



Fenomenologias da cibercultura e da convergência digital nos *mass media*: a constituição da Webrádio FIP¹

Gustavo Souza SANTOS²
Alexandre Rodrigues COSTA FILHO³
Bruna Carvalho Ferreira dos SANTOS⁴
Lucas Lourenço Sampaio LOPES⁵
Maxmiller Francisco dos SANTOS⁶
Thaís Figueredo LOPES⁷
Letícia Turano TRINDADE⁸
Josiane Santos Brant ROCHA⁹

Faculdades Integradas Pitágoras de Montes Claros - FIPMoc

RESUMO

O universo da cibercultura e a evolutiva tecnológica têm instaurado um novo tempo na sociedade da comunicação. O presente trabalho parte desta análise na medida em que estuda a convergência digital. O objetivo foi desenvolver um projeto experimental de webrádio para a Rádio FIP, veículo acadêmico das Faculdades Integradas Pitágoras de Montes Claros – FIPMoc. Os métodos incluíram uma pesquisa documental tendo por extrato webrádios acadêmicas nacionais. A partir do estudo documental e da fecundidade literária, construiu-se um projeto de programação e constituição para o veículo. Percebe-se a possibilidade de criação de espaços privilegiados de interação e comunicação social nutrindo-se dos sulcos da cibercultura e da história dos *mass media*, como o rádio.

Palavras-chave: Webrádio. Rádio universitária. Cibercultura. Convergência digital. Radiodifusão.

Introdução

Os media tem assumido um papel incisivo na sociedade, influenciando relações, atitudes e comportamentos humanos (SAMPAIO, 2008). Na internet, os meios de comunicação tornaram-se oásis de interação humana e palco de novas práticas de sociabilidade (TEIXEIRA; SILVA, 2009). Nesse contexto, um dos destaques da

¹Trabalho apresentado na DT 05 - Rádio, TV e internet no Intercom Júnior - Jornada de Iniciação Científica, evento componente do XVIII Congresso Regional de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado no período de 3 a 5 de julho de 2013.

²Aluno do 3º período do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: gustavo.ccpv@gmail.com.

³Aluno do 3º período do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: alexandre@boleteen.com.

⁴Aluna do 3º período do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: bruna_carvalho_2007@hotmail.com.

⁵Aluno do 3º período do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: lucaslslopes@gmail.com.

⁶Aluno do 3º período do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: maxmiller.santos@gmail.com.

⁷Aluna do 3º período do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: thaислоpestm@hotmail.com.

⁸Coordenadora do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda das Faculdades Integradas Pitágoras de Montes Claros, MG (FIPMoc), e-mail: leturano@hotmail.com.

⁹Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda das Faculdades Integradas Pitágoras de Montes Claros, MG (FIPMoc), e-mail: josianenat@yahoo.com.br.



pirotecnia tecnológica foi o rádio, que de maneira admirável modelou seus eixos comunicacionais no universo dos sujeitos no tempo e no espaço (VIGIL, 2003). Desde os primórdios de sua constituição, o meio radiofônico inaugurou uma modalidade de comunicação acalorada, intensa e intempestivamente social (KISCHINVSKY, 2007), posicionando-se para além de um meio de comunicação, mas como uma companhia conhecida e próxima (VIGIL, 2003).

Há cenários robustos que apontam para grandes modificações sociais. A convergência digital e os amplos prospectos nos quais os meios de comunicação e os indivíduos se inserem atingem cada fragmento da sociedade contemporânea. O rádio é parte desse novo dado social e tecnológico (TEIXEIRA; SILVA, 2009). Nesse sentido, o rádio como os demais meios de comunicação na contemporaneidade precisa modelar-se ao novo contexto, mais desafiador (LOPEZ, 2009).

Num panorama de um cenário feito de cenários, a tecnologia e seu franco progresso ampliado no cotidiano da atividade e do trabalho humano é facilmente indicada como a promotora de transformações (URIBE, 2006). O fenômeno tecnológico está ligado a uma atmosfera fundamentalmente sociocultural anteriormente (BURAFAH JUNIOR, 2009). Numa oferta exponencial de ferramentas e plataformas tecnológicas, tem-se, sobretudo, um movimento intimamente humano, social, cultural e profundamente contemporâneo no hoje (LÉVY, 2000). Cada esboço tecnológico, de mudança de paradigmas, de rompimento de eixos convencionais de processamento da informação e da interação humana se caracteriza como um espaço privilegiado de acuidade humana (KISCHINVSKY, 2007). De um lado um plano técnico vislumbrado no cotidiano humano e social, de outro lado perspectivas socioculturais que provocam implicações e transformações substanciais, com imbricações fenomenológicas mútuas (LÉVY, 2000; BURAFAH JUNIOR, 2009).

A evolutiva tecnológica deve ser entendida como participante de uma frente fenomenológica no tempo e no espaço de reorganização dos eixos convencionais, da convergência de sinais, produtos e abordagens (LOPEZ, 2009). O rádio, objeto empírico desta investigação, diante do fluxo oceânico de transformações oriundas da convergência, tem não apenas sua agenda, mas sua própria existência constitutiva modificada (TEIXEIRA; SILVA, 2009; VIGIL, 2003).

No solo da cibercultura e no trâmite técnico, os meios de comunicação como o rádio, têm sua estrutura remodelada sob as sinergias de um espaço ressignificado (LÉVY, 2000; VIGIL, 2003). A sintonia cede à conexão (KINSCHVISKY, 2007). O



surgimento das rádios de plataforma online tem nesse foro fenomenológico sua origem compreendida. É factual que os meios tradicionais modificaram suas relações para tornarem-se mais conectados e atrelados ao universo delineado na cibercultura. Mas ao mesmo tempo, novas iniciativas de produção midiática, na base do ciberespaço, têm crescido e representam um nicho investigativo promissor.

Inserir o rádio em uma plataforma *web* é o tema central deste trabalho que visa desenvolver um projeto experimental para o veículo de mídia acadêmica das Faculdades Integradas Pitágoras – FIPMoc, a Rádio FIP. A Rádio FIP tem suas transmissões estabelecidas no aparato radiofônico da própria universidade, entretanto sem uma cosmologia digital. A proposta contempla maturar uma série de decisões criativas e estruturais para a transposição do veículo na internet.

A comunicação midiática atinge novas fronteiras constantemente alterando a agenda social e a maneira como os expectadores se relacionam. No tocante a era digital, os media como o rádio podem colher um espectro abrangente de contribuições e posicionar-se de modo mais afiado no seio social. Diante dessas exposições, a internet tem gerado frutos cada vez mais expressivos na mediação comunicacional orientando veículos e instituições e, nessa proposição, esse trabalho se justifica por tornar relevantes às discussões e ações entre a comunicação na era digital e os sujeitos sociais.

Métodos

Estudo qualitativo e descritivo. Percurso desenvolvido através de pesquisa documental orientada a estudar os principais veículos acadêmicos de webrádio para que, num estudo de sua constituição, afluíssem perspectivas criativas e funcionais para a construção do projeto de transposição do veículo tradicional para a internet. A eleição das webrádios foi feita a partir dos veículos que fazem parte da grade do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Interdisciplinar de Estudos em Comunicação – Intercom (PORTAL DO RÁDIO, 2013).

As webrádios selecionadas como objeto de análise documental foram a webrádio Frispit da Universidade de Caxias do Sul, Plug Rádio da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Rádio Paralela do Instituto Metodista Izabela Hendrix, RadioFam da Faculdade de Comunicação da PUCRS, Rádio Unesp Virtual da Universidade Estadual Paulista, Rádio Unifor da Universidade de Fortaleza e Rádiorweb Unifra do Centro Universitário Franciscano. Na cartela de webrádios, analisaram-se aspectos como estrutura, comunicação visual, constituição e proposta, linguagem, programação,



conteúdo e acesso. Tais aspectos foram consultados em vias da elaboração autônoma de um projeto de webrádio acadêmica, como propõe o presente trabalho.

Da análise documental à extração dos dados

Quanto à constituição e proposta que fundamentam as webrádios, observou-se que os veículos se posicionam como instrumentos de comunicação institucional amplo, para informações institucionais e aproximação do público, em destaque a Rádio Unesp Vistual - UNESP, Rádio Unifor – UNIFOR e Rádiorweb Unifra – UNIFRA. Contudo, além da funcionalidade de interface de veículo de comunicação acadêmica, as webrádios também se posicionam como plataformas interativas, de conteúdo elaborado e com ensejo de entretenimento. Nesse íterim, observamos as webrádios Frispit – UCS, Plug Rádio – USCS, RádioFam – PUCRS e Rádio Paralela – Izabela Hendrix. As decisões criativas recebem fomento da dupla possibilidade de um veículo de comunicação de tal natureza, o diálogo com o público na referência acadêmica e interna e na produção de conteúdo e entretenimento.

Uma preocupação observada foi a interface visual e de acesso das webrádios, uma vez que fundamental o elo inicial com o público ouvinte. Observou-se em todas as webrádios a elucidação de uma estética particular às instituições de que são berçadas, sem exclusão do vínculo. Linguagem editorial e visual próprias são estabelecidas de acordo à criação de cada veículo, sendo o arranjo de layout uma premissa de decisão conceitual do próprio veículo em adequação ao público-alvo ouvinte e sua finalidade. Quando à interface de acesso, são observados *plugins* de audição próprios bem como a disposição de conteúdo exibido arquivado, para que o público selecione programações antigas através da página de acesso. Comumente, as webrádios analisadas possuem páginas próprias ligadas às instituições matrizes.

O conteúdo abrange caráter de comunicação acadêmica e institucional e prospectos de entretenimento. Observam-se programas noticiosos, informativos, boletins, entrevistas, conteúdo cultural, musical e de entretenimento em geral. Infere-se que embora a diversidade – em função da proposta constitutiva de cada webrádio -, os veículos tramitam numa unidade que tenciona para a unidade acadêmica, sua interação e motivação. Tais observações foram possíveis no conjunto de todas as webrádios tidas em conta na pesquisa proposta.



Tais elementos cunharam um composto reflexivo, no qual as decisões criativas, técnicas e gerais da criação e constituição webrádio para a Rádio FIP foram ancorados. A análise robusteceu a construção do padrão particular do presente projeto, dando vias de embasamento nas iniciativas já adotadas por instituições de expressão e inovação, já que o pensamento criativo aqui traçado teve referência para constituir seu próprio universo.

Da reunião dos dados à constituição de projeto

O estudo realizado a partir das webrádios selecionadas emergiu a partir da observação e do exame funcional dos veículos, em medidas de compreensão de tais modelos de mídia na internet e em traços de referência que auxiliariam no arranjo criativo da geração de conteúdo e interação para a Rádio FIP. A primeira definição se deu na sedimentação do nome do veículo com Webrádio FIP, indicando os sinais de pertença institucionais acrescidos do elemento indicativo da novidade, a plataforma web.

Os procedimentos do estudo implicaram no desenvolvimento da constituição e programação da Webrádio FIP, favorecendo ainda a criação de sua identidade visual, vinculação eletrônica e amostra de conteúdo – sob aprovação da instituição.

Constituição Webrádio FIP

Um veículo acadêmico de mídia é, sobretudo, promotor da unidade da comunidade acadêmica, criando elos de interação com o público que se relaciona com a marca institucional. Nesse sentido, as decisões criativas partiram do posicionamento objetivo da Webrádio FIP como veículo difusor dos valores institucionais, promotor de integração e unidade da comunidade acadêmica e gerador de elos de identificação.

Público ouvinte

Delimitou-se como público, os sujeitos que integram a comunidade acadêmica das FIPMoc por inteiro, entretanto com foco no público entre 18 e 35 anos – faixa etária básica dos acadêmicos - , não se restringindo a docentes e colaboradores da instituição. Há ainda a proposição de que a Webrádio FIP dialogue com o público disposto a partir



da idade de 15 anos, público no qual começa a se relacionar com a marca institucional pelo universo do vestibular, das escolhas do futuro e do mercado profissional. São potenciais ingressantes e, na oportunidade do veículo, começarão a relacionar-se com a instituição desde tenro tempo, oportunizando uma estratégia consistente de abordagem e captação.

Estilística

Uma instituição universitária deve ser entendida inicialmente como uma comunidade singular de pessoas. A Webrádio FIP nesse sentido deve ser um espaço privilegiado de encontro. Quanto ao esquema temático e ao espírito da webrádio, pensou-se posicioná-la como um assertivo de entretenimento. Dessa forma, conecta-se o universo da instituição ao próprio universo pessoal dos sujeitos atendidos, fazendo com que convivam com a marca institucional por mais tempo e em oportunidades recreativas. Com um traçado de entretenimento, o rosto da Webrádio FIP se desenha como cultural, informativo, musical e artístico de maneira personalizada.

Técnica

A Webrádio FIP será ancorada na tendência contemporânea de conteúdo *on demand*. Toda a produção de conteúdo e programação será disponibilizada de maneira sistemática ao ouvinte. A webrádio se torna uma experiência de consumo diversificada, onde o ouvinte pode acompanhar os programas e formatos à sua própria escolha e disposição. Uma página própria inserida no portal das FIPMoc conterá não apenas o player e as informações essenciais do veículo, mas num formato hipertexto condensará todo o conteúdo em áudio, texto e vídeo. Um aplicativo permitirá que o público ouvinte selecione através de *tags* temáticas, programas de conteúdo afim às suas opções de busca, gerando uma *playlist* personalizada.

Conteúdo

O teor de programação da Webrádio FIP trafega pelo segmento de entretenimento. Programações diversificadas de entrevistas, *talk shows*, programas musicais e culturais compõem a grade. Além disso, *podcasts* temáticos e *drops*



noticiosos da instituição mantenedora recortam a programação. A tabela abaixo expõe o recorte de programação da Webrádio FIP:

TABELA 1 – Programação Webrádio FIP

HORÁRIO	PROGRAMA
6h	CAPITÃO CAVERNA: clássicos da música e flashback
7h	FACTUAIS: programa noticioso
8h	FOLHA DUPLA: revista interativa e temática
10h	COUNTDOWN: paradas musicais elegidas pelo público
11h	MADBOX: <i>podcast</i> de cultura pop
12h	BORA FALAR DE BOLA: esportivo
13h	EM VOGA: debates
14h	FAZ-ME-RIR: humor e interatividade
15h	REPÚBLICA: mercado de trabalho, carreira, cultura
16h	FACTUAIS (2ª EDIÇÃO): programa noticioso
17h	TOCA AÍ, UAI: pedidos musicais do público
19h	CULTUREBA: agenda cultural
20h	MADBOX EXTRA: <i>podcast</i> de cultura pop (extendido)
21h	PEQUI DAQUI: <i>talk show</i> de música regional
22h	CADEIRA ELÉTRICA: entrevistas
22h30	VEDE!: leitura dinâmica dos fatos do dia
23h	THE HEARTBANDS CLUB: musical de bandas consagradas
0h	FAIXA MUSICAL: Jazz, soul, blues e funk.
1h	MADBOX [REPRISE]
2h	FAIXA MUSICAL: Pop
3h	REPRISES: SEGUNDA-FEIRA: República TERÇA-FEIRA: Cadeira Elétrica QUARTA-FEIRA: Cultureba QUINTA-FEIRA: Pequi Daqui SEXTA-FEIRA: Faz-me-ri
4h	FAIXA MUSICAL: Nacional
5h	FAIXA MUSICAL: Rock
SÁBADO	6h – Capitão Caverna 7h – 0h: <i>Podcasts</i> com o melhor da semana.
DOMINGO	0h – 6h: Faixas musicais 6h: Capitão Caverna 7h – 6h (segunda-feira): faixas musicais

Considerações finais

A sociedade da comunicação vive sob a égide de uma era de convergências, onde a internet é um fator modulador das práticas cotidianas. Os meios de comunicação, como o rádio aqui em questão, ganham novo fulgor e instauram em sua história e agenda uma nova linguagem e abordagem midiática e sociocultural.



A Rádio FIP, veículo de comunicação radiofônica acadêmica das Faculdades Integradas Pitágoras, teve a partir de um estudo documental do fenômeno da cibercultura nas webrádios, um projeto construído para sua transposição à plataforma web. Com forma, conteúdo, estilo e perspectivas constitutivas desenvolvidas, o projeto pode tornar-se um plano expressivo sob o qual a partir do usufruto de um estudo científico, tomando produtos de comunicação como objetos empíricos, puderam gerar no tocante a um cenário tão denso quanto o hodierno.

A resultante final do trabalho culmina num traçado experimental de transposição de um veículo convencional à plataforma *web*, entretanto, na abstração dos objetivos de pesquisa e no fulgor do percurso metodológico, o presente estudo evidenciou um prisma de possibilidades alicerçadas numa era de convergência comunicacional e onde a cibercultura passa a ser entendida como uma fenomenologia profundamente enraizada no terreno social e próxima dos indivíduos na contemporaneidade. Salienta-se ainda, o potencial integrador e de unidade, os quais, veículos de comunicação como webrádios. Em suma, a substância própria dos *mass media* como de qualquer produto de comunicação é o próprio substrato sociocultural, numa medida cada vez mais humana no tempo e no espaço.

REFERÊNCIAS

BURAFAH JUNIOR, A. **O rádiojornalismo brasileiro diante das ferramentas de interação WEB 2.0**. VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo: USP, novembro de 2009.

KISCHINVSKY, M. **O rádio sem onda: convergência e outros desafios de radiodifusão**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2000.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. 2009. 299 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.

PORTAL DO RÁDIO. Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom, 2013. Disponível em <https://blog.ufba.br/portaldoradio/radios-universitarias/webradios-universitarias/>. Acesso em 20 nov 2012.



SAMPAIO, R. **Educar, ensinar e aprender na era digital**: princípios básicos. Acta do X Simpósio Internacional de Informática Educativa. Salamanca, 2008.

TEIXEIRA, M.; SILVA, B. **Rádio web**: educação, comunicação e cibercultura no universo acadêmico português. Ambientes emergentes. Portugal: Centro de Investigação e Educação – Universidade do Minho, 2009.

URIBE, E. V. O rádio digital e o rádio em internet: além das transformações tecnológicas. **UniRevista**, v. 3, n. 1, jul de 2006.

VIGIL, José Ignacio López. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. Tradução de Maria Luiza Garcia Prada. São Paulo: Paulinas, 2003.



APÊNDICE A – LOGOTIPO DA WEBRÁDIO FIP



APÊNDICE B – ACESSO À WEBRÁDIO FIP PELO PORTAL INSTITUCIONAL

Copyright © 2012 Faculdades Integradas Pitágoras. Todos os direitos reservados.



The screenshot shows the website for FIPMoc (Faculdades Integradas Pitágoras). The main navigation bar includes links for 'EaD', 'Biblioteca', 'Intranet', 'Trabalhe Conosco', 'WebMail', 'Ouvidoria', and 'Fale Conosco'. Below this is a search bar and a secondary navigation bar with 'Vestibular', 'Graduação', 'Pós-Graduação', 'CPA', 'Secretaria', and 'Institucional'.

The 'Web Rádio FIP' section is highlighted. It describes the radio as an academic media vehicle for communication and interaction. Key details include:

- Constituição:** Web rádio de 24 horas de programação de conteúdo diversificado.
- Características:** Comunicação acadêmica com estilo voltado ao entretenimento.
- Público:** Composto da faixa etária de 17 a 35 anos.
- Programação:** Orientada à personalização e ao entretenimento.
- Objetivos:** Construir uma comunicação acadêmica interativa, personalizada e pontual.

The 'PROGRAMAÇÃO DA SEMANA WEB RÁDIO FIP' section lists the schedule for 'SEGUNDA A SEXTA' and 'DOMINGO'. The 'Capitão Caverna' program is featured with a 'ver todos' link and a 'Home do assunto do dia' section for 07/12/2012, showing a playlist of songs like 'Madbox' and '3:52'.

The footer contains a grid of links for various services and social media, along with a copyright notice for 2012.

APÊNDICE C – BANNER DE DIVULGAÇÃO NA INTERNET

