



As novas perspectivas do Rádio em Campina Grande/PB: Estudo de Caso da webrádio Link Jovem¹

Giordani Matias Cardial RAMOS²
Goretti Maria Sampaio de FREITAS³

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB.

Resumo

Esta pesquisa se constrói na perspectiva de identificar as novas configurações do Rádio na internet, os processos técnicos e os impactos sociais da digitalização do seu conteúdo tendo como objeto de estudo a Webrádio Link Jovem. A partir da revisão de literatura, de entrevistas e consultas, da coleta de dados e um Estudo de Caso, conceitua e apresenta as características e potencialidades das rádios produzidas exclusivamente para a rede e as novas configurações do veículo na web. Diante das transformações técnicas e sociais que se deram através do tempo, norteadas pela implementação das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), verificamos que o Rádio está em constante reconfiguração, no sentido de se adaptar ao contexto moderno onde está inserido. O meio, portanto, reinventa-se quanto à técnica, conteúdo e linguagem.

Palavras-chave: Rádio, Internet, Webrádio Link Jovem.

INTRODUÇÃO

O advento da informática e a utilização de computadores tornaram inevitável o processo de transferência do conhecimento humano para Códigos Binários – codificação da informação através da utilização alternada dos números 0 e 1. Os novos dispositivos tecnológicos mergulharam o Rádio num notável processo de atualização que, além da reestruturação técnica e operacional, permitiram ao meio redefinir suas formas de produção e transporte da informação, assim como a relação com os seus ouvintes/usuários.

Este artigo se constitui com o objetivo de compreendermos as configurações do Rádio no ambiente virtual priorizando os canais produzidos especificamente para a internet, no contexto das novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), procedemos à leitura de obras que abordam a evolução técnica do meio e o contexto

¹ Trabalho apresentado no IJ 05- Rádio, TV e Internet, do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – João Pessoa/PB, realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Bacharel em Radialismo (UEPB) e graduando em Jornalismo (UEPB).

³ Doutora em Sociologia (UEPB) e professora titular do curso de Comunicação Social (UEPB). (Orientadora)



social, assim como as perspectivas diante da implantação dos sistemas multimídia⁴, que alteraram significativamente a natureza do Rádio, resultado da adaptação ao atual cenário tecnológico.

Ao longo de sua história o Rádio foi capaz de se adaptar às novas tendências tecnológicas, mantendo-se presente na rotina das pessoas. No Brasil, a primeira transmissão oficial aconteceu em 1922, no Rio de Janeiro, e tinha características comuns a todas as experiências de transmissão do período: limitações técnicas, ruídos e má qualidade sonora. Embora fosse uma novidade, chamando a atenção de curiosos e admiradores, era praticamente impossível vislumbrar um futuro possível e plausível para o Rádio.

Com o passar dos anos as evoluções técnicas fizeram com que os equipamentos ficassem mais compactos. Os transmissores, por exemplo, embora ocupassem menor espaço físico, lançavam as ondas hertzianas cada vez mais longe, e os receptores simplificados ganharam mobilidade, tornando-se companheiros dos ouvintes.

Durante um longo período o Rádio aguçou a criatividade das pessoas, irradiando música, informação e diversão. Essas características o levaram a ser utilizado como veículo difusor de publicidades e ideologias – principalmente durante as duas grandes guerras mundiais e, no Brasil, durante o governo de Getúlio Vargas. Posteriormente, vieram iniciativas e incentivos que, somadas às configurações políticas, econômicas e sociais, o consagraram como meio de comunicação popular e abrangente.

Dessa forma, a radiodifusão⁵ garantiu aos ouvintes dos mais longínquos recantos do país e do mundo o acesso gratuito à utilidade pública, a cultura e a arte, dando ao veículo relevância social. O rádio sofreu transformações, principalmente com a implantação das redes, dos satélites e da internet.

Podemos dizer que o Rádio encontrou na tecnologia e na digitalização do seu conteúdo o caminho para manter-se atuante na sociedade contemporânea. Através da internet as emissoras venceram os limites territoriais, atuando para além do alcance das ondas hertzianas, graças às facilidades operacionais que tornaram possível o surgimento de emissoras pensadas e produzidas exclusivamente para a rede: as webrádios.

⁴ Combinação controlada por computador de vários tipos de informação em que existe pelo menos um meio estático e um meio dinâmico. Constituem tipos de informação multimedia: texto, imagens, gráficos, vídeo, animação e áudio.

⁵ Transmissão de ondas de radiofrequência moduladas propagadas eletromagneticamente através do espaço (Neuberger, 2012, p. 16)



Criadas principalmente por empresas de radiodifusão ou pelos próprios usuários, esse modelo de rádio se destaca pela liberdade e ausência de grandes aparatos técnicos, a exemplo dos transmissores, para distribuição da programação. Além disso, é livre de legislação e existe unicamente no ambiente *web*⁶.

Com a digitalização dos recursos radiofônicos e os avanços nos campos das telecomunicações e das tecnologias da informação, o Rádio ganhou agilidade, reduziu custos operacionais e melhorou a qualidade das suas transmissões. O desenvolvimento de estruturas virtuais na internet permitiu que usuários e/ou empresas radiofônicas utilizassem a rede vislumbrando a disseminação de conteúdos sonoros para além do alcance das ondas hertzianas, com vistas a um público diferenciado e conectado.

CAMINHOS METODOLÓGICOS

O presente artigo se configura como um estudo de caso sobre a webrádio Link Jovem, com vistas a compreender o novo rádio na internet. Dessa forma, num primeiro momento, mapeamos as principais rádios produzidas exclusivamente para a *web*, cujas transmissões acontecem a partir da cidade de Campina Grande/PB. As informações foram reunidas através de consultas a publicações especializadas, profissionais da área, portais e sistemas de busca, além do auxílio de usuários das redes sociais. As webrádios identificadas foram acompanhadas de forma a agregar à lista apenas os canais que se encaixavam nos seguintes critérios: ser da cidade de Campina Grande/PB, apresentar transmissão regular em *streaming*⁷, produção de conteúdo e canais/ferramentas de interação.

Realizadas as leituras, as discussões teóricas e os mapeamentos, procedemos ao Estudo de Caso da Webrádio Link Jovem. Nesse sentido, conforme conceito de Yin (2001), procedemos a uma abordagem metodológica de investigação, com a finalidade de compreender as novas configurações do Rádio na internet e seus contextos.

⁶ Uma das nomenclaturas da rede mundial de computadores – *World Wide Web*, ou seja, o conjunto mundial de redes que possibilitam a comunicação entre os computadores conectados à rede, utilizando um conjunto de protocolos denominado TCP/IP.

⁷ É o chamado ‘fluxo de mídia’, uma forma de distribuir informação multimídia numa rede e/ou internet através de pacotes, em demanda. As informações são reproduzidas à medida que os dados chegam ao usuário/ouvinte, desde que a sua largura de banda seja suficiente para reproduzir os conteúdos em tempo real, sem interrupções.



Nesta abordagem também nos foi válida a assertiva de Coutinho (2003), que denomina ‘caso’ o estudo aprofundado de uma organização, de uma comunidade, de um indivíduo etc. Ponte (2006) complementa o nosso raciocínio:

É uma investigação que se assume como particularística, isto é, que se debruça deliberadamente sobre uma situação específica que se supõe única e especial, pelo menos em certos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico e, desse modo, contribuir para a compreensão global ou de certo fenômeno de interesse. (PONTE, 2006, p. 2)

Com o objetivo de identificar as características da Webrádio Link Jovem partimos para a Observação Direta, captando informações através dos sentidos, sem interferências, registrando e analisando os dados com maior fidelidade. Nesse sentido, acompanhamos a produção e o processo de transmissão, o que nos permitiu tecer algumas reflexões sobre o trabalho realizado pela equipe.

Acessamos o *site*, acompanhamos a publicação de conteúdos e realizamos audições esporádicas no período de setembro de 2013 a janeiro de 2014. Também realizamos uma entrevista semiestruturada com o idealizador Webrádio Link Jovem, Carlos Siqueira Júnior. Dessa forma, através da aplicação de um questionário obtivemos informações qualitativas sobre o nosso objeto de estudo.

REFLEXÕES TEÓRICAS

A linguagem dos computadores, em Códigos Binários⁸, permitiu que surgissem novas formas de interação entre as pessoas e, no caso do Rádio, contribuiu para um estreitamento na relação entre o veículo e os ouvintes, também chamados usuários. A inserção do Rádio na rede, um ambiente multimídia, proporcionou o diálogo do veículo com outras mídias e ferramentas, conforme discutiremos no item seguinte.

As invenções do telégrafo, do Rádio e dos computadores culminaram na criação de uma complexa infraestrutura de informação sem antecedentes. O maior conglomerado de redes de comunicação do planeta une computadores e dispositivos através de Protocolos de Comunicação TCP/IP, que permitem o acesso e a transferência

⁸ *Binary Digit* em inglês. É a menor unidade de informação que pode ser armazenada ou transmitida. Linguagem eletrônica caracterizada pela utilização alternada dos números 0 e 1.



de dados. A rede mundial também permite o uso de uma grande variedade de recursos e serviços, hiperligações, comunicação instantânea e compartilhamento de dados.

Portanto, a digitalização da informação associada à evolução tecnológica da internet possibilitou, de forma dinâmica e precisa, o armazenamento, o tratamento e a circulação de dados, além de tornar possível a grande revolução da convergência. Ou seja, o usuário da *web* pode ter acesso aos dados/informações através de plataformas e aplicações que, a partir da rede, integram mídias distintas usando uma interface⁹ única.

Baseados em Palácios (2002), podemos afirmar que a internet potencializa aspectos do rádio que instigam os usuários a se lançarem às novas experiências de navegação recursos que permitem, inclusive, a colaboração na produção de conteúdos.

A partir das assertivas do autor elencamos os seguintes aspectos: Interatividade – o usuário estabelece reações com a máquina, com o conteúdo e com outros usuários; Customização – o usuário configura o conteúdo de acordo com seus interesses; Hipertextualidade – o usuário dispõe de interconexão de textos e recursos multimídia através de hiperlinks; Convergência – o usuário, a partir de uma interface única tem acesso a diversos tipos de mídia; Memória – acúmulo de informações múltiplas, instantâneas e cumulativas.

Com base no exposto, analisando a inserção do Rádio no ambiente *web*, podemos dizer que as características da internet aplicadas às qualidades do veículo redefiniram o modo de fazê-lo e ouvi-lo. Miranda (1999) atualiza as configurações do Rádio na rede: Imediatismo – o rádio transmite e disponibiliza o seu conteúdo facilmente; Instantaneidade – o rádio alia instantaneidade e perenidade. O conteúdo pode ser acessado a qualquer momento, de acordo com a necessidade do ouvinte/usuário; Linguagem oral – o rádio utiliza a linguagem coloquial, clara e objetiva; Penetração geográfica – o rádio alcança dimensões mundiais; Mobilidade – o rádio pode ser acessado a partir de celulares, notebooks, smartphones etc., conectados à *web*; Sensorialidade – no rádio, o ‘diálogo mental’ é reforçado pela multimídia; Baixo custo – no caso da transmissão para *web* e manutenção do site. Os aparatos necessários à audição ainda são caros; Interatividade – o ouvinte/usuário dispõe de uma gama de possibilidades: navegação, pesquisa, colaboração, participação etc.

Assim, a relação entre o rádio e internet permitiram que o veículo ultrapassasse os limites territoriais através de equipamentos modernos e pelo uso de dispositivos

⁹ Ambiente, códigos e mensagens utilizadas pelos programas a fim de se comunicarem de forma transparente com o usuário.



móveis com sistemas operacionais, aplicativos e outras ferramentas. Para a audição basta ao ouvinte/usuário acessar o ambiente virtual onde está o *player*¹⁰ da emissora, responsável por decodificar a transmissão ou os arquivos disponibilizados – de forma simplificada, ou executar um determinado *software*, clicando sobre as extensões oferecidas, decodificando formatos específicos de áudio. Sendo assim, os conteúdos produzidos podem ser acessados em *websites*, *blogs*¹¹ etc., através de computadores e dispositivos móveis, assumindo, segundo Pacheco (2003), algumas características:

Novos mecanismos vão sendo propiciados pela internet tem o objetivo de atingir um público específico, que a cada dia ganha proporções maiores. Uma emissora virtual tem a condição de aprofundar as informações com os ouvintes, de tirar dúvidas pertinentes ao que está na pauta de discussão, com links direcionando a leitura de textos, visualização de fotos e imagens (PACHECO, 2003, p. 6).

A internet se tornou o meio ideal para a remodelação do Rádio que, de acordo com Prado (2012), tornou as transmissões mais fáceis, acessíveis e baratas. O Rádio ao buscar seu espaço na rede agrega novos recursos à mensagem radiofônica.

Hoje, na aurora do século 21, temos o rádio multimídia, produzido por todos que tenham vontade de fazer rádio, profissionais ou não. Uma rádio que pode ser transmitida por *streaming* a qualquer um que quiser ouvir, devido às facilidades dos aplicativos disponíveis gratuitamente na rede (PRADO, 2012, p. 19).

Assim como temos discutido, as novas tecnologias trouxeram consigo facilidades operacionais que possibilitaram o surgimento de emissoras pensadas e produzidas exclusivamente para a rede: as webrádios. Esse modelo se destaca por não precisar de transmissores e grandes aparatos técnicos para transmissões. É livre de legislação, existindo unicamente no ambiente *web*.

A classificação das Webrádios

¹⁰ É o ‘tocador’ de mídia que será usado para abrir um determinado arquivo de música ou vídeo, executando também dados em demanda.

¹¹ Site cuja estrutura permite a atualização rápida a partir de acréscimos dos chamados artigos ou postagens. Estes são, em geral, organizados de forma cronológica inversa, tendo como foco a temática proposta, podendo ser escritos por um número variável de pessoas, de acordo com a sua política.



Quando falamos em webrádio, costumamos considerar todas aquelas emissoras que estão de alguma forma presentes na internet. Porém, o termo faz referência às emissoras pensadas, produzidas e dedicadas à rede, dentro de uma categorização.

Apesar de trazer consigo basicamente as mesmas características do veículo no seu conceito original, apresentam um novo formato estrutural, de programação e de linguagem. De acordo com Trigo-de-Souza (*apud* BUFFARAH JUNIOR, 2003), no ambiente virtual é possível encontrar três categorias de rádio: *off-line*, emissoras *online* e as Webrádios, cada uma com a sua especificidade. A seguir, teceremos algumas linhas sobre cada uma delas.

Rádios *off-line* – compreendem as emissoras que, apesar de estarem presentes na rede, disponibilizam apenas informações institucionais, com o objetivo de divulgar o veículo, sua programação e comunicadores. Apesar de promover alguns tipos de interação, o conteúdo é limitado. Além disso, segundo Pacheco (2009), essas emissoras não realizam transmissões regulares de áudio.

Rádios *online* – faz referência às emissoras que disponibilizam o áudio de suas transmissões hertzianas na rede, em tempo real, diferente das rádios *off-line*. Dessa forma, conforme Pacheco (2009), os veículos tradicionais potencializam a abrangência e a cobertura de seus sinais. Também oferecem aos ouvintes/usuários uma gama de opções para audição, que pode vir acrescida de textos e imagens, e interação. Ao buscar seu espaço na rede, o rádio agrega novos recursos à mensagem radiofônica.

Webrádios – conforme discussões anteriores, as webrádios se enquadram na categoria de emissoras produzidas especialmente para a internet. Barbosa (2006), afirma que a melhoria na qualidade e velocidade das conexões, além dos serviços dos provedores e servidores, favoreceu a sua utilização e audiência.

Nesse sentido, de acordo com Jung (2007), “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 essa possibilidade a qualquer cidadão, pelo menos na teoria”. (JUNG, 2007, p. 77).

Com base no exposto, verificamos que o Rádio e a internet uniram forças e complementam-se na elaboração de conteúdos direcionados exclusivamente à *web*. Através da utilização dos suportes multimídias, o veículo reforça a sua mensagem, se integra ao cenário tecnológico e à vida social. Nesse sentido, o rádio une ao som, elementos escritos e visuais e se junta a outros *media* para estar presente e corresponder às solicitações do consumidor multimedia.



A pesquisa *Net Insight*¹², estudo sobre internet do IBOPE Media, apontou que em 2013 o Brasil ocupou a terceira posição em quantidade de usuários ativos na internet, perdendo apenas para os Estados Unidos e Japão. A colocação brasileira deve-se principalmente ao acesso às tecnologias e o aumento das conexões a partir de dispositivos móveis, por exemplo.

Os mesmos dispositivos móveis – notebooks, smartphones, tablets etc., permitiram ao usuário maior tempo de acesso e, no quesito permanência online, o Brasil aparece em primeiro lugar – conforme dados de 2012. Com base nessas informações, percebemos que as pessoas estão cada vez mais conectadas e presentes na *web*, constituindo novas e potenciais audiências para o rádio multimedia, que pode ser acessado através da maioria dos aparelhos.

Os hábitos de consumo de mídia da população, assim como no mercado, estão em constante evolução. Nesse contexto, o celular conquistou o segundo lugar enquanto dispositivo mais utilizado se para ouvir rádio (em ondas hertzianas ou *streaming*), perdendo apenas para o aparelho tradicional.

Uma pesquisa mais recente divulgada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM)¹³ analisou o consumo de mídia no Brasil, apontando o Rádio como segundo meio de comunicação mais utilizado, no tocante a busca de informações. Numa perspectiva macro, a pesquisa identificou os três principais meios de comunicação acompanhados pelos brasileiros: televisão 97%, rádio 61% e internet 47%¹⁴. A pesquisa concluiu que 21% dos brasileiros ouvem rádio todos os dias da semana e 39% nunca o fazem. A média de exposição ao veículo alcança uma média de 3h07, de segunda à sexta, e 3h, nos finais de semana.

Mapeamento das Webrádios de Campina Grande/PB

Analisando os resultados percebemos que grande parte das webrádios da cidade está fora do ar, faz transmissões esporádicas ou transmite seleção randômica de músicas, sem que haja produção de conteúdo e interação com os ouvintes/usuários.

¹² Pesquisa Net Insight realizada pelo IBOPE Media em 2013 e 2013. Disponível em <<http://www.ibope.com.br>>. Acesso em 28 de janeiro de 2014.

¹³ Pesquisa divulgada pelo ministro-chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), Thomas Traumann em 7 de março de 2014, com o objetivo mostrar como e onde o brasileiro busca informações atualmente

¹⁴ Pesquisa Brasileira de Mídia/2014 – SECOM/Governo Federal. Os entrevistados apresentaram até três respostas, em ordem de lembrança, por isso, nesse caso, a simples soma não ‘fecha’ em 100%.



Nesse sentido, tomamos a assertiva de Bufarah Junior (2003), que afirma “nem todo serviço de áudio na internet deve ou pode ser considerado rádio”. Ou seja, o produto radiofônico é resultado de intencionalidades, processos e elaborações. Com base no exposto, consideramos apenas as webrádios que, durante o período da pesquisa, apresentaram algum tipo de preocupação nesse sentido.

Elencamos, portanto, as 11 emissoras selecionadas indicando o ano de criação, nome, endereço e redes sócias utilizadas, conforme quadro abaixo.

Cidade	Ano	Webrádio	Endereço
C. Grande	2008	Rádio UEPB	http://radio.uepb.edu.br
C. Grande	2010	Rádio Sagrada Família	http://sagradafamiliacg.org.br
C. Grande	2011	Rádio Colibri	http://colibrifm.com.br
C. Grande	2012	Rádio Web Divina	http://webdivina.blogspot.com
C. Grande	2012	Rádio Portal Agitus	http://portalagitus.com
C. Grande	2012	Rádio Gospel Fé	http://radiogospelfe.com.br
C. Grande	2013	Rádio Avivando Você	http://webradioavivandovoce.com
C. Grande	2013	Rádio Adorar	http://webradioadorar.com
C. Grande	2013	Rádio Rede Mais	http://redemais.biz
C. Grande	2013	Rádio Copaoba	http://obafm.com.br
C. Grande	2013	Rádio Link Jovem	http://goljovem.com.br

Webrádios de Campina Grande/PB com produção de conteúdo e transmissões regulares/2014

A Webrádio Link Jovem

Começou a transmitir em 27 de setembro de 2013 e foi idealizada pelo publicitário José Carlos Magalhães de Siqueira Júnior¹⁵, com o objetivo de oferecer uma programação jovem, interativa e diferenciada – embora inspirada nas FMs, e suprir a ausência de emissoras realmente produzidas para a internet em Campina Grande/PB. O caráter inovador do projeto justifica a sua escolha enquanto objeto de estudo.

Segundo Siqueira, surgiram propostas, no sentido de transformar o projeto Link Jovem num programa hertziano, mas optou-se por realizar um trabalho voltado para a

¹⁵ Entrevista cedida em 31 de janeiro de 2014.



web, onde os jovens estão cada vez mais presentes. Trata-se, portanto, de um público-alvo conectado e interativo, que se destaca pela utilização de dispositivos móveis.

Os aparelhos mais modernos, com sistemas operacionais Android e Apple iOS, por exemplo, permitem a utilização de vários aplicativos. Dessa forma, o usuário pode acessar o streaming da emissora e acompanhar a programação, desde que esteja conectado à internet através de rede 3G, Wi-fi etc. O aplicativo do Link Jovem (Gol Jovem) está disponível no site do Google Play¹⁶.

Siqueira afirmou ainda que, graças a Internet e suas ferramentas, é possível levar o som da webrádio a regiões não alcançadas pelas transmissões hertzianas, aumentando a sua abrangência. Sendo assim, a audiência da webrádio Link Jovem é formada por ouvintes/usuários espalhados por todo o país e exterior, sempre ativos nas redes sociais.

A webrádio Link Jovem está hospedada no endereço www.linkjovem.com.br – em processo de mudança para www.goljovem.com.br. O *layout* do site é simples e utiliza as cores contempladas pela logomarca: laranja e azul. No Ambiente há uma barra superior com o *player* da rádio, a lista das músicas mais pedidas da programação, a agenda cultural de Campina Grande/PB, conteúdos voltados à área de entretenimento – shows, eventos etc., vários *banners*¹⁷ comerciais e promocionais, além dos *blogs* ‘Blog do Treze’ e ‘Blog do Campinense’, com informações e comentários sobre os principais times de futebol da cidade, a fim de gerar acessos e graus de interação. Todos os conteúdos produzidos por Emerson Uray e José Carlos Siqueira.

No site, disponível também na *versão mobile*¹⁸, também estão os links para algumas das redes sociais mais utilizadas pela equipe, a exemplo do Facebook, Twitter e Instagram. De acordo com Siqueira, o site registrou no período de setembro a dezembro de 2013 cerca de 7.000 acessos¹⁹.

A partir das assertivas de Palácios (2002) verificamos que no *website* há interatividade, hipertextualidade e convergência, principalmente no tocante as

¹⁶ Loja online da Google para distribuição de aplicações, jogos, filmes, música e livros. O site pode ser acessado através do endereço < <http://play.google.com>>.

¹⁷ Forma publicitária mais comum na Internet, muito usado em propagandas para divulgação de sites que pagam por sua inclusão. É criado para atrair um usuário a um site através de um link. Embora todos os tipos de sites sejam suscetíveis a ter banners, são os sites com maior tráfego e conteúdo de interesse que atraem os maiores investimentos de anunciantes.

¹⁸ Página da web também acessível em dispositivos móveis, estilo e modo configurado de site que tem crescido na produção de conteúdo virtual a partir da popularização e massificação do uso de celulares, smartphones e iphones que, conectados na internet, possibilitam uma navegação por sites feitos com programação tradicional e específica para esses dispositivos.

¹⁹ As empresas que oferecem serviços de hospedagem disponibilizam ferramentas que possibilitam ao cliente acompanhar a quantidade de acessos ao site. Dada à dinâmica da contagem, o número citado pelo entrevistado é aproximado.



multiplataformas de transmissão. Contudo, o conteúdo não pode ser customizado, nem há acúmulo de informações múltiplas. Destacamos a inexistência de *podcast*²⁰.

Conteúdo – O *playlist* da webrádio Link Jovem, ou seja, a sua programação musical, contempla basicamente o gênero musical Forró. De acordo com Siqueira, trata-se do estilo mais ouvido pelos jovens da região, principalmente em Campina Grande/PB, cidade conhecida por realizar uma das maiores e mais importantes festas juninas país. Assim, o forró corresponde a cerca de 80% da programação musical.

Por outro lado, a grade de programação é diversa, com propostas diferenciadas e espaços para outros estilos musicais. O programa ‘Isso é conversa!’, por exemplo, trabalha temáticas regionais e exige uma seleção musical apropriada, trabalhando o forró tradicional e o forró pé-de-serra. O mesmo acontece com o descontraído ‘Junto & Mixado’ que, apesar de misturar os estilos, aposta especialmente no Brega. Já o ‘Sintonia Jovem’ é o ouvinte/usuário é marcado pela participação do ouvinte que solicita as músicas.

Todos os programas são transmitidos ao vivo e produzidos, de acordo a proposta de cada um. Contam com a participação dos ouvintes/usuários através das redes sociais e, curiosamente, pelo telefone. Neste último caso, inexistente a chamada híbrida telefônica²¹. Os usuários/ouvintes participam através do ‘viva voz’ do dispositivo móvel/celular da emissora. A captura do som se dá através do microfone profissional, mais sensível ao som. Destacamos ainda a transmissão de shows e eventos ao vivo, com exclusividade, e a realização de sorteios de brindes, cortesias dos anunciantes para os ouvintes/usuários.

De acordo com Siqueira, diante da ausência de uma legislação específica, vale o bom senso, mas, sem dúvida, a liberdade de expressão é uma das maiores marcas da webrádio. Pertencem a grade os seguintes programas: Junto & Mixado – programa que oferece aos ouvintes/usuários uma seleção musical jovem, com doses de irreverência e bom humor. É apresentado por Iohan Lins – Graduando em Engenharia de Minas/UFMG; Sintonia Jovem – A marca do programa é a interatividade que acontece

²⁰ Nome dado ao arquivo de áudio digital armazenado em um determinado servidor para acessos posteriores. A palavra é uma junção de *Pod-Personal On Demand* (sob demanda). Programa ou programete armazenado em servidor na Internet para audições e reprises das audições em qualquer horário, já que são colocadas à disposição do ouvinte. Geralmente podem ser encontrados hospedados nos *websites* das emissoras.

²¹ Equipamento onde, através de uma chave de toque - as chaves híbridas, é possível acoplar o telefone à mesa de som, tendo o recurso do retorno da programação ao ouvinte, assim como colocá-lo no ar.



através de participações ao vivo por telefone e redes sociais. Há sorteios de brindes e pedidos musicais, sob o comando de José Carlos Siqueira – Graduado em Publicidade e Propaganda/CESREI; Isso é Conversa! – Programa dedicado à música regional, apresentando a música nordestina, regado a um papo descontraído com a participação do ouvinte. É apresentado por Caju Oliveira – Graduado em Comunicação Social, habilitação Jornalismo; Sem Moderação – Único programa da grade com restrição de idade. Destaca assuntos referentes à sexualidade, convidando o ouvinte a um bate papo descontraído e aberto, sem censura. O nome também remete ideia de amigos numa mesa de bar. É apresentado por Xis Imagine – Graduado em Publicidade e Propaganda/CESREI, e Cléber Oliveira - Radialista; Em Fluência – Programa que apresenta um misto de conteúdos, conduzidos pelos apresentadores Caju Oliveira e Moacir Neto – Estudante, e ouvintes; e Gol Jovem – Programa religioso e educativo que oferece ao ouvinte uma seleção musical cristã, interatividade e espiritualidade. É comandado por José Carlos Siqueira e a equipe do GOL – Grupo de Oração Online.

Com base no exposto, percebemos que o rádio pode ser transmitido através de *streaming* por qualquer pessoa, de quaisquer formações, desde que tenha acesso e domine as ferramentas gerenciadoras de conteúdo na Internet. Analisando os horários de exibição dos programas percebemos que compreendem o período das 16h às 00h, todos comercializados em regime de parceria e escolhidos pelas equipes levando em consideração tempo e disponibilidade, uma vez que possuem outras atividades, a exemplo de estudos e trabalho.

Siqueira destaca a participação mais efetiva dos ouvintes/usuários à noite, principalmente nos horários compreendidos entre às 18h e 20h e 22h às 00h. Neste caso, o principal ponto de acesso ainda é o computador. Os usuários/ouvintes navegam na rede enquanto acompanha a programação. A audiência pode ser acompanhada em tempo real e, em alguns casos, comparada a outras emissoras da *web*²².

A Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, também citada no Capítulo II, nos oferece números bastante significativos a respeito do Rádio. No Brasil é o segundo meio de comunicação mais consumido pela população. Junto à internet, que aparece em terceiro lugar, ganhou forças e novos cenários de atuação. Segundo o publicitário a internet tornou possível

²² É preciso conhecer o endereço *streaming* da rádio que se quer comparar, geralmente escondido no código fonte da página onde se encontra o *player*.



criar um novo formato de Rádio, transpondo os limites territoriais. “A Webrádio Link Jovem têm conquistado marcas significativas de audiência na *web*. Durante algumas transmissões, a exemplo dos shows, a rádio chega a alcançar a marca de 400 ouvintes simultâneos²³, uma verdadeira conquista para uma Webrádio de Campina Grande/PB”, afirmou.

O sistema de transmissão – As transmissões de áudio através da internet utilizando, de forma especial, o sistema de *streaming* não é novidade. Qualquer usuário pode fazê-lo a partir do seu computador, utilizando um software de uso gratuito disponibilizado na rede.

Contudo, a fim de garantir a qualidade, a webrádio Link Jovem acrescentou ao sistema básico de transmissão equipamentos que garantem melhores resultados desde a captura a disseminação do áudio através da Internet.

A estrutura técnica é composta por um computador (notebook), uma mesa de som com quatro canais, dois microfones profissionais e acesso à rede – modem 3G, Wi-fi ou ponto fixo. Porém a maior dificuldade operacional compreende a velocidade da internet, que compromete a conexão com o servidor *streaming*. Dessa forma, embora o serviço contratado ofereça tecnologia de transmissão de áudio em alta definição, a qualidade acaba sendo reduzida.

O sistema básico de transmissão funciona da seguinte forma: a mesa de som possui quatro canais que atendem a dois microfones profissionais, uma fonte auxiliar de áudio e um canal para instrumento ou equipamentos. A mesa envia o som para o computador onde um programa codifica e transmite as informações até o servidor da empresa contratada. No servidor os dados são armazenados e disseminados através da rede, em tempo real. Para acessá-lo basta que o usuário utilize o *player* necessário a decodificação das informações, geralmente disposto numa página principal do *website* ou software que, dependendo do formato de áudio, pode ser Windows Media Player, Real Player etc.

CONSIDERAÇÕES

O rádio é um dos mais importantes meios de comunicação, considerado rico, fascinante e de narrativa singular. Podemos afirmar que as novas tecnologias pensadas

²³ Dados acompanhados em tempo real através do painel de controle do servidor de *streaming*.



no sentido de aperfeiçoar os processos comunicacionais ganharam corpo, se internalizando nas rotinas de produção do rádio e, com o passar dos anos, se moldam às novas práticas, a fim de que possa resistir e alcançar novas audiências.

Este estudo teve por objetivo principal evidenciar as novas reconfigurações do rádio, marcadas pela transição analógico-digital, sua chegada à web e o surgimento das webrádios. A digitalização do veículo tem gerado mudanças significativas nas formas de captar, armazenar, editar e transmitir o som, um processo acessível permeado pelo acesso à informática. Dessa forma, qualquer pessoa pode acessar ou enviar dados de áudio. Essas mudanças também são responsáveis por remodelar a organização do trabalho dos profissionais da área, assim como a relação do veículo com a sociedade, a produção de conteúdos etc. O rádio, portanto, vive um processo contínuo de adaptação, reinventando-se quanto à técnica, conteúdo e linguagem.

Outra questão interessante, resultado da evolução tecnológica e operacional do veículo, da sua relação com as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e das mudanças na esfera social, é o surgimento do que ousamos chamar cultura digital, ou seja, transformações que se estendem para além da simples conversão de artefatos analógicos para equivalentes digitalizados. É ela quem valida e perpetua o Rádio enquanto importante meio de comunicação no ambiente virtual.

Quanto às webrádios de Campina Grande/PB, ainda são poucas, mas já é possível vislumbrar uma melhora considerável nos projetos em execução. Acreditamos que representam, principalmente, manifestações individuais e/ou coletivas dos nichos sociais não atendidos pelas poucas emissoras hertzianas comerciais em operação na cidade. As facilidades tecnológicas permitiram que estas pessoas e/ou grupos pudessem criar e manter canais responsáveis por integrá-las, disseminando ideias e produções.

O Rádio, portanto, é um meio de comunicação baseado numa das primeiras marcas da existência humana: a fala. Através da oralidade enfrentou inúmeros desafios, moldando-se aos cenários tecnológicos e sociais e renovando a comunicação radiofônica. Somos otimistas: o Rádio permanecerá, seja no ar ou na rede.

REFERÊNCIAS

ALVES, Magda. **Como escrever teses e monografias**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.



BRASIL, Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** Brasília/DF: SECOM, 2014.

BUFARAH, Álvaro JUNIOR. **Rádio Na Internet: convergência de possibilidades.** *In:* XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte – MG, 2003.

CORDEIRO, Paula. **Rádio e Internet : novas perspectivas para um velho meio.** *In:* VI LUSOCOM e II IBÉRICO, v. I, 2004.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio.** São Paulo/SP: Contexto, 2007.

KISCHINEVSKY, Marcelo. **O Rádio sem onda: convergência digital e os novos desafios da radiodifusão.** Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

KLÖCKNER, Luciano; FERRARETO, Luiz Artus (orgs.). **E o Rádio?** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

LIMA, Cleonice Evellyn Oliveira. **Novas configurações do rádio em Campina Grande: do analógico a web.** Campina Grande: Monografia, UEPB, 2012.

MIRANDA, Juciara. **O radiojornalismo brasileiro na internet.** São Paulo/SP: Dissertação de Mestrado pela ECA/USP, 1999, p. 20-41.

NEUBERGER, Raquel Severo Alves. **O Rádio na era da convergência das mídias.** Cruz das Almas/BA: UFRB, 2012.

PACHECO, Alex. **A estrutura da webrádio.** Concórdia/SC: Universidade do Contestado, 2009.

PALÁCIOS, Marcos (*et alii*). **Um mapeamento das características e tendências no jornalismo online brasileiro.** *In:* XXIV Intercom, Salvador/BA, 2002.

PONTE, João Pedro da. **O Estudo de Caso na investigação em educação matemática.** Lisboa: Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, 2006.

PRADO, Magaly. **Rádio na web: sua implantação é viável?** São Paulo/SP: Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, 2012.

RAMOS, G.M.C. **Áudio Digital: produção, armazenamento e disseminação.** *In:* Revista Brasileira de Informações Científicas/FURNE. v.2, n.1, p.30-36. 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Meridional, 2009.

TAPARELLI, Carlos Henrique Antunes. **A evolução tecnológica do Rádio.** *In:* Revista USP, São Paulo, nº 56, p. 16-21.

YIN, Robert K. **Estudos de Caso: planejamento e métodos.** Porto Alegre: Bookman, 2001.