veiculada por cada meio.

Nesta era de tecnologias e mídias o diálogo entre todos os meios se tornou cada vez mais visível. Os veículos de comunicação começaram a se beneficiar com esta estratégia. O grande motivo dessa força da comunicação no mundo moderno é a capacidade de privilegiar a liberdade, o indivíduo, o direito à expressão, o interesse por técnicas que simplificam a vida além de estimular pessoas, mercados e negócios.

Com seu rápido desenvolvimento desde o século XIX, o rádio permitiu a variedade de aparelhos e técnicas que tiveram grande impacto no mundo científico e na sociedade em geral. Apesar de tantas previsões para que este ambiente acabasse o rádio continua sendo um dos meios de comunicação mais importantes de nossa época pois em nossa sociedade a mídia se tornou onipresente.

Os meios de comunicação começaram a alterar nossa maneira de ver o mundo. A radiodifusão começa então a acontecer meio que por acaso, quando aparelhos de rádio começaram a ser fabricados para as tropas da Primeira Guerra Mundial e com o término do conflito ficou com um grande estoque de aparelhos encalhados. A solução encontrada foi instalar uma antena no pátio da fábrica e transmitir músicas para os moradores do bairro⁴.

Aqui no Brasil, oficialmente o rádio é inaugurado pelo o discurso do Presidente Epitácio Pessoa, no Rio de Janeiro, em plena comemoração do centenário da

⁴ Para mais informações sobre o surgimento e popularização dos aparelhos de rádio ver: “O início da Radiodifusão no Brasil.” Fábio Serra Flosi



Independência do Brasil, no dia 7 de setembro de 1922. Mas existem controvérsias com esta data, relatos afirmam que em 1919, na cidade de Recife, o rádio já era utilizado. (ORTRIWANO, 1985). Nesta época, a “Era do Rádio” teve seu crescimento muito rápido. Nos EUA, em 1921, existiam somente quatro emissoras de rádio, e ao final de 1922, o país já contava com 382 emissoras.

Um novo meio se estabelece, uma nova linguagem é determinada, uma nova forma de falar se difunde, mas isso não significava que o controle político e econômico não existia. Em países com uma taxa alta de analfabeto e essa tradição oral, o rádio foi o principal instrumento de exercício de poder. Aqui no Brasil, onde a população era, na maioria, da zona rural e claro analfabeta, o Rádio foi antes até do telefone, o primeiro meio que o povo teve acesso.

Uma das principais características desse meio de comunicação de massa é a transmissão de informação com mais rapidez que qualquer outro meio. Ele foi o primeiro meio que permitiu o imediatismo à notícia, pois divulgava os fatos no momento em que aconteciam. Foi por muitas vezes o único a levar informação para populações distantes que não tinham ou ainda até hoje não têm acesso a outros meios. Isso pode ser por motivos geográficos, econômicos ou até culturais.

Este status foi alcançado por dois fatores congregados: o primeiro, de natureza físico-psicológica - o fato de ter o Homem a capacidade de captar e reter a mensagem falada e sonora simultaneamente com a execução de outra atividade que não a especificamente receptiva; o outro, de natureza tecnológica - a descoberta do transistor (BELTRÃO, 1968 p.112,113).

Quando falamos de linguagem é importante ressaltar que na informação radiofônica ela se torna simples e caracterizada pela repetição, para que o ouvinte consiga assimilar a idéia que está sendo transmitida. Uma vantagem do rádio sobre os veículos impressos é justamente o de poder falar, ou seja, o receptor precisa somente ouvir para receber a mensagem. Isso significa que o público radiofônico pode estar incluído na faixa da população analfabeta, o que para o jornalismo impresso está eliminado, pelo menos a princípio.

Temos a impressão, logo de início, que a Imprensa escrita se torna mais distante do público que a Rádio, isso porque a leitura exige um nível maior de atenção e a concentração em vários elementos dispostos no jornal para que se possa compreender a informação. A função que podemos considerar principal do rádio é sua capacidade de



transmissão da informação, pois tem condições de fazer esta transmissão com mais agilidade do que qualquer outro meio.

O rádio permite a quem ouvir a sua programação desenvolver outras tarefas, chamando atenção daquele que está ouvindo quando a mensagem for de seu interesse. Isso já não é possível em outros meios. O seu alcance é bastante abrangente, pois consegue ser nacional ou mundial.

A rádio é um veículo de alcance universal, que pode levar a sua mensagem a qualquer parte do globo, no mesmo instante unindo populações antípodas - o rádio, entretanto é de natureza eminentemente regional, quanto à sua principal audiência (BELTRÃO, 1968, p. 114).

Com o amadurecimento do rádio e do cinema, nasce um novo meio, a televisão. A chegada da TV foi no momento em que a população já estava acostumada com leitura da imagem em movimento (cinema) e adaptada com a recepção doméstica de mensagens (rádio).

A televisão, para se sobressair na sociedade, começou a buscar maneiras para atrair seu público. Procuraram no rádio os formatos de programas que já eram aceitos pela população, difundiu a dublagem no cinema e dessa forma, aos poucos, o televisor começou a se tornar um objeto necessário nas casas, consolidando assim o seu espaço.

Na segunda metade do século XX, aconteceu a introdução das tecnologias de comunicação por meio do computador e particularmente da internet. No período da Guerra Fria, as duas superpotências, a antiga União Soviética e os EUA, entendiam a importância e a necessidade absoluta dos meios de comunicação, e é aí que internet surge. Idealizado como um modelo de troca e compartilhamento de informações descentralizadas, uma rede foi criada e foi intitulada de ARPANET⁵. O objetivo era desenvolver um meio de comunicação entre os militares os pesquisadores sem um centro definido caso houvesse algum ataque soviético

Jovens que participavam do movimento contracultura, mobilização e contestação social utilizando novos meios de comunicação em massa, contribuíram para a formação da Internet como hoje é conhecida. “A Internet é, acima de tudo, uma criação cultural” (CASTELLS, 2003, p.52).

Esse caminho da informação tinha como base a função da troca, compartilhamento e fluxo contínuo de informações por todos os lugares, através de uma

⁵ Acrônimo em inglês de Advanced Research Projects Agency Network (*ARPANet*) do Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América. Foi precursora da Internet.



rede que era mundial, a internet. No início da década de 1990 muitos provedores de serviços da internet montaram suas próprias redes e estabeleceram suas próprias portas de comunicação em bases comerciais, possibilitando que a internet crescesse rapidamente se tornando uma organização global de redes de computadores.

“O uso mais popular da rede foi o correio eletrônico, e até hoje essa é a aplicação mais amplamente usada na internet” (CASTELLS, 2003, p. 20). O digital veio modificar a forma e os processos comunicativos, permitindo que eles se tornassem mais abrangentes. A introdução da informação e das novas tecnologias de comunicação, com base no computador e principalmente da internet, permitiu uma revolução das redes.

Isso resulta numa combinação sem precedentes de flexibilidade e desempenho de tarefas, de tomada de decisão coordenada e execução descentralizada, de expressão individualizada e comunicação global, horizontal, que fornece uma forma organizacional superior para a ação do homem (CASTELLS, 2003, p. 78)

Com o avanço da internet, juntamente com sua popularização, as emissoras de rádio, tanto AM quanto FM, começaram o processo de adaptação, criando perfis em redes sociais (*Twitter, Orkut, Blogs, Web sites*). Isso pra não perder o público ouvinte, pois é claro que a cada dia cresce o número de pessoas que usam a internet e o rádio precisa manter esse vínculo se quiser continuar se destacando.

Com o surgimento dessas novas ferramentas, a internet começou a ser vista com a função de integradora e informativa. A internet tornou-se uma tecnologia avançada, um passo firme para uma nova formação de sociedade, a de rede, trazendo com ela uma nova economia. Essa nova tecnologia é flexível, ou seja, pode ser alterada socialmente, dependendo das descobertas desta experiência. “Nem utopia nem distopia, a internet é a expressão de nós mesmos através de um código de comunicação específico que devemos compreender se quisermos mudar nossa realidade (CASTELLS, 2003, p. 11).

Uma nova forma sociocultural começa a surgir de uma relação de trocas entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias, que são baseadas na convergência dos meios de comunicação com a informática, a chamada Cibercultura.

O papel que este novo espaço exerceu foi de permitir aos indivíduos uma libertação do seu lugar e tempo, até então limitado; foi possibilitar o conhecimento de lugares, assuntos, e outros, sem sair do lugar, somente com um clique, e isso não seria possível caso não existissem aparelhos da Cibercultura disponíveis, como computador, internet, celulares.



Segundo Lévy (1999), as telecomunicações gerariam um novo dilúvio, chamado por Roy Ascotto de segundo dilúvio das informações, devido à natureza exponencial, explosiva e caótica do seu crescimento.

A quantidade bruta de dados disponíveis se multiplica e se acelera. A densidade dos links entre as informações aumenta vertiginosamente nos bancos de dados, nos hipertextos e nas redes. Os contatos transversais entre os indivíduos proliferam de forma anárquica. É o transbordamento caótico das informações, a inundação de dados, as águas tumultuosas e os turbilhões da comunicação, a cacofonia e o psitacismo ensurdecedor da mídias, a guerra das imagens, as propagandas e as contra-propagandas, a confusão dos espíritos. (LÉVY, 1999, p.13).

A impressão que temos na Cibercultura é que tudo está em rede em todos os lugares, se tornando cada vez mais móvel, e isso claro vai trazer grandes consequências para a população em seu modo de se relacionar, no seu trabalho, lazer, educação, etc.. Não é apenas um fenômeno tecnológico, mas um processo que envolve mudanças em todos os aspectos da vida em sociedade.

[...] uma reconfiguração do espaço e tempo está aparecendo, uma reconfiguração que implica que a forma e o propósito da comunicação definem o ‘público’ e ‘privado’, e não o espaço no qual a comunicação acontece (COOPER, GREEN, MURTAGH, HARPER, 2002, p. 295).

Novas formas de interação

Nasce então uma nova cultura com velocidade e que trazia consigo o empenho de uma aceleração na interatividade com as máquinas pela sociedade. Essa possibilidade de interação é trazida pela internet e começa ultrapassar as barreiras impostas pelos meios massivos. Entendemos que os ambientes digitais disponibilizam novas formas de comunicação e a possibilidade de nova reflexão sobre os meios tradicionais.

A diferença é que se destaca que não apenas se recebe o que o pólo emissor transmite, mas também se pode buscar a informação que se quer. O novo modelo então seria: webdesigner => site => internet <= usuário. Essa seria a fórmula da chamada “interatividade” (PRIMO, 2007, p.11).

A interação mediada por computador não é restringida pelo modelo um-todos⁶. Interação deve ser “entendida como a ‘ação entre’ os participantes do encontro (inter+ação)” (PRIMO, 2007, p.11). As formas interativas apresentam grande variedade,

⁶ Emissor => canal => receptor.



já que uma conversa face a face, uma colisão de corpos, um clicar num link, uma conversação nas janelas de comentários de um blog, tudo são interações. É preciso entender que interatividade não é uma característica do meio, interatividade é um feedback (mas não é seu sinônimo).

Com o desenvolvimento dessa cultura temos a computação sem fio. Na era da conexão, a rede é transformada em um “ambiente” generalizado de conexão, envolvendo o usuário em plena mobilidade.

[...] nós entramos no mundo dos serviços de celulares GSM e G3, redes de áreas locais IEEE 802.11 a e 802.11 b (a ‘Internet wireless’), redes Bluetooth que substituem os cabos seriais e USB que vinham interconectando os aparelhos eletrônicos adjacentes, e redes de banda-larga UWB. (MITCHELL, 2003, p. 48).

Esse espaço representa a cultura contemporânea sendo consequência direta da evolução da sociedade técnica moderna. É o surgimento da relação da tecnologia com a modernidade que se caracteriza pela superioridade da natureza e do outro. Ao alcançar a meta da comunicação, as tecnologias tendem, como toda mídia, a liberação dos espaços-temporais existentes. Uma nova sociedade nasce desse fluxo de convergência da informática com as telecomunicações, a chamada Sociedade da Informação⁷ ou Informacional. Essa nova técnica da Cibercultura vem ampliar as formas de ação e comunicação sobre o mundo.

Apesar de toda essa constatação devemos reconhecer que não existe uma mídia totalmente democrática e universal. É possível encontrar na população aquele que nunca utilizou um telefone ou nunca assistiu a um programa da televisão, por exemplo. Mas o que podemos afirmar é que com o crescimento da humanidade, cresce também a disponibilidade de cada vez mais escolha informativa.

O digital veio transformar as formas e os processos comunicativos, tornando-os mais compreensivos pela entrada de um modelo midiático que permitia a distribuição e a variedade dos pólos de enunciação e dos enunciados produzidos. A digitalização mudou as estruturas dos meios convencionais, apresentando-se como um suporte complementar para estes meios.

O que podemos entender é que a experiência de envio de notícias pelo correio eletrônico no ciberespaço não significa que superou de imediato a produção do material jornalístico. Essa tecnologia serviu como uma extensão do velho modelo de

⁷ Século XX. Encontra-se em processo de formação e expansão



comunicação centralizado, uma ferramenta a mais disponível para as pessoas. O que acontece é que como este espaço possui um sistema mais amplo de produção de informação, acaba se tornando limitado pela produção existente, dependendo dos modelos centralizados.

A natureza dos processos de circulação varia de acordo com o tipo de produto cultural, as especificidades dos usuários e as particularidades das relações de produção de cada sociedade. Uma importante questão na indústria jornalística é a identificação da estratégia adequada para circulação das informações em conformidade com estes três aspectos. (MACHADO, 2009, p.12)

A internet deve ser vista como um suporte para outros meios de comunicação, pois permite um deslocamento de mídias já constituídas para o computador onde o meio passa a ter expansão feita pela internet nos remetendo a simples troca de suporte. Podemos afirmar que estamos no contexto onde sem sair do lugar podemos estar em vários outros lugares. A partir do momento que a distância é eliminada pela televisão ou computador, as pessoas podem ir a todos os lugares.

Devido à convergência dos meios de comunicação social, o rádio pode representar a evidência do estímulo da participação dos seus utilizadores no novo meio de comunicação. As estações de rádio, mesmo com sua base em FM, tem implementado sistemas de comunicação onde são positivas a interatividade entre produtores e receptores, numa forma de acompanhar as novas modalidades que a internet estabeleceu no meio comunicativo. A rádio na internet apresenta novos serviços, distintos da emissão radiofônica. Afasta-se do seu conceito original e passa a ter uma nova estrutura, variada, que acaba concorrendo com o formato tradicional da rádio.

O rádio ao fazer parte da internet passa a oferecer textos, imagens etc, e busca em outros meios recursos que possam ser agregados à mensagem radiofônica.

Um processo chamado “convergência de modos” está tornando imprecisas as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações ponto a ponto, tais como o correio, o telefone e o telégrafo, e as comunicações de massa, como a imprensa, o rádio e a televisão. Um único meio físico- sejam fios, cabos ou ondas- pode transportar serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio- seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia- agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes. Assim, a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está se corroendo (POOL, 1983, p.23).



Se considerarmos que a internet reúne quase todos os suportes de informações (texto, imagem, áudio, vídeo...) e os disponibiliza com qualidade e em tempo real, podemos afirmar que é possível existir a troca de comunicação constante entre emissor e receptor. Isto faz com que se torne possível a interação que não existe nos meios de comunicação de massa convencional.

Com a internet, outras formas de interação através do áudio foram sendo possíveis. Surge o *WebRádio*, que utiliza a tecnologia *streaming*⁸ para viabilizar a escuta da programação de emissoras tradicionais de rádio ou de novas formas de produção e transmissão de áudio através do computador. Além disso, esses novos sites começaram a oferecer a escuta de músicas, possibilitando o internauta selecionar que músicas ou estilos querem ouvir.

Ocorre um deslocamento de mídias já formadas para o computador, e este meio passa a ter sua programação veiculada pela internet. No primeiro momento no rádio, a internet começou a ser utilizada somente como uma ferramenta de trabalho. Muitas emissoras começaram a disponibilizar a sua programação na internet em site próprio sem mudanças no formato original. Somente depois, as estações começaram a elaborar conteúdos específicos para a internet e nascia então os programas utilizados exclusivamente neste novo ambiente de comunicação, o atual cenário que vivemos. Na internet, a rádio começou a apresentar novos serviços, diferentes dos já conhecidos na emissão radiofônicas, apresentou uma nova estrutura, mais variada que concorre com o formato da rádio.

Face a 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 a 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 interatividade entre produtores e receptores, numa estratégia de acompanhamento das novas modalidades comunicativas que a internet veio estabelecer. (CORDEIRO, 2004, p.5).

Na internet a rádio continua sendo real, permanecendo o diálogo mental com o ouvinte, mas agora é também textual magnética; continua a ser transmitida no tempo da vida real do usuário, mas agora tem alcance mundial e permite o acesso posterior aos conteúdos transmitidos. A interação continua sendo realizada pelas formas mais

⁸ Fluxo de mídia, uma forma de distribuir informação multimídia numa rede. Ela é frequentemente utilizada para distribuir conteúdo multimídia através da internet.



tradicionais, com a participação do ouvinte na programação, utilizando principalmente o telefone e agora o e-mail. Na migração para a web, algumas emissoras utilizam novas ferramentas, algo mais específico para o contato com o usuário/ouvinte. O *chat*⁹ é a forma de interação utilizada na internet, com salas de bate-papo temáticas onde as pessoas podem entrar e sair à vontade e conversar com quem estiver on-line.

A perspectiva da generalização do uso do computador nos chama particular atenção. Esse fenômeno pode ser compreendido a partir do barateamento dos custos de produção dos chips, deixando-os mais rápidos e avançados e, progressivamente, mais acessíveis, permitindo, assim, a penetrabilidade em diferentes níveis sociais (CASTELLS, 1999, p.59)

Na cultura da convergência, termo proposto por Jenkins (2008), as velhas e as novas mídias se cruzam, o produtor e o consumidor interagem de maneira inesperada. Por convergência entendemos que são os conteúdos em circulação por diferentes suportes midiáticos que procuram proporcionar a experiência do entretenimento das pessoas que migram dos meios de comunicação e compreender este mercado midiático. “Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando” (JENKINS, 2008, p. 27).

Se antes havia o pensamento que com a revolução digital as novas mídias iriam substituir as antigas o pensamento da convergência prevê que as novas e as antigas mídias vão interagir cada vez mais e de forma complexa. As novas tecnologias permitiram que o mesmo conteúdo pudesse passar por vários canais diferentes.

Percebemos que um meio não foi substituído pelo outro e sim foi aprimorado, inovado e até utilizado como base para o surgimento de novos. Nenhum perdeu sua importância, continuamos com jornais, revistas, livros, rádio e televisão mesmo com a chegada da internet, que acabou de alguma forma, possibilitando a utilização de todos em um só meio.

Podemos afirmar que os velhos meios de comunicação não morrem ou desaparecem, mas as ferramentas que usamos para acessar seu conteúdo é que sofrem com a mudança (fita cassete). Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos, mas propriamente, suas funções e status sendo transformados pela introdução de novas tecnologias. A internet surge para difundir novos modelos de

⁹ Bate-papo



comunicação, e tem conseguido integrar o rádio e todos os outros meios, permitindo que eles evoluíssem.

Conclusão

Um novo espaço para a comunicação surge e com ele a sensação que os outros meios já existentes iriam acabar. Apesar de essa ser a primeira impressão com o surgimento da internet, ao longo dos anos essa concepção não se tornou verdadeira. As previsões foram inúmeras, mas os meios tradicionais ainda fazem parte da sociedade.

Um novo caminho da comunicação passa a existir baseado na troca de informações e direcionamento contínuo por todos os lugares, por meio de uma rede mundial. O interesse se tornou grande e cada vez mais as pessoas se envolviam com esta nova mídia. A possibilidade de compartilhar e adaptar informações começou a chamar a atenção e o interesse mercadológico foi responsável pela popularização da internet.

Com a internet foi possível a passagem de emissoras de rádio para o digital, ganhando espaço neste ambiente e fazendo suas devidas adaptações para o uso desta nova rede. O público alvo começa a mudar e o que era necessário antes para alcançar o ouvinte agora é pensado de forma diferente. Quem vive neste ambiente digital precisa de mais elementos para atrair sua atenção. Não basta só o som era preciso algo visível, chamativo, uma interação maior com o emissor.

A nova maneira de se ouvir o rádio conseguiu facilitar a interatividade entre os envolvidos. Novas fórmulas foram criadas para despertar interesse em buscar estes novos recursos pela população. A internet começou a avançar cada vez mais e a formar uma nova sociedade. Uma nova forma de encarar as atividades sociais, econômicas, políticas e culturais foi iniciada. Começa o processo de troca entre a sociedade e as novas tecnologias, que tinham como base a convergência dos meios de comunicação, surgem a Cibercultura.

Novas relações entre a tecnologia da comunicação e a sociedade são constituídas. Acontece o fenômeno de libertação de tempo e espaço, antes limitado e agora basta um clique que é possível o conhecimento de lugares distantes e de assuntos relacionados a todo e qualquer ambiente. Isso não seria permitido caso não houvesse aparelhos desta nova cultura disponíveis.

Todos aqueles que tiverem interesse em utilizar este sistema para produzir seu material e mandar informações para qualquer lugar, seja de forma escrita, visual, imagética ou sonora, têm permissão para fazê-lo. Isto porque nas mídias tradicionais o



modo utilizado é centrado nas mãos de poucos e estes são responsáveis por expandir as informações para o público. Nascia a possibilidade de o indivíduo possuir o poder de produzir e passar as informações por ele mesmo.

Com a criação deste novo ambiente, a disposição para a interatividade se tornava maior já que neste espaço quem quisesse poderia produzir e expandir seu material. Esta é uma das características das novas tecnologias, a descentralização. O digital veio fazer esta transformação nos processos comunicativos. E através desta transformação tornou-se um suporte complementar para os meios de comunicação, pois permite esse deslocamento de mídias para o computador. O rádio neste contexto de convergência representa a ênfase da participação de seus usuários no novo veículo de comunicação.

O rádio passa a oferecer ao fazer parte da internet, textos, imagens buscando novos recursos para passar além da mensagem sonora. Podemos afirmar que é possível existir a troca de informação entre os meios e entre emissor/receptor. A interação que não existia entre os envolvidos nos meios de comunicação de massa, passa a ser materializado e um bom relacionamento entre as parte interessadas torna-se importante.

Na cultura da convergência as velhas e as novas mídias se cruzam. O que se pode observar é o avanço que ocorreu em todos os aspectos dos meios de comunicação, a necessidade cada vez maior de entender e analisar as relações possíveis entre o antigo e o novo, bem como sua possível interatividade. E a possibilidade cada vez maior do surgimento de novas modalidades, estabelecendo novos elos e estimulando novos estudos.



Referências

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo pela televisão e pelo rádio: perspectivas.** In: Revista da escola de comunicações culturais, USP, vol.1, nº1, 1968.

CASTELLS, Manuell – **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura.** Vol 1: a sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COOPER, G., GREEN, N., MURTAGH, G.M., HARPER, R., Mobile Society? **Technology, distance, and presence.** in WOOLGAR, S., Virtual Society. Oxford, Oxford Press, 2002.

CORDEIRO, Paula. **Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio.** 2004.

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

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo, Editora 34, 1999

MACHADO,Elias. **Sistemas de Circulação no Ciberjornalismo.** 2009.

MITCHELL, W. J., Me. **The cyborg self and the networked city.**, MIT, Cambridge, MA, 2003.

POOL, Ithiel. **Technologies of Freedom: ON Free Speech in an Electronic Age.**Cambrigde, Massachusetts: Havard University Press, 1983.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

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