



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM
JORNALISMO – DECOM

Ana Carolina Cantos Ferreira

**O rádio na plataforma digital: A Webrádio da
Universidade Estadual da Paraíba e sua contribuição
social e acadêmica.**

Campina Grande/ PB
2017

Ana Carolina Santos Ferreira

**O rádio na plataforma digital: A Webrádio da
Universidade Estadual da Paraíba e sua contribuição
social e acadêmica.**

Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação social da Universidade Estadual da Paraíba como requisito necessário para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Goretti Maria Sampaio de Freitas

Campina Grande, PB
2017

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

F383r Ferreira, Ana Carolina Santos

O rádio na plataforma digital [manuscrito] : a webrádio da Universidade Estadual da Paraíba e sua contribuição social e acadêmica / Ana Carolina Santos Ferreira. - 2017.

96 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2017.

"Orientação: Profa. Dra. Goretti Maria Sampaio de Freitas, Comunicação Social".

1. Webrádio. 2. Rádio universitária. 3. Radialismo. 4. Rádio UEPB. I. Título.

21. ed. CDD 302.234 4

Ana Carolina Santos Ferreira

O rádio na plataforma digital: A Web rádio da Universidade Estadual da Paraíba e sua contribuição social e acadêmica.

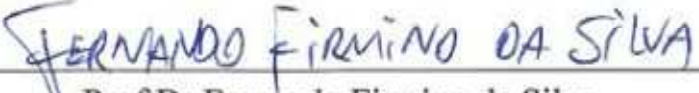
Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação social da Universidade Estadual da Paraíba como requisito necessário para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba.

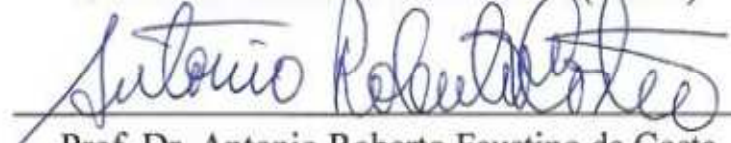
Monografia aprovada em 08/08/2017

Nota:

BANCA EXAMINADORA


Prof.^ª Dr.^ª Goretta Maria Sampaio de Freitas (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof.Dr.Fernando Firmino da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Dr. Antonio Roberto Faustino da Costa
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, a todos os que sonharam e lutaram junto comigo a fim de concretizar um objetivo tão desejado. A toda a minha família, especialmente aos meus pais Amadeu e Lourdes pelo incentivo e apoio, e aos meus irmãos Cristina, Paula e Reginaldo, a meu amigo e parceiro Gláucio pela força e apoio. Aos meus amigos pela companhia, disponibilidade e colaboração de sempre, aos meus professores e colegas, o meu MUITO OBRIGADO. Hoje, encerro mais uma etapa de desafios e conquistas em minha formação profissional. Desde que iniciei esta jornada sabia que seria difícil, mas jamais impossível. Portanto que venham os novos desafios.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pela força e amparo para que eu pudesse concluir esta etapa de minha formação profissional com êxito, aos meus pais pela dedicação, força e incentivo em minha formação educacional. Agradeço a toda minha família pela torcida e apoio nos momentos difíceis. Aos meus amigos e colegas de graduação pela companhia, em especial o companheirismo dos amigos Fábio Siebra e Bruna Gomes que juntos formamos um trio, carinhosamente autodenominado de “Os três patetinhas”, uma amizade que me trouxe crescimento e amadurecimento, que vão além do ambiente acadêmico. Agradeço a eles o apoio, as aventuras, desafios, quedas e conquistas que vivemos juntos na graduação, a vocês dois o meu muito obrigado “Patetinhas”.

Agradeço a meus professores, que me ensinaram verdadeiramente o que é o jornalismo. Deixo meu agradecimento especial aos professores Goretti Sampaio e Gilson Solto por me apresentarem o Radiojornalismo e assim me incentivar e contribuir com o meu amor e carinho pelo rádio. O professor e amigo Hipólito Lucena pelo apoio, paciência e amizade que sempre me incentivou a continuar lutando por meu objetivo, abrindo espaço para prática jornalística na Coordenadoria de Comunicação da UEPB e na Webrádio da instituição, que se tornou objeto de estudo desta pesquisa. Sou grata a todos que contribuíram com ensinamentos práticos e teóricos para meu aprendizado em jornalismo fora da sala de aula em estágios e atividades externas a universidade.

Meu Muito obrigado a todos que estiveram presentes de forma direta ou indireta nesta jornada e cujo sempre serão lembrados de forma carinhosa a cada nova etapa e conquista que serão os frutos e a continuidade deste estudo.

“O Extraordinário progresso experimentado pelas técnicas de comunicação de 1970 para cá representa para a Humanidade uma conquista e um desafio. Conquista, na medida em que propicia possibilidades de difusão de conhecimentos e informações numa escala antes inimaginável. Desafio, na medida em que o avanço tecnológico impõe uma séria revisão e reestruturação dos pressupostos teóricos de tudo que se entende por comunicação.” (PRADO, 1989)

O rádio na plataforma digital: A Webrádio da Universidade Estadual da Paraíba e sua contribuição social e acadêmica.

Ana Carolina Santos Ferreira

RESUMO

O rádio está em constante transformação e adaptação às novas tecnologias da comunicação e transmissão de conteúdo. Uma das grandes evoluções aconteceu com o surgimento da internet, que deu origem a chamada Rádiovweb/webrádio, também conhecida como novo rádio. Destacamos as webrádios universitárias, dada sua atuação e importância diante da divulgação de conteúdos voltados à educação, a ciência e a cultura, que alcançam tanto acadêmicos quanto a comunidade em geral, representando um recorte importante para a atuação radiofônica no Brasil e no mundo. Nosso objeto de estudo foi a webrádio da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Realizamos uma pesquisa de campo com base na análise qualitativa que nos permitiu, além da pesquisa teórica, realizar observações diretas ao nosso objeto de estudo, bem como análise do espaço físico e online da emissora, realizamos entrevistas e aplicação de questionário para colher opinião pública, foi feito o mapeamento das webrádios no Brasil e o crescimento da emissora web dentro das universidades. Com esta pesquisa observamos que o rádio não entende a internet como uma ameaça à sua existência, e sim uma aliada ao seu desenvolvimento e adequação ao mundo da rede mundial de computadores, o que a torna ferramenta de contribuição e difusão das ações das instituições de ensino, como é o caso da webrádio UEPB.

Palavras chave: Webrádio, Rádio Universitária, Radialismo, Rádio UEPB.

ABSTRACT

The radio is constantly changing and adapting to the new technologies of communication and content transmission, being present in various sectors as one of the most popular means of communication in the world, which disseminate and broadens relations between public, content and broadcasters. One of the great evolutions of occurred with the emergence of the internet, which gave birth to the webradio, also known as new radio. We highlight the universities web radios, given their performance and importance in the dissemination of content directed at education, science and culture, reaching both academics and the community, representing an important scene for the radio performance in Brazil and in the world. Our object of study was the webrádio of the State University of Paraíba (UEPB). We conducted a field research based on the qualitative analysis that allowed us, in addition to the theoretical research, to make direct observations our object of study, as well as the analysis of both the physical and online space of the broadcaster. We conducted interviews and survey application to gather public opinion, mapping of webradians in Brazil and the growth of the web-site within the universities. With this research we observe that the radio does not understand the internet as a threat to its existence, but as ally to its development and adaptation to the universe of the world-wide computer network, which makes it a tool of contribution and diffusion of the actions of the educational institutions, such as the case of the UEPB webradio.

Keywords: Webradio UEPB, University Radio, Social Contribution.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Evolução dos Computadores.....	22
Figura 2 –Homepage da Rádio Bandeirantes	35
Figura 3 – Homepage da Rádio Unc-FM	36
Figura 4 – Rádios Web mais acessadas	37
Figura 5 – Homepage Rádio só Flashback	38
Figura 6 – Homepage Rádio Gospel de Campinas	40
Figura 7 – Homepage Rádio USP	45
Figura 8 – Homepage Rádio Claretiana FM /1	46
Figura 9 – Homepage Rádio Claretiana FM/2	47
Figura 10 – Rádio Fripts/Seguimentos	54
Figura 11 – Rádio Frispts	54
Figura 12 – Homepage Webrádio UEPB	61
Figura 13 - Homepage Webrádio UEPB	62
Figura 14 – Interatividade Ao vivo	64
Figura 15 – Interação direta.....	64
Figura 16 – Pagina UEPB no Facebook	65
Figura 17 – UEPB no Twitte	66
Figura 18 – UEPB no Youtube	66
Figura 19 – Bastidores de programa	71
Figura 20 – Transmissão Ao vivo	72
Figura 21 – Logotipo Programa Gente Nossa	73
Figura 22 – Dados do site /1	75
Figura 23 – Dados do site/2	75
Figura 24 – Dados do site/3.....	76

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Classificação da Webrádios UEPB	76
--------------------------------------------------	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Webrádios por Regiões	38
Gráfico 2 – Seguintos mais ouvidos nas webrádios	39
Gráfico 3 – Emissoras Universitárias no Brasil	44
Gráfico 4 – Relação com a UEPB	79
Gráfico 5 – Com que frequência ouvem a Webrádio UEPB	79
Gráfico 6 – Conteúdos Procurados pelos internautas da Emissora	80
Gráfico 7 – Sobre a estrutura da emissora na web	81

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
Caminhos metodológicos	14
1. O RÁDIO: EVOLUÇÃO HISTÓRICA E TECNOLÓGICA	16
1.1 Histórico do rádio no mundo	16
1.1.1 O rádio no Brasil	18
1.1.2 O surgimento da internet	21
1.1.3 Crescimento do acesso digital no Brasil	23
1.2 O rádio na internet	25
1.3 Webrádio: um novo rádio	28
1.3.1 Novidades na radiodifusão	32
1.3.2 A interação no rádio	33
1.4 A webrádio no Brasil: panorama de emissoras com maior atuação na web	34
2. RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS E A WEB	41
2.1 As rádios Universitárias em atuação no Brasil	43
2.2 A internet na comunicação educacional e institucional	47
2.2.1 As webrádios universitárias como espaço de extensão, aproximação e aprendizado	50
2.3 Mapeando as webrádios Universitárias	53
3. ESTUDO DE CASO: WEBRÁDIO UEPB	55
3.1 Conhecendo a Webrádio UEPB	55
3.1.1 Programação	57
3.1.2 Ambiente Web da Rádio	61
3.1.3 A interação na Webrádio UEPB e as redes sociais	63
3.2 Webrádio UEPB como espaço de laboratório prático	67
3.3 Expansão da comunicação radiofônica da UEPB: Seu público externo	69
3.3.1 Programa Por Dentro do Assunto	71
3.3.2 Programa Gente Nossa	72
3.4 Análise estatística da Webrádio UEPB	73
3.4.1 Analisando a opinião dos internautas da Radioweb UEPB	77
CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
REFERÊNCIAS	85

Referencias online	85
Sites visitados	88
APÊNDICES	90
ANEXOS	93

INTRODUÇÃO

Surgindo no século XIX, o rádio passou por muitas transformações e adaptações, e até hoje, tende a usar novas ferramentas e técnicas de atuação para manter-se vivo diante dos avanços dos meios de comunicação.

Atualmente as rádios vem usando as transmissões online, centrando sua atuação por completo dentro do espaço web e visa assim não só a adaptação aos novos meios tecnológicos, mais também alcançar e agradar um número mais diversificado de ouvintes. Ao longo de sua história o rádio foi se adaptando as novas criações digitais, se mantendo sempre presente na comunicação. No inicio, era impossível pensar no futuro que o rádio viria tomar e nos obstáculos que sua atuação iria enfrentar. Em suas primeiras transmissões os ruídos e a má qualidade do som o faziam ser uma incerteza na comunicação à distância. Ao longo das pesquisas acerca das transmissões sonoras, os radiodifusores por cabo se destacaram, evoluíram para transmissões sem fiação, chegando às emissoras de rádios por satélite e frequências elétricas, que no século XX tiveram seu destaque nos países europeus e Estados Unidos. Suas atividades começaram com fins militares, passando para a transmissão de conteúdos científicos, com o tempo chegou ao mercado e posteriormente ganhou espaço nos lares, ocupando lugar primordial na comunicação, informação e formação social.

A era do Rádio no Brasil aconteceu nas décadas de 40 e 50, destacando a música e o entretenimento. O antropólogo Edgard Roquette Pinto foi um dos grandes nomes do rádio nacional, e visava à divulgação científica, educacional e cultural por meio do rádio desde sua implantação no Brasil, nos anos 1920. Esta função educativa é exercida atualmente pelas emissoras radiofônicas universitárias.

Enfrentando a queda de popularidade com o surgimento e ampliação do espaço da televisão nos lares e no mercado, o rádio teve que readaptar suas condições de funcionamento em aspectos físicos, em conteúdos e inclusões tecnológicas, dando força para a inclusão da notícia nas programações das emissoras e sempre buscando evoluir junto a seu público que a cada instante é surpreendido com novos meios, novas formas técnicas e sociais de transmitir conteúdo.

As evoluções e a globalização da informação e de seus meios, fez com que as técnicas do rádio evoluíssem, entre estas transformações está à compactação dos equipamentos, que diminuiram em tamanho ampliando a qualidade. As transmissões por ondas eletromagnéticas por satélite promoveram maior acesso territorial às emissões sonoras; os aparelhos receptores

ganharam assim melhor mobilidade, ficando mais próximos dos ouvintes, o que não era possível com os aparelhos maiores e fixos.

Outra grande transformação sofrida pelo rádio veio com o surgimento da rede mundial de computadores. A internet promoveu o surgimento de um novo rádio com atividade exclusiva na web; uma programação que vai além do conteúdo sonoro, apresentando aos seus ouvintes ações multimidiáticas, com som, texto e imagem. Este novo rádio, chamado de webrádio, traz novidades em relação à interatividade e o protagonismo dos ouvintes; abre espaço para o surgimento de novas emissoras, que na transmissão convencional teriam que enfrentar concessões e permissões de funcionamento.

É na web que, hoje, emissoras universitárias em atuação no Brasil desde os anos 1950 e novas rádios encontram espaço para divulgação educacional, da ciência e arte, conteúdos estes destacados por Roquette Pinto, que via no rádio um grande meio de difusão da informação científica e cultural. Roquette criou em abril de 1923 a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, atual Rádio MEC¹ que integra o sistema EBC (Empresa Brasileira de Comunicação), e atua desde sua criação divulgando conteúdos ligados à saúde, educação e sociedade.

As emissoras universitárias voltadas à difusão radiofônica da ciência, cultura e educação, centram-se nos ambientes acadêmicos, porém atingem também a população em geral, principalmente quando presentes na rede, ambiente onde ultrapassam fronteiras. É centrando nesta ação sócio-educativa das emissoras universitárias que pretendemos neste trabalho realizar um estudo de caso sobre a webrádio da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

Em nosso estudo focamos em analisar o rádio no ambiente virtual, mapeando os canais com atuação parcial e com ação exclusiva na internet, centrando nas emissoras universitárias as quais encontram na internet um espaço amplo para divulgação de suas pesquisas. Visto que em uma sociedade em pleno processo de digitalização a adaptação do rádio a internet é algo necessário, e quando se trata de emissoras universitárias esta adaptação torna-se ainda mais precisa, já que a grande maioria do população acadêmico é composta por jovens, estes incluídos diretamente na sociedade digital do século XXI. A rede permite ainda as universidades estreitar suas relações e ampliar os conhecimentos da sociedade em geral sobre assuntos que antes se encontravam restritos ao espaço científico e universitário.

¹ Disponível em <<http://radios.ebc.com.br/mecfmrio>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

Caminhos metodológicos

Realizando reflexões acerca da temática central de nossa pesquisa qualitativa, voltada ao estudo de caso sobre a web rádio UEPB, a definirmos como a pesquisa que nos permite estar em campo em busca de respostas sobre o fenômeno estudado com base nos indivíduos envolvidos no ambiente de estudo, tendo os elementos ênfases importante nos resultados que serão obtidos (GODOY, 1995, p.21). Dentro da pesquisa para uma melhor compreensão do objeto estudado, Günther (2006) estabelece alguns métodos para melhor conclusão de resultados, os quais se destacam a escolha do objeto de estudo, a coleta de dados, as estratégias para as coletas de dados e a interpretação dos resultados.

A pesquisa qualitativa estabelece três linhas de estudo que para Godoy (1995) são definidos como, documental com estudos de documentos na análise do conteúdo. O etnográfico que é mais utilizada em estudos voltados a sociedades e permite ao pesquisador entrar e fazer parte do ambiente influenciando diretamente em suas ações para o relato da pesquisa. Já o estudo de caso, usado em nosso trabalho, se caracteriza como um tipo de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa profundamente. Godoy (1995, p.25), complementa a definição e afirma ser um exame detalhado de um ambiente, de um simples sujeito ou de uma situação em particular, estabelecendo uma relação entre a teoria e prática, proporcionando uma análise intensiva do objeto.

Durante nossa pesquisa teórica, realizamos estudos a cerca da história e atuação do rádio até a chegada da internet e sua adaptação a rede mundial de computadores, em seguida partimos para um mapeamento das rádios nacionais com atuação online e das webrádios. Focamos nosso mapeamento nas emissoras cadastradas e avaliadas no site Rádios.com e no portal do Rádios Intercom. Concretizamos nossa pesquisa de mapeamento seguindo os estudos de Prata (2008) sobre “Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação”. Nosso embasamento teórico feito em estudo bibliográfico visou enriquecer nossa pesquisa para possibilitar a apresentação dos avanços tecnológicos trazidos ao rádio pela internet, junto à definição do novo rádio digital, destacando sua expansão territorial de divulgação radiofônica, bem como o aumento dos processos de interação do rádio na internet, com o uso das redes sociais e dos dispositivos móveis apresentados pela globalização dos meios de comunicação. Nossa compreensão acerca da atuação da webrádio nos permitiu compreender a relação das emissoras radiofônicas com a internet que levanta questionamentos entre pesquisadores e profissionais da área radiofônica, onde Ferraretto (2010) defende que mesmo com as

transformações digitais o rádio jamais deixará de ser um meio de comunicação voltado às ondas sonoras. Almeida e Magnoni (2010) nos apresentam que a relação entre o rádio e a internet começou na década de 90 e se expande a cada ano seguindo o fluxo da digitalização e dos avanços tecnológicos que a sociedade alcança, bem como acompanha as exigências do mercado. Os autores ainda destacam que a internet pode ser para o rádio uma aliada ou uma concorrente, em nosso estudo veremos que a primeira opção é a que prevalece diante das atividades das webrádios. A atuação das rádios universitárias na web e a migração total destas emissoras para o espaço online é destacado por Pereira (2016) em seu texto sobre as Webrádios universitárias, como um desafio e possibilidades para a educação.

Como foco de nossa pesquisa, após os estudos bibliográficos e a construção teórica sobre a atuação das emissoras universitárias na web e avaliarmos as atividades das rádios web das instituições de ensino, partimos para nosso estudo de caso sobre a Webrádio UEPB, analisamos suas características e atuação diante dos avanços de uma sociedade cada dia mais digitalizada. Durante 30 dias acompanhamos a produção dos conteúdos, a programação veiculada, os acessos da rádio pelos ouvintes na web, espaço físico e online, realizamos entrevista com o Coordenador da Rádio, o jornalista Hipólito Lucena e com estagiários, além da aplicação em plataforma online de um questionário ²que buscava obter a opinião dos internautas a respeito da emissora como um todo, como sua plataforma na web, sua programação, estética, conteúdo e dicas de programação, visando mostrar a presença da webrádio UEPB dentro e fora do espaço universitário com base na visão dos ouvintes. O questionário foi disponibilizado na web por um mês, obtivemos a um número de 36 internautas. Observamos as atividades e uso das redes sociais como Facebook e Youtube. Para melhor aprofundar os conhecimentos sobre nosso objeto de estudo, foram realizadas visitas ao ambiente de funcionamento, além da observação online e de pesquisa bibliográfica.

Nosso estudo de caso, aprofundado na webrádio UEPB, segue a definição de Ponte (2006. p.2) que afirma que o estudo de caso, consiste em uma investigação que se assume com particularidades, que se dedica a uma situação específica, procurando assim descobrir o que há nela de mais essencial e característico e, assim, contribuir para sua compreensão global ou de certo fenômeno de interesse.

² Questionário esteve disponível em

<<https://docs.google.com/forms/d/1ruvHLAswGgleweUd16oTpFuMHvpTD4k8k668EpAaD5k/prefill>>.

Acessado no período de análise da pesquisa para obter respostas dos ouvintes. Atualmente o questionário não esta disponível para respostas.

Visando observar as características técnicas e práticas de funcionamento da webrádio UEPB, foram feitas observações diretas para melhor coleta de informações. Foi possível coletar dados em relação aos processos de produção e transmissão de conteúdos da rádio junto à equipe. Este processo foi facilitado por meio do conhecimento e relação já estabelecida com a rádio, antes desta pesquisa, em uma experiência de estágio voluntário realizado na emissora no ano de 2014, onde foi possível conhecer e participar das ações da rádio, estabelecer maior relação com a radiofonia e despertar os objetivos deste estudo.

Para finalizar, organizamos este trabalho em monografia, dividindo em três capítulos. No primeiro capítulo abordamos um histórico do rádio, a chegada da internet e adaptação das transmissões radiofônicas da web, no Brasil e no mundo, completando com um mapeamento das emissoras nacionais. No segundo capítulo, mostramos a atuação das rádios universitárias seu surgimento e importância; suas adaptações à web e as funções sociais e educativas, além de culturais, apresentando as emissoras universitárias em atuação no país. No terceiro capítulo, centramos no nosso estudo de caso sobre a webrádio da UEPB, abordando, entre outros aspectos, suas características no espaço web, atuação, programação e ações nas redes. Mostramos sua importância para comunidade interna e externa ao ambiente acadêmico, na divulgação das pesquisas, ações culturais e artísticas realizadas nos campus da instituição em toda Paraíba. Para finalizar a análise apresentamos os dados de acessos e resultados da pesquisa em questionário sobre a emissora diante dos seus ouvintes online, finalizando nossa análise com críticas construtivas acerca do funcionamento da Webrádio UEPB.

1 O RÁDIO: EVOLUÇÃO HISTÓRICA E TECNOLÓGICA

1.1 Histórico do rádio no mundo

A criação do primeiro aparelho radiofônico ocorreu oficialmente em 1896, pelo físico italiano Guglielmo Marconi, que conseguiu transmitir mensagens sem fio, o que não era possível até então com o telegrafo elétrico, revolucionando, assim, o fazer comunicação e mudando os rumos da humanidade. Ferreira (2013) o rádio surge como um importante instrumento no contato e na difusão de informações e do entretenimento.

A distância deixou de ser uma barreira para a comunicação. No entanto, quando se fala da historiografia da transmissão radiofônica há quem defenda que o rádio no Brasil tenha sido o pioneiro. Ferreira (2013) defende que o pioneirismo do rádio tenha acontecido no Brasil

com o padre Landell Moura, que em 1893 e 1894 realizou transmissões em telegrafia sem fio, porem essas transmissões não foram tomadas como pioneiras do rádio no mundo.

Foi em Campinas que este padre-cientista iniciou a construção de aparelhos de sua exclusiva invenção, que iria expor ao público na capital paulista, em 1893 (...) O pároco de Campinas levou à capital seus estranhos aparelhos e, talvez, satânicos instrumentos, na opinião de fiéis extremados. Instalou um deles, o emissor, na Avenida Paulista, ponto dos mais elevados da cidade, e o receptor, no bairro e Morro Sant'Ana, a oito quilômetros de distância. E de público, na presença do representante do governo britânico, P. C. P. Lupton, e de outros convidados, logrou a primeira transmissão radiotelefônica com fio e sem fio. (VAMPRÉ, 1979, p. 21).

O Brasil não reivindicou o pioneirismo nacional de Landell, mesmo com os registros e patentes dos aparelhos nacionais conseguidos pelo cientista em 1901. O que prejudicou seu reconhecimento como “pai do rádio”. Reafirmando a versão “oficial” da história dando a Guglielmo Marconi este título.

O rádio, desde sua criação passou por fases que mudaram as formas de se fazer radiofonia. De inicio com função militar e, posteriormente, o rádio chega aos lares civis ganhando espaço no mercado e tendo agora função e espaço comercial. O seu poder de despertar a imaginação do ouvinte em tornar real em sua mente o que ouve somada a sua tecnologia que possibilita a transmissão de mensagem sem fio usando ondas eletromagnéticas³ logo despertou o interesse dos radioamadores mundo a fora e, assim, as fronteiras marítimas foram ultrapassadas.

O rádio enfrentou sua primeira ameaça de ser extinto com o surgimento da TV nos anos de 1920. Com a expansão da televisão, nas décadas de 1950 e 1960, e seus avanços e aprimoramentos de imagem e transmissão, os televisores tornaram-se cada vez mais populares, ocupando espaços anteriormente dos aparelhos radiofônicos, tanto na preferência do público como na publicidade. Segundo Honan (1981) apud Ferraretto (2010, p.36), neste momento as empresas radiofônicas começaram a encarar o fato de que a televisão lhes havia usurpado seu posto como distribuidores de entretenimento geral para as massas. Esta ameaça fez com que as emissoras de rádio buscassem a inovação e adaptação, focando em novos públicos específicos, novos formatos de conteúdo e buscando alcançar assim novos mercados.

O segundo balanço de popularidade a existência do rádio foi com a chegada da internet, mais uma vez enfrenta um novo meio de comunicação e mostra que enquanto ele

³ Ondas eletromagnéticas: são também chamadas de ondas hertzianas e conhecidas, também como ondas de radiofrequência. São produzidas por corrente elétrica de alta frequência por meio de condutores de antena. São também chamadas de ondas Hertzianas, em homenagem ao alemão Heinrich Hertz.

tiver o poder de se adaptar e se reinventar jamais chegará a seu fim. Hoje a internet não é mais um obstáculo, mais sim um auxílio no fazer radiocomunicação.

A evolução do rádio não parou, mesmo com o avanço tecnológico e o surgimento de novos meios de comunicação com transmissão à distância, o aparelho teve que se inovar, a inovação é inclusive uma característica deste meio de comunicação que iniciou sua evolução com a telegrafia com transmissão por cabeamento; o telegrafo sem fio; o rádio comunicação; e o rádio de hoje que além da transmissão por ondas eletromagnéticas, nos anos 90 passou a transmitir conteúdo pela rede mundial de computadores, adaptando-se a multimídia. Estar no ciberespaço⁴ possibilita o rádio ampliar o alcance de públicos anônimos e heterogêneos com o auxílio da Banda Larga⁵.

O ingresso do rádio no ciberespaço ampliou seu alcance e os canais para a circulação da mensagem além do aparelho receptor tradicional de sinais de antena; qualquer computador que tenha conexão a REDE pode aceder ao meio. (URIBE, 2006, p.2).

Em pleno século XXI o rádio a cada instante se aprimora, em técnica, conteúdo e difusão. Não apenas computadores, mais aparelhos de celular, tablets e dispositivos com acesso a internet também possibilitam o ouvinte ter contato com o chamado novo rádio, que se encontra com atuação parcial ou completa na web. Oferecendo conteúdos em áudio, vídeo, imagem e texto. Um novo rádio onde além de escutar, o ouvinte pode ir além de sua imaginação pelo som, mas estreitar a relação com a rádio que agora ele pode ver.

A expansão sociocultural em todo o mundo fez o rádio não só se dedicar ao mercado capitalista, mas ganhar viés tanto lucrativo como social, com rádios comunitárias, e educacionais, como as rádios universitárias.

1.1.1 O rádio no Brasil

No Brasil, as primeiras transmissões de áudio oficiais começaram em 1922, na transmissão do discurso do então Presidente da República, Epitácio Pessoa. Existem divergências quanto a primeira rádio a ir ao ar no Brasil, alguns pesquisadores afirmam que foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro em 1923, criada por Roquette Pinto e Henrique

⁴ Ciberespaço: um espaço da comunicação sem a necessidade da presença humana para concretizar a comunicação. O que a internet possibilita para o seu público.

⁵Banda Larga: melhor acesso a internet com melhor velocidade, permitindo assim o uso de satélite para obter este acesso veloz e rápido.

Morize, dois dos grandes nomes da radiofonia no país. Porém, a rádio Clube de Pernambuco começou a atuar no Brasil em 1919 (bem antes da rádio carioca) e foi criada por um grupo de rádio amadores do Recife. Atualmente a rádio integra o grupo de Rede Clube do Brasil, ocupando sua programação com entretenimento, jornalismo e esporte.

A era de ouro no rádio nacional foi em 1930 e 1940, quando o avanço das tecnologias fez surgir novos meios de comunicação que levaram o rádio nacional a ir adaptando-se as tendências e ao mercado que se expandia por todo o mundo e chegavam ao país.

O rádio chegou ao Brasil com objetivo de possibilitar o contato com o mundo, ter um aparelho de rádio era sinônimo de poder econômico. Os primeiros aparelhos eram obtidos pela classe alta, seu conteúdo se constituía de um cunho mais cultural, com música clássica e conteúdos científicos. A literatura viu no rádio uma ótima oportunidade de se difundir. A notícia chegou à radiofonia de forma tímida, com as leituras dos jornais impressos da época, surgiram também as radionovelas e desde então novos conteúdos foram se integrando as programações radiofônicas da época, hoje as rádios apresentam conteúdos específicos de acordo com seu público-alvo.

Por ser um meio de comunicação que não necessitaria de leitura para ser compreendido, o rádio logo se popularizou no país, tornando-se um ícone da comunicação e promovendo um avanço da civilização brasileira.

De modo semelhante ao que ocorre no final do século 20 com a internet, o rádio aparece, de início, como uma forma de colocar o indivíduo em contato com o mundo, pelo menos, para os que possuem recursos econômicos, garantindo seu acesso ao novo meio. São eles que vão formar quase como um **hobby**, clubes e sociedades dedicadas à escuta e à transmissão, base das primeiras estações brasileiras. (FERRARETTO, 2014, p. 12).

Zuculoto (2012) define a história do rádio no Brasil em seis fases:

1º fase: se refere ao surgimento e implantação do rádio no Brasil, em meados dos anos 1922, tido como evolução tecnológica usada para a comunicação.

A implantação do rádio no país representa, então, uma revolução tecnológica e cultural para a sociedade brasileira. Isto porque, mesmo nos seus primórdios e ainda de forma precária, suas características próprias e diferenciadas do principal meio informativo da época – o jornal - já permitem uma mais rápida divulgação de informações jornalísticas e a prestação de serviços. Apesar disso, nesta fase o rádio se constrói como veículo de transmissão elitista. (ZUCULOTO, 2012, p.3).

2º fase: com início em 1935 se estendendo até os anos de 1950 com o advento e expansão da TV. Nesta fase o rádio viveu sua “Era de Ouro”, até a chega da televisão que faz

o rádio se adaptar a nova fase em que seu espaço passa a ser tomado por um novo aparelho com novas características tecnológicas, começa aí a introdução da informação no rádio, com o radiojornalismo.

É quando o rádioinformativo e, conseqüentemente, as notícias realmente se implantam e passam a se desenvolver utilizando características e recursos do veículo mais adequados à transmissão de informações jornalísticas, entre os quais a rapidez e o imediatismo. (ZUCULOTO, 2012, p. 4).

Neste momento surge o Repórter Esso, que vem com a proposta de levar mais rapidamente ao público informações sobre a Segunda Guerra Mundial. Com influências do radiojornalismo dos Estados Unidos, o Esso trouxe características do fazer notícia no rádio que perduram até hoje no Brasil. A síntese, a clareza, a objetividade na forma e na estrutura do relato são característicos dos noticiários radiofônicos.

3º fase: tem início na metade dos anos 1950 e toda a década de 60, o rádio sente diretamente o impacto da televisão e sofre uma grande queda, a música era o que o sustentava, as emissoras radiofônicas passaram de grandes veículos de comunicação a um “vitrolão”.

4º fase: ocorre nas décadas de 70 e 80. A recuperação do rádio, que para sair do declínio sofrido com o advento da TV no país, passa a incrementar a programação com o jornalismo e prestação de serviços. O surgimento das FM's (Rádios por Frequência Modulada) com melhor transmissão e qualidade de som, chega e promete melhorias. Neste período podemos dizer que foi a fase do radiojornalismo brasileiro conquistar e consolidar espaço.

5º fase: nos anos 90, começa a era da digitalização, fortes influências e mudanças sob impacto das novas tecnologias e da globalização do final do século XX. O jornalismo estilo Repórter Esso, sofre influências e adaptações do tempo. As rádios FM's têm sua explosão e, além de programação musical a notícia e a informação, antes presentes apenas nas emissoras por Amplitude Modulada (AM) que possuem som de baixa qualidade, ganham espaço na Frequência Modulada (FM).

6º fase: nos anos 2000, a digitalização chega ao rádio. A internet se espalha pelo Brasil e pelo mundo, vem aí mais uma “ameaça” para o rádio, que encontra na web uma nova forma de se adaptar e manter-se forte e atuante. Nesse momento, além do rádio por transmissão

digital⁶, que engatinha no Brasil, surge também o rádio na internet com as webrádios. Além do áudio vem a multimídia dos conteúdos que agora esta na rede mundial de computadores, constituindo o novo fazer rádio.

1.1.2 O Surgimento da Internet

A internet é hoje um agrupamento de milhares de redes eletrônicas interconectadas que cria um meio global de comunicação, abrange um espaço de interação, troca e compartilhamento de conteúdos por pessoas diferentes, em diferentes lugares, nela temos um ambiente virtual onde todos e tudo se encontram sem a presença física, é o chamado ciberespaço.

Para chegar ao avanço tecnológico que abarca várias formas de comunicação em um mesmo lugar, como conhecemos hoje, a internet passou por fases em sua história. Santos (2013, p.19) apresenta quatro momentos de seu avanço técnico e histórico.

O primeiro momento ocorreu durante a Guerra Fria, por volta do fim dos anos 50 e início dos anos 60, quando a internet surgiu nos Estados Unidos, com fins militares. Sua expansão após a guerra à leva para o universo científico e de pesquisa, passando a ser usado nos mais importantes centros universitários da América para troca de informações e comunicação por uso do e-mail, fazendo desta expansão o segundo momento de sua história.

Sua terceira fase ocorreu quando a internet passou a obter um poder comercial e passou a fazer parte do cotidiano das pessoas e em repartições industriais e empresariais, permitindo ao mundo conhecer a globalização e, mais, levando a uma revolução na comunicação.

⁶ “Rádio por Transmissão Digital no Brasil: A transmissão digital é em relação à qualidade do áudio. Com ela, o AM passaria a ter qualidade equivalente ao FM atual e o FM passaria a ter qualidade de CD – ou seja, digital. A transmissão digital também permite o envio de dados; em um rádio com receptor digital, o ouvinte poderia receber informações como nome da música, do artista e até promoções exclusivas daquela emissora. Porém sua implantação no Brasil envolve questões práticas e técnicas. Uma das dificuldades são as rádios piratas. Enquanto no rádio analógico uma interferência produz um chiado na transmissão, no rádio digital, qualquer interferência maior simplesmente interrompe completamente a transmissão – nem o chiado se ouve. O dinheiro é outro problema – e dos grandes. Cerca de 50% das emissoras brasileiras possuem parque técnico com mais de 40 anos de uso... Para migrar para a transmissão digital, seria preciso trocar praticamente toda estrutura de transmissão da emissora... Testes com transmissão digital no Brasil ainda mostraram que a cobertura das antenas digitais tem uma limitação física maior do que as analógicas. Assim, não seria possível atingir a mesma cobertura da transmissão analógica com o mesmo número de antenas... como resultado no Brasil, o rádio online – distribuído pela internet – chegou à frente. À medida que cada vez mais pessoas possuem dispositivos móveis conectados e a infra-estrutura de banda larga móvel do país melhora gente aproveita para curtir as rádios online ou os serviços de streaming de música. Ou seja, existem boas chances do rádio digital brasileiro não passar de projeto.” Disponível em: <https://olhardigital.uol.com.br/video/radio-digital-nao-sai-do-papel-e-deve-ser-atropelada-pelas-emissoras-online/48444>, Acessado em 3 de Março de 2017.

Nos dias atuais, em que a internet é indispensável para a vivência em uma sociedade que está em constante mudança e evolução sociocultural, configura-se sua quarta etapa, permitindo a criação e navegação em um mundo em transformação na rede, onde tudo se encontra, se compartilha se armazena, se vende, se diverte e se trabalha.

A rede mundial de computadores ao longo de sua evolução apresenta uma definição, a cada nova ferramenta e atividade que nela se encontrada e é desenvolvida.

[...] um sistema global de rede de computadores que possibilita a comunicação e a transferência de arquivos de uma máquina à outra qualquer, conectada na rede, possibilitando, assim, um intercâmbio de informações sem precedentes na história, de maneira rápida, eficiente e sem a limitação de fronteiras, culminando com a criação de novos mecanismos de relacionamento. (CORRÊA, 2002, apud SANTOS, 2013, p.15).

Além das mudanças e expansão, a internet evoluiu em termos de suporte, os enormes computadores usados na primeira e segunda fase, logo evoluíram e passaram a ser portáteis chegando hoje a caber na palma da mão, assim como todo conteúdo que suportam e transmitem.



Figura 1: imagem retirada da internet.

Estas novas formas e mutações da comunicação permitem à internet agrupar funções que juntam todos os meios de comunicação já existentes em um só. Nela podemos encontrar a TV, o rádio e o jornal, além das redes sociais que substituem os cartões postais e as cartas, hoje quase que extintas. Não apenas a comunicação e o contato entre as pessoas, a vida na rede possibilitou a transformação do fazer jornalismo e levar a notícia para o mundo, uma comunicação que se estende para além do público-alvo, ultrapassando em questão de segundos as fronteiras marítimas.

Santos (2013, p.24) destaca, dentre os avanços técnicos que a internet sofreu a transmissão por meio de linha telefônica. Chamado na época de acesso discado era lenta, curta e cara, tornando difícil o seu acesso pela grande massa da população. Hoje a internet

pode ser acessada de forma mais rápida, por mais tempo, além do seu valor comercial que hoje, se comparado ao início da comercialização, ser bem mais baixo, facilitando o acesso das classes baixas a seu conteúdo e a navegar por seu espaço. Esta mudança técnica e de acesso foi realizada com o serviço de Banda Larga que dispensa as conexões por cabeamento. Hoje o número de pessoas que acessam a internet por meio da Banda Larga cresceu consideravelmente.

No Brasil a Banda Larga não tem uma definição concreta, sendo ligada aos serviços que as operadoras que a distribuem oferecem. Dentre as descrições estão à melhor velocidade, o valor, os limites de expansão territorial e o conjunto de todo serviço oferecido e vendido pelas operadoras aos consumidores.

A internet é hoje o carro-chefe da comunicação mundial. No Brasil ela chegou um pouco tarde em meados de 1991, com o objetivo que alcançar todo Brasil. Devido seu valor alto e as falhas de seu serviço inicial, a camada social que tinha acesso ao ciberespaço era pequena, apenas a classe mais abastada podia ter contato com o serviço que de início se voltava a pesquisas de cunho educacional.

Em 1995 a internet avança no território nacional e o acesso da sociedade ao ciberespaço também aumenta. Os meios de comunicação e de informação da época se viram ameaçados, TV, rádio e jornais, tiveram que se adaptar a este novo meio que ocupava seu espaço diante da sociedade. O rádio, por exemplo, teve sua extinção anunciada pela segunda vez, porém a utilização da internet como ferramenta de expansão de conteúdo fez dela uma aliada aos meios de comunicação tradicionais.

Neste período foi criando o Comitê Gestor de Internet no Brasil, que passou a estabelecer regras de acesso e de atuação da internet no país, porém sobre a Banda Larga, não existe nada que estabeleça condições jurídicas de seu acesso. Devido seu avanço o Ministério das Comunicações, criou em 2007 o Plano Nacional de Banda Larga (PNBL), com o intuito de democratizar e qualificar o acesso à internet, tornando a Banda Larga fundamental para o direito do acesso digital (SANTOS, 2013, p.25).

1.1.3 Crescimento do Acesso Digital no Brasil

O acesso à internet no Brasil teve um grande crescimento nos últimos anos, o que nos faz compreender que o país vive a chamada “Era da informação”, em que muitos conteúdos

são compartilhados, divulgados e acessados, comprovando que ter acesso à internet é primordial para a vida cotidiana.

A Internet não é mais vista apenas como uma forma de lazer, mas sim assume, no panorama fático contemporâneo, o papel de relevante veículo de informação, de ambiente de trabalho e estudo, de um espaço aberto para se comercializar com comodidade, ao mesmo tempo em que se pode explicar ideias e pensamentos com liberdade. (SANTOS, 2013, p.26).

Esta relevância de um espaço aberto e da liberdade espalhada pela internet, fez o número de brasileiros com acesso a internet chegar a 102 milhões de conectados em 2015, cerca de 58% da população brasileira, segundo pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação e pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, e divulgado pelo TIC Domicílios (Tecnologia da Informação e Comunicação) no ano de 2016⁷.

Ainda na pesquisa os lares com acesso a internet por meio de celulares, computadores e outros dispositivos moveis chega a 51%, ou seja, 81,1 milhões de lares têm acesso à internet. Mesmo com todos os avanços e crescimentos técnicos e de expansão territorial as classes mais altas tem maior acesso a internet, visto que os planos de internet ainda não chegaram a um valor que possa ser abarcada por todas as classes no geral; chegando a 95% da classe A com acesso a web, a classe B resultou em 82%, 57% para classe C, e 28% para a D/E.

Em meio a este avanço no acesso a conexão da internet, o Brasil vive atualmente um momento turbulento em relação à Banda Larga Fixa, que ganha os noticiários e divide opiniões dos internautas e das operadoras do serviço. A questão é quanto ao seu limite de acesso que pretende deixar de ser ilimitado, para se tornar limitado e, assim, passar a ser controlado pelas operadoras do serviço. A intenção é limitar o acesso à internet por banda larga fixa que tem velocidade reduzida ao final de seu pacote de dados, que consistem no acesso a web e nas atividades realizadas durante o período que se estiver online, sejam eles download e upload. Atualmente este processo de limitação do acesso já existe, porém não nos planos de internet banda larga fixa e sim nos planos de internet móvel. Hoje, após ter seus dados consumidos os planos fixos permitem o acesso, mesmo que de forma lenta. Agora com o controle os usuários terão que pagar a mais se desejarem continuar conectados até que seu ciclo de consumo se renove.

⁷Disponível em:<www.agenciabrasil.ebc.com.br>. Acesso em 11 fevereiro de 2017.

A decisão ainda não foi aprovada judicialmente e nem oficialmente pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), mas algumas operadoras por conta própria começaram a fazer este procedimento o que revoltou os usuários e fez o assunto ser pensado diante das autoridades e da ANATEL. Segundo o ministro da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, Gilberto Kassab, em matéria divulgada no portal Agências Brasil (2016), o fim dos planos automáticos com franquia ilimitada de acesso a dados em Banda Larga fixa pode ocorrer no 2º semestre de 2017, porém o assunto promete ser longo, afinal em um mundo globalizado e guiado pelas redes se controlar o acesso das conexões é um retrocesso.

1.2 O Rádio na Internet

A internet surgiu em plena Guerra Fria na década de 1960, de início para fins militares, se consolidou socialmente nos anos 1990. No Brasil, em 1991, quando a internet se expandiu, também foi encarada como a sentença de extinção do rádio, a internet não vem a ser uma ameaça e sim uma aliada ao avanço dos modelos e técnicas de transmissão de conteúdos sonoros. Tendo agora diversificadas formas de atuação o rádio passa a ser identificado com um conceito mais plural.

Esta pluralidade é identificada com a digitalização do rádio e a sua introdução no mundo online, permite à abrangência de sua atuação e formas de utilização, ampliando a oferta e o uso deste novo rádio, além do som, o novo formato modifica a apresentação de informações e conteúdo, apresentado agora em uma pluralidade de formas, com som, imagem e texto. O rádio possibilita o aumento do poder que os ouvintes e usuários possuem na internet, seja sobre os conteúdos a serem acessados ou sobre as ações das próprias emissoras, que passam a ser veiculados parcial ou exclusivamente na web, este espaço maior para os ouvintes apóia a comunicação radiofônica diante da nova sociedade técnica, digitalizada e conectada.

A internet modifica as mensagens pelas quais se informam as pessoas. Os usuários passam a ter um poder que antes não possuíam, tanto para buscar e contrastar como para incorporar informação gerada ou conhecida por eles. Tem acesso a rede como um autosserviço. Esta visão modifica plenamente o panorama dos meios de comunicação e em particular do rádio. Ou o rádio busca a personalização da informação, a interatividade, o autosserviço, ou perderá a capacidade de penetração na nova sociedade. (HERREROS, 2001 apud. FERRARETO; MAGNONI e CARVALHO, p.47).

Estas características e outras ações facilitadas pela web ao rádio despertam uma discussão sobre sua maior característica: o som, que desde sua criação aproxima e entretém o ouvinte, seja com notícia, música, entretenimento entre outros seguimentos.

Porém, atuando em nova plataforma e ganhando novos formatos, o rádio não perderá sua característica maior. Sendo assim, agora, além de som será permitido outros elementos e uma melhor interação do ouvinte com o rádio.

O veículo continuará utilizando recursos sonoros, “porém com funções multimídia, portanto terá de agregar uma linguagem flexível que possibilite diversificar conteúdos, o que torna inevitável integrar sua programação a novos formatos de distribuição, e ainda ser capaz de compatibilizar voz, imagens e dados. (BIANCO, 2009, p.58-59 apud MAGNONI e RODRIGUES, 2013, p.13).

Ampliando sua programação para a web, o rádio passa a integrar a internet com conteúdos complementares a sua programação em ondas ou a atuar com transmissões feitas exclusivamente na web. Prata (2008) define este novo fazer rádio como uma rádio digital com as seguintes características: a) emissoras de rádio com transmissão por ondas Hertzianas⁸ com transmissão digital; b) emissoras de rádio com existência exclusiva na internet com permissão da presença de outros elementos além do sonoro.

Desde que a internet passou a integrar por definitivo o fazer rádio no Brasil, por volta dos anos 1998, à presença das emissoras com sites e páginas na web é uma novidade crescente, e seus gêneros e direcionamentos variam de acordo com seu público-alvo, em música, notícias de esporte, cultura entre outros conteúdos direcionados, como afirma Prata (2008) em sua tese “Webrádio: Novos gêneros, novas formas de interação”.

Pode-se afirmar, com toda certeza que, mais do que o rádio digital, a presença na web é a grande novidade encontrada pela radiofonia. Hoje no Brasil existem centenas de sites de rádios na internet que, além da transmissão de áudio, oferecem também informações sobre a programação da emissora, *chats*, fotografias dos locutores e artistas, tabelas de preços de publicidade, entre dezenas de outros atrativos. Os serviços de busca de sites da web apontam a presença de variados tipos de emissoras de rádio, com ampla programação centrada nos mais diversos públicos. (PRATA, 2008, p.62).

Nestes sites o público além de conferir a transmissão de conteúdos em áudio da programação e nos formatos oferecidos pela web, pode conhecer melhor os funcionários e a

⁸ Rádios Hertzianas: São ondas eletromagnéticas produzidas por corrente elétrica de alta frequência por meio de condutores de antena. Chamadas de ondas Hertzianas, em homenagem ao alemão Heinrich Hertz.

própria empresa, porém, a preferência e atuação das rádios mais antigas se detêm ao modo convencional das transmissões por ondas e por meio dos aparelhos radiofônicos, a internet vem a se tornar aí, apenas uma ferramenta a mais de ampliação de conteúdo, porém não se descarta a possibilidade de se transferir toda a programação para web e deixar de atuar pelas transmissões por ondas convencionais. Mas isso só o tempo poderá dizer.

Os sites com logotipos, slogan da emissora, e conteúdos relacionados à programação, bem como links que levam o usuário as páginas relacionadas, entre outras atividades oferecidas, foram o começo para que as emissoras se voltassem totalmente para a internet, com atuação por inteiro no ciberespaço, fazendo surgir aí as rádios com atividades exclusivas na internet. A rádio ToTem, em 1998 foi a primeira emissora a entrar ao ar pela rede mundial de computadores, do Brasil para o mundo, há quase vinte anos.

Ao analisarmos as histórias da criação e atuação do rádio e da internet podemos observar que ambas são parecidas: foram criados para fins militares, logo ganharam a expansão social e comercial, são indispensáveis aos lares e, hoje, se integram a digitalização do século XXI.

Atualmente as emissoras vêm atuando com as transmissões ao vivo pela internet, seja nos sites próprios das rádios ou em canais de redes sócias, como Youtube e Facebook. Nestas transmissões, além da programação em áudio, os ouvintes também acompanham a movimentação dos estúdios, conhecem os radialistas e toda a produção envolvida no programa, seja jornalístico, musical ou de entretenimento, o que antes só era possível em uma visita física as instalações da rádio. Outra vantagem de estar na web são as formas e o avanço na interação dos ouvintes que se tornam mais participativos.

Outra transformação apresentada é o jeito de comunicar-se. Com uma ferramenta que possibilita não só a comunicação em áudio, mas também em vídeo, foto e texto, torna-se preciso se adaptar também a linguagem digital, a chamada linguagem híbrida trazida pela internet, atraindo o público que ali está conectado. Esta nova linguagem possibilita a existência de um novo integrante, o ouvinte-produtor, voltando mais atenção às ferramentas de interação ouvinte-rádio e entre os próprios ouvintes.

Esta nova linguagem dá a internet uma diferenciação dos outros meios de comunicação. Pinho (2003) apud Prata (2008, p.64) elenca dez características que comprovam esta diferenciação.

- 1- Não-linearidade: a movimentação do usuário por várias páginas da web ao mesmo tempo.

- 2- Fisiologia: o usuário tem uma leitura mais lenta, por isso os textos são mais curtos que os do meio impresso.
- 3- Instantaneidade: a notícia é veiculada no mesmo instante do acontecimento.
- 4- Dirigibilidade: informação para um público específico.
- 5- Qualificação: alto nível de escolaridade do público com acesso a web, sendo também com maior poder aquisitivo.
- 6- Custos de produção e de veiculação: baixo custo de implantação de conteúdo, e lucro pode ser relevante ou não acontecer.
- 7- Interatividade: com várias formas de interação com os internautas.
- 8- Pessoabilidade: comunicação pessoal.
- 9- Acessibilidade: disponibilidade constante dos sites.
- 10- Receptor ativo: o público busca a informação, ao contrário dos outros meios como a TV e o Rádio, em que levam a informação a ele.

Estes aspectos da internet permitem ao rádio apropriar sua linguagem a esta nova plataforma e assim acompanhar o andamento e as exigências do público que desejam alcançar dentro da web. Público este diverso, já que agora as rádios alcançam usuários de todo o mundo que possui acesso à internet.

1.3 A Webrádio: Um Novo Rádio

O avanço das novas tecnologias de comunicação vem contribuindo cada vez mais para o crescimento da sociedade que está a cada dia mais digitalizada e os meios de comunicação como a TV, o rádio e o impresso se viram obrigados a adaptar-se a essas ferramentas pra manter-se em atividade.

Atualmente as rádios convencionais, educativas, comunitárias e até mesmo as rádios piratas, vem se valendo das transmissões pela internet e não apenas a incorporando como ferramenta de extensão de sua programação. Com páginas em redes sociais e sites próprios, as emissoras têm objetivo de divulgar e ampliar o alcance dos antigos e novos ouvintes. Surgem também as rádios com atividade de transmissão apenas no ciberespaço, não só com adaptação aos novos meios tecnológicos, mas fazendo surgir um novo jeito de se fazer rádio na era digital, uma rádio com conteúdos e atuação exclusivos na web, as chamadas webrádio/rádioweb.

Este novo fazer rádio torna-se, também, uma oportunidade das Universidades centrarem suas atividades na prática da comunicação radiofônica, criando suas rádios

universitárias com conteúdos exclusivos na web e voltados para o ciberouvinte⁹, visto que o ciberespaço é um ambiente presente na vida dos universitários, público alvo direto das emissoras universitárias. Este assunto será tratado com mais ênfase ao decorrer desta monografia, já que este é o nosso foco de pesquisa.

A rádio online é a emissora que faz uso da internet para criação de sites próprios e assim disponibilizar conteúdos, informações sobre a rádio, locutores, promoções, além de atuar com páginas nas redes sociais, buscando assim uma melhor aproximação de seu público. Porém, sua atuação é centrada no modelo convencional. Já a webrádio é uma estação de rádio que disponibiliza o seu sinal para a difusão na internet, centrando assim suas atividades na plataforma digital, onde além de ouvir o webouvinte¹⁰ vai ver ler, participar e ajudar a construir a programação da rádio (PORTELA, 2006, p11). Este novo rádio não é mais uma frequência a ser sintonizada, mas um endereço a ser acessado.

Por webrádio entende-se a emissora radiofônica que pode ser acessada através de uma URL (Uniform Resource Locator), um endereço na internet, não mais por uma frequência sintonizada no dial de um aparelho receptor de ondas hertzianas. (PRATA, 2008, P.60).

Prata (2008) complementa que a webrádio consiste em uma constelação de elementos sonoros, textuais e imagéticos, pois além do botão que dar acesso ao áudio da programação radiofônica na web, o que a difere de todos os outros sites da internet, o ouvinte vai também ter acesso a conteúdos que no rádio convencional eram inimagináveis e inacessíveis, como o texto e imagem. Sem falar na interação ouvinte-rádio que foi completamente transformada, tornando o ouvinte um integrante ativo e participativo das programações e da própria rádio. Prata (2008), o acesso a essas rádios na web são feitos por meio das homepages¹¹ que são aporta de entrada do internauta no site ao qual ele visitar.

A webrádio tem uma *homepage* na internet por meio da qual podem ser acessadas as outras páginas da emissora. Na *homepage* aparece o nome da emissora, geralmente um slogan que resume o tipo de programação e vários hiperlinks para os outros sites que abrigam as diversas atividades desenvolvidas pela rádio. (PRATA, 2008, p.60).

⁹Ciberouvinte: ouvintes conectados no ciberespaço, e que ouvem as rádios que circula pela web.

¹⁰Webouvinte: denominação para os ouvintes de webrádio, ouvintes conectados a web.

¹¹Homepages: página principal é a página de entrada de um site.

Dentro das próprias páginas das emissoras o ouvinte tem acesso ainda aos links/hiperlinks¹² que facilitam a navegação dentro da webrádio e sobre o conteúdo que nela se encontra. Sejam informações de patrocinadores, publicidade e conteúdos adicionais, verdadeiros caminhos online que os levam a outras páginas, expandindo assim o seu conhecimento e a atuação das emissoras.

Os aparelhos que fazem as transmissões radiofônicas também mudaram de grandes dispositivos radiofônicos, que ocupavam espaço próprio nas residências, para os pequenos radinhos de pilhas que tinham lugar garantido nas bolsas e bolsos e poderiam ser usados em qualquer lugar. Temos agora os computadores, celulares e tablets entre outros aparelhos digitais e portáteis, popularizando ainda mais o rádio, frente à sociedade digitalizada em que vivemos.

Com tantas modificações, adaptações e com tanta facilidade de construção e atuação de atividades sonoras na web, muitas atividades nominadas como webrádio vem sendo defendidas por alguns pesquisadores como não sendo rádio, visto que muitos produtos em formato de áudio que são disponibilizados pela web a seus usuários são erroneamente designados como sendo uma transmissão radiofônica. Prata (2008) define como não sendo rádio os *podcast* e as emissoras pessoais, construídos e disponibilizados online. Vários portais oferecem aos internautas a possibilidade de criação de rádios próprias e o processo é tão simples que qualquer criança pode fazê-lo. O site www.radiolivres.org¹³, citado pelo autor, oferece um espaço para divulgação de rádios web livres no Brasil e apresenta em sua página além do acesso as emissoras, arquivos para a criação de rádios pessoais. Já o *podcast*, é tido como um serviço de transmissão de áudio que pode ser acessado e feito o download pelo usuário para que possa ser ouvido quando desejar e assim ser distribuído com mais facilidade. Estes e tantos outros conteúdos encontrados na web, não são transmissões radiofônicas, muito menos rádio, e sim conteúdos em áudio que possibilitam o usuário construir e definir o que quer ouvir.

[...] na realidade, estes *jukeboxes* eletrônicos, onde o internauta “monta a sua própria rádio”, são na verdade uma programação de música gravada, só um pouco mais versátil do que o velho hábito da minha geração de gravar uma fita com uma seleção pessoal de canções (MEDITSCH, 2001, p.4 apud PRATA, 2008, p.72).

¹² Links/hiperlinks: texto ou frase destacada no texto que estabelece ligações entre endereços da web, e documentos disponibilizados online.

¹³ Disponível em <<http://muda.radiolivres.org>>. Acesso em 5 março de 2017.

Mesmo sem um controle oficial dos conteúdos sonoros na web, não podemos confirmar que portais sem compromisso com o real papel do rádio na sociedade sejam incluídos nos modelos radiofônicos da web. Pois, ser rádio inclui mais que interesses pessoais e uma lista de músicas em exibição sem intervalos, sem conteúdo de interesse social-cultural e utilitário a sociedade, sem falar na falta de informação. Estes conteúdos não são radiofonia e sim ações sonoras disponíveis no ciberespaço, com acesso livre e direto.

O novo rádio tem sim um poder mais ativo dos ouvintes, mas esta liberdade de escolha do que ouvir liga-se apenas a conteúdos que podem ser obtidos e organizados por download ou não, e existem sites exclusivos para isso, já nas webrádios, o conteúdo pode até ser disponibilizado para consulta, porém é de direito exclusivo da emissora que o produz com sua própria equipe ou até mesmo que compra algumas informações de agências de notícias, isso quando a informação não pode ser acompanhada de perto por seus repórteres e nem pela produção. É bom frisar que uma webrádio (novo rádio) é uma rádio dentro da rede, já os conteúdos como os citados acima, são atividades avulsas em sites ligados ou dedicados a produções sonoras, sejam musicais, noticiários e conteúdos diversos

No Brasil, a digitalização seja técnica ou por meio da internet e da informática, não fará com que o rádio deixe de ser rádio, pois as transmissões auditivas e radiofônicas são características culturais para os brasileiros. E seja em ondas ou na web ele será ouvido.

Mesmo que digitalização transforme bastante o rádio, ele continuará a ser um veículo predominantemente sonoro. Então, o fim do rádio não será agora! O hábito de ouvir áudio, seja de discos, de rádio, de televisão, ou de outras fontes comunicativas sonoras, está profundamente arraigado na forte tradição oral-auditiva dos brasileiros. Com certeza não será alguns novos componentes sensoriais inseridos nos veículos digitais de comunicação que irão romper um traço cultural tão antigo e disseminado entre as diferentes camadas sociais. (MAGNONI e CARVALHO (org.), 2010, p. 276).

Nosso foco não é discutir se os conteúdos auditivos ou radiofônicos na web são ou não rádio e nem avaliar os variados tipos de áudio disponíveis na web, mas sim debater e apresentar a atuação do rádio na internet como uma alternativa indispensável a ações radiofônicas do século XXI.

Estar online se tornou uma saída para as emissoras, que recorrendo às plataformas digitais não precisam das concessões e controles políticos para atuar, o que torna a rede um amplo espaço para o surgimento de rádios com diversas ramificações e com os mais variados gêneros. Visto que a grande maioria das rádios do Brasil em atuação por ondas tem apoio político direto ou indireto ou está sobre controle de grandes empresas de comunicação, o que

facilita sua concessão de atuação perante o Ministério das Comunicações (MC). O que se torna difícil para as rádios “livres” deste controle, como as chamadas rádios piratas, e até mesmo as comunitárias e educativas. Por não estarem ligadas ao objetivo comercial, se voltam aos conteúdos comunitários, educacionais e artísticos, assuntos em sua maioria pouco explorados pelas rádios comerciais, que controladas por políticos e grandes empresários, se voltam para a indústria cultural, com foco na produção de conteúdos com retorno financeiro.

Atuar na web é um ótimo espaço para as rádios universitárias que centram sua atuação exclusivamente na internet e assim ficam livres de toda a burocracia a ser enfrentada para a criação em ondas convencionais. É o caso da Webrádio da UEPB, Universidade Estadual da Paraíba, que vem atuando com conteúdo unicamente na web desde 2008¹⁴.

A internet viabilizou o acesso a criação de rádios dos mais diversos tipos. Diferente do sistema de radiofrequência, que um espectro escasso e está nas mãos de poucos grandes grupos de comunicação ou das rádios comunitárias – que também necessitam de uma frequência e tem baixo alcance – Rádio web tem como vantagens a facilidade de implantação, o baixo custo e o longo alcance, podendo ser ouvida em qualquer parte do planeta por meio de uma única infra-estrutura. (OGLIARI e SOUZA, 2015, p.4)

1.3.1 Novidades para a Radiodifusão

A multimídia é a convergência de mídias, por meio da união de todos os meios de comunicação em um só, o que a internet permite, não só para o rádio, mais também para todos os outros meios de comunicação presentes no ciberespaço. Tendo em vista que a web oferece ferramentas e alternativas para emitir uma mensagem a seu usuário.

Palácios (1999) apud Almeida e Magnoni (2010) destaca que a web apresenta algumas características que auxiliam a atuação do rádio na internet:

- a) A multimídia ou convergência de mídias: que une todos os meios de comunicação em um só.
- b) A hipertextualidade: ao acessar a internet o internauta pode interligar e se aprofundar nos conteúdos ali disponíveis, de acordo com os links encontrados na página de navegação, fazendo com que o usuário decida o que deseja em forma de conteúdo.

¹⁴ Falaremos mais da atuação a Webrádio da UEPB, nos próximos capítulos.

- c) A customização ou personalização de conteúdo: de acordo com a multimídia e o acesso ao conteúdo seguindo os interesses do usuário o que permite a personalização do material a ser acessado.
- d) Armazenamento ou memória: diferente dos meios convencionais de comunicação à internet permite o armazenamento do conteúdo que pode ser acessado mais tarde, mesmo que, por exemplo, a transmissão de um programa tenha sido feita ao vivo.
- e) Interatividade: maior participação do usuário.

A web também trouxe para o rádio a oportunidade de expandir sua audiência, saindo das fronteiras que as transmissões por ondas estabeleciam. A digitalização técnica do rádio e a sua fusão de AM (Amplitude Modulada) para FM (Frequência Modulada), esta lenta e tardia aqui no Brasil, o que facilita a migração parcial e total das rádios para o ciberespaço.

1.3.2 A Interação no Novo Rádio

O rádio sempre foi considerado o meio de comunicação mais próximo do público, seja por meio de sua linguagem que é direcionada ao seu ouvinte, seja por meio da participação convencional, por do telefone, e-mails, mensagens de celular, redes sociais e pelos sites das emissoras na web. Este novo espaço no qual as emissoras de rádio vem se introduzindo, permitiu ampliar a relação com os ouvintes, melhorando a interação e a relação dos públicos com as emissoras.

Esta interatividade é uma oportunidade da emissora se apresentar como instituição, permitindo ainda a aproximação do ouvinte com os locutores, com a empresa e com outros ouvintes, aumentando significativamente sua participação na construção, e difusão dos conteúdos disponibilizados pela webrádio.

No que respeita à interatividade, a webrádio possibilita aos ouvintes de ações que promovem a sua integração e participação na comunidade. O ouvinte tem a possibilidade de partilhar as suas opiniões sobre a programação, de intervir num programa em direto ou, até mesmo, de interagir com outros ouvintes, aspectos que suportam o desenvolvimento de pertença e de integração. (FUERTES et al, 2013, p.119)

A relação rádio-ouvinte agora não mais limitada por fronteiras em ondas e se expande pelo grande e vasto ciberespaço.

1.4 A Web Rádio no Brasil: Panorama de emissoras com maior atuação na web

O crescimento de rádios com atuação online e atividades exclusivas na web é crescente, desde o avanço da internet no país as rádios têm a cada dia se apropriado mais desta ferramenta tecnológica, seja como atuação parcial ou total na web, fazendo surgir ai o chamado novo rádio com traços da multimídia que a internet propõe. Prata (2013), ao traçar um panorama da webrádio no Brasil, analisa os pressupostos da convergência de mídias com o advento da internet.

Mas quais são os pressupostos deste novo rádio da era da convergência multimidiática? Do ponto de vista da tecnologia, o novo rádio é, por excelência, digital. A partir do viés da linguagem, a nova radiofonia tem como base a interação, o usuário como produtor e consumidor de informações ao mesmo tempo, a menor fidelidade do público, a alta segmentação das emissoras e a presença de elementos visuais e textuais. (PRATA, 2013, p. 3).

Com atuação livre e desordenada, este novo rádio, mesmo em constante crescimento, ainda não tem uma regulamentação jurídica para as implantações e funcionamentos das emissoras na web, o que facilita a existência do grande número de webrádios, nos mais variados seguimentos, em todo território nacional. Existem sites de organizações não oficiais que reúnem algumas webrádios com o objetivo de regulamentar a atuação das emissoras, como é o caso do blog “União Brasileira de Webrádios”¹⁵ que tem objetivo de unir as emissoras, buscando sua valorização e a troca de valores e conhecimento entre as rádios que se filiam ao grupo.

A falta de um controle governamental ou não governamental dificulta pesquisas e análises sobre ações e número exato das webrádios em exercício no Brasil. Mas para tentar entender melhor este crescimento, fizemos um panorama nacional, sobre as webrádios mais acessadas e atuantes, que se encontram cadastradas no site de maior concentração de rádios online no Brasil, o Radios.com.br¹⁶. Devido ao constante crescimento e a inúmera quantidade de rádios cadastradas no site, foi decidido analisar apenas as 20 mais visualizadas e ouvidas pelos internautas as quais denominaremos como “as vinte mais”.

Para traçarmos este panorama das rádios na web aqui no Brasil tivemos como base a pesquisa realizada por Prata (2013), que apontava os dados iniciais da atuação das webrádios

¹⁵Disponível em <<https://ubwr.blogspot.com.br/p/missao-e-valores.html>>. Acesso em 11 fevereiro de 2017.

¹⁶Disponíveis em <<http://www.radios.com.br/cnt/estatistica>>. Acesso em 11 fevereiro de 2017.

nacionais, naquele ano o número de rádios na web chegava a mais de duas mil. Sua pesquisa também se deteve aos dados disponíveis no radios.com.br, que há 14 anos faz relatórios com o ranking¹⁷ das rádios mais ouvidas pela internet, incluído às emissoras com atuação parcial e total na rede. O site tem mais de 14mil rádios nacionais cadastradas entre FM e AM, com atuação online e webrádios.

Em nossa pesquisa, realizada em fevereiro de 2017, de acordo com os relatórios gerados pelo site, que levanta dados a cada uma hora, separamos alguns pontos de análise para avaliar e obter nosso resultado: rádio FM/AM online mais acessada e a menos visualizada no ciberespaço; a webrádio mais visualizada do país e a menos acessada; a sua distribuição pelo território nacional e os segmentos mais acessados pelos internautas. E listamos as 20 emissoras com destaque na web.

O número total de rádios AM/FM na internet, analisadas no período da nossa pesquisa, é de 14, 413 mil, estas emissoras se encontram com conteúdos online e são cadastradas no portal. Em seguida obtemos a mais acessada e a menos visitada pelos internautas e podemos observar que a distribuição das rádios online é tão desigual geograficamente por ondas Hertzianas como pela web.

Segundo o ranking do relatório obtido no dia da pesquisa, a rádio Bandeirantes 840AM/ 90.0 FM, de São Paulo/SP, é a mais acessada pelos internautas com 261, 364 mil visitas. A rádio pertence ao Grupo Bandeirantes de Comunicação, com segmentos esportivo e jornalístico e sua programação é transmitida 24horas.



Figura 2: Homepage do site da Rádio Bandeirantes.

¹⁷ Ranking: classificação por critérios determinados, listados em ordem.

Já a rádio menos ouvida, ocupa o 5405º lugar no ranking do site e tem 11 visitas, é a Rádio Unc 100.5 FM de Canoinhas/SC. A rádio com segmento jovem é da Universidade do Contestado (UnC), de Santa Catarina. Em seu site, além da programação musical, a rádio apresenta informações da instituição, atendendo a universitários, professores, técnicos e a comunidade interessada.



Figura 3: Homepage do site da Rádio UnC-Fm.

O número de webrádios atuantes no Brasil é imensurável, ao analisarmos as webrádios atuantes e cadastradas no portal, constatamos a existência de 8985º emissoras (calculadas no período da pesquisa). Para nossa análise, como já dito, consideramos as 20 mais acessadas.

Rádios WEB mais acessadas por país			
Escolha o País:	Brasil		
Escolha o Mês:	Fevereiro/2017	Pesquisar	
Ver estatísticas/relatórios relacionados			
Relatório gerado a cada 1 hora			
Relatório gerado em: 19-02-2017 às 14:26:15			
Posição	Rádio	Cidade / UF	Visitas
1º	Flashback Rádio	Sao Luis / MA	69254
2º	Frequência Máxima	Rio De Janeiro / RJ	49906
3º	Rádio Gospel Campinas	Campinas / SP	34566
4º	Rádio Perfeito Louvor	Brasília / DF	30551
5º	Santafé Rádio	Goiania / GO	24513
6º	MGT Rádio Sertanejo Romântico	Cuntiba / PR	22113
7º	Brasil Radio Web	Rio De Janeiro / RJ	21767
8º	A Nossa RPC	Duque De Caxias / RJ	18574
9º	Rádio Mução	Fortaleza / CE	18295
10º	Dance 100 Parar Web Rádio	Belo Horizonte / MG	17105
11º	Rádio Retro ABC	Santo Andre / SP	17044
12º	Rádio A Voz Da Fiel	Fortaleza / CE	16502
13º	Esporte Metropolitano 1	Sao Goncalo / RJ	16462
14º	Rádio Atlanta Sertaneja	Cuiabá / MT	16366
15º	Rádio Sinai Web Gospel	São Paulo / SP	15888
16º	Flashback Manchete	Brasília / DF	14178
17º	JP News	São Paulo / SP	13924
18º	Rádio Cordeiro de Deus	São Paulo / SP	13877
19º	Portal Web Gospel	São Paulo / SP	13515
20º	Gold Web Rádio Anos 70, 80 e 90	Florianopolis / SC	12157

Figura 4: Pesquisa 2017. Relatório das 20 webrádios mais visitadas no país, segundo o Radios.com.br. Imagem do portal.

A primeira com mais visualização, é a Só Flashback Rádio de São Luis/MA, com 69, 254 mil visitas, lembrando que a cada hora o site apresenta novo relatório e este número de acessos pode variar. A rádio também estava em primeiro lugar na pesquisa realizada em 2013 por Prata. Com atuação exclusiva na web, tem segmento adulto, flashback e nostalgia, apresenta em seu site a programação que inclui flashbacks internacionais, a participação dos ouvintes e conteúdos em texto e imagem, além de links que levam o usuário a navegar pela rádio. A emissora tem atuação, também nas redes sociais o que auxilia sua expansão na rede e o contato com novos públicos interessados em seu segmento. Segundo Prata (2013) a rádio Flashback, desde seu cadastro no portal até 2013, tinha 1.271.869 visitas. No Facebook, durante nossa análise, sua página oficial teve 17, 315 curtidas e 17, 004 seguidores.

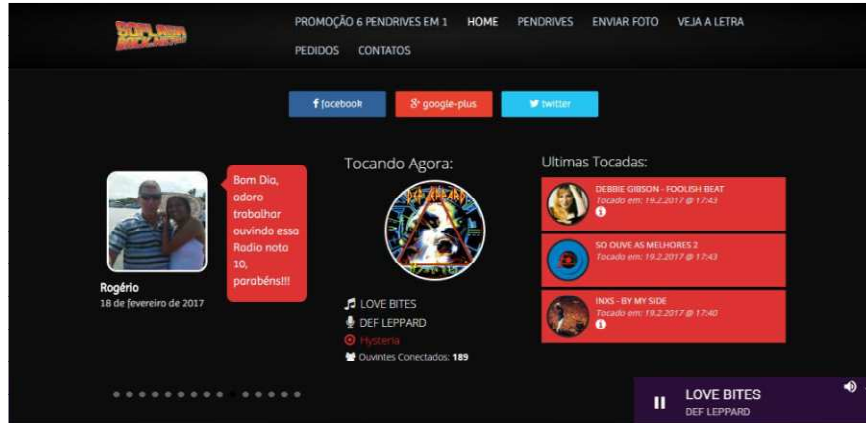
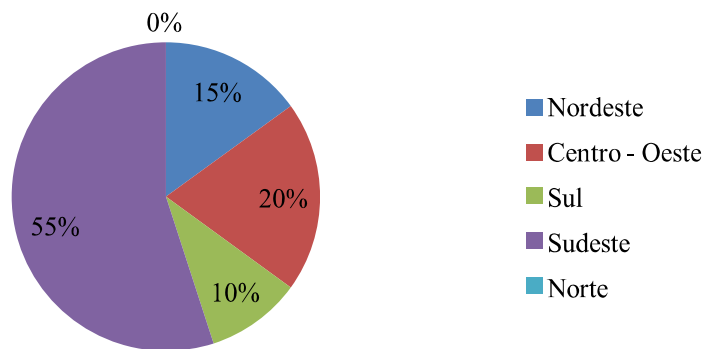


Figura 5: Homepage da Rádio Só Flashback, a Webrádio mais acessada do país.

A rádio menos visualizada é a Radio Rede na Fé, do Rio de Janeiro /RJ, com duas visualizações. De segmento gospel, sua programação consiste em programas e músicas de cunho religioso.

Ao analisarmos as webrádios selecionadas para nossa pesquisa, voltamos à questão da distribuição geográfica das rádios pelo Brasil, pudemos constatar que dentro do “ranking das vinte mais” a Região Norte não possui webrádio; 3 são do Nordeste; 4 da região Centro-Oeste, 2 no Sul; e 11 na Região Sudeste.

Webrádios por Regiões



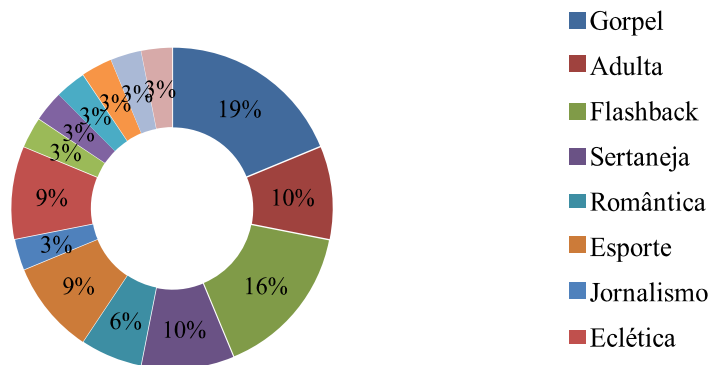
Dados de nossa pesquisa em 2017. Relatório em porcentagem de webrádios distribuídos por região. Análise foi feita em nossa pesquisa, com as 20 webrádios mais vistas. Onde constatamos que entre as 20, nenhuma era da Região Norte.

As rádios cadastradas no radios.com.br apresentam mais de 80 segmentos, dentre eles alguns que se assemelham, mas as emissoras assim os definem e o portal seguindo os cadastra, por ordem alfabética: Adulta, Alternativa, Blues, Bossa Nova, Brega, Business,

Carioca, Católica, CHR, Christian Contemporary, Christian Music, Christian Rock, Classic, Classic Hits, Classic Rock, Classical, Classical Rock, Comedy Show, Comunitárias, Country, Dance, EasyListening, Eclética, Espanhol, Espírita, Esportes, Étnica, Financial, Flasback, Folclore, Forró, Funk, Funk Carioca, Futebol, Gauchesca, Gospel, Hip Hop, Hits, Indian Music, Infantil, Instrumental, Jazz, Jornalismo, Jovem, Judaica, Latin Hits, MPB, Multi Cultural, New Age, New Rock, Nostalgia, OldSchool,Oldies, Pagode, Pop, Pop Português, Pop Rock, Popular, Programação Italiana, Programação Asiática, Programação Espanhol, Punk, R&B, Reggae, Religiosa, Rock, Rock'nRoll, Romântica, Samba, Samba-Pagode, Sertaneja, Smooth Jazz, Soft Rock, Soul, Talk News, Techno, Top 40,Trance, Tribal, Trilhas Sonoras, Tropical,Underground Music, University, UrbanContemporary,Variety, World Music.

Para analisarmos os segmentos preferidos dos ouvintes das “vinte mais”, tendo em vistas que a maioria das emissoras seguem mais de um segmento, os dividimos em Gospel, Adulta, flashback, Sertaneja, Românticas, Esporte, Jornalismo, eclética, Dance, soul, R&S, Samba, Pagode e MPB.

Segmentos mais ouvidos, entre as Webrádios



Dados de nossa pesquisa em 2017. Segmentos mais acessados entre as 20 webrádios analisadas.

O segmento Gospel está em primeiro lugar em nossa pesquisa, assim como na pesquisa de Prata no ano de 2013. A programação religiosa já tem espaço frequente nas emissoras convencionais e no ciberespaço a sua atuação é ainda maior. Tanto pela liberdade de se criar uma própria rádio, sem a necessidade de custos para comprar espaço nas

programações para veiculação de seus programas, quando pelo alcance territorial que a permite chegar a um público maior de fiéis, esta posição só tende a crescer.

A grande presença de emissoras do segmento gospel é uma tendência não apenas nas webrádios do país, mas também no rádio hertziano em geral. Emissoras tradicionais, tanto no AM, quanto no FM, estão cedendo suas frequências para programações religiosas, principalmente evangélicas. (PRATA, 2013, p.11).

A webrádio Gospel mais visualizada é a Rádio Gospel Campinas, de Campinas/SP, com 34, 937mil visualizações. Em sua página, a emissora apresenta, além do conteúdo em áudio, as publicidades, links que levam o ouvinte a ter acesso a toda programação da semana que atende a todo o público cristão que a emissora deseja alcançar, além do acesso ao aplicativo da emissora para que seu webouvinte possa se conectar por seus dispositivos móveis. A programação conta com pregação, programa infantil e músicas.



Figura 6: A homepage da Rádio Gospel de Campinas, a mais ouvida da web, no segmento gospel.

O avanço das novas tecnologias de comunicação e a apropriação dos meios a plataforma online, vem contribuindo cada vez mais para o avanço cultural da sociedade que está mais conectada. Sendo os jovens uma grande parte dessa população em contato direto com as redes sociais e o ciberespaço, o novo rádio em atuação na web, se torna alvo das emissoras educativas, como as rádios universitárias, que voltam sua atuação para a internet.

Atualmente, grande parte das instituições de ensino privado e público se volta para a plataforma digital e disponibiliza toda sua programação radiofônica na internet. Aumentando assim o número de webrádios em atuação e ampliando os conhecimentos e atividades das universidades para além do campo acadêmico, chegando a públicos externos como futuros alunos, ex-alunos, familiares de alunos, professores e funcionários, bem como a sociedade em

geral que se beneficia das pesquisas científicas, sociais e principalmente de saúde, desenvolvidas na instituição e divulgadas em seus meios de comunicação.

2. RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS E A WEB

As rádios universitárias surgiram com objetivo de expandir conhecimentos e pesquisas centrados até então no ambiente acadêmico. Sua atividade se volta para estudantes, técnicos, professores e o público envolvido no meio educacional e cultural, mas não se concentra apenas no ambiente universitário, pois a atuação das instituições de ensino, privadas ou públicas, afeta direta ou indiretamente o viver em sociedade e saber o que se produz nas áreas de estudo das universidades é também de interesse e importância social.

Se tratando dos conteúdos na programação, as rádios universitárias abrangem assuntos diversos, explorando informações gerais que estejam ligadas direta ou indiretamente ao público-alvo das emissoras. No Brasil, as rádios universitárias começaram a atuar em 1957, vinte anos depois das transmissões das primeiras rádios. Desde então as emissoras voltadas ao público universitário passaram a resgatar a função inicial do rádio na divulgação da cultura, ciência, arte e educação, assim como faziam as primeiras transmissões radiofônicas nacionais¹⁸. Assumpção (2002, p. 4) reforça a função e importância das emissoras universitárias como grandes divulgadoras dos trabalhos da instituição e em atividades na educomunicação¹⁹.

Com as emissoras universitárias iniciou-se uma nova fase da rádio educativa no Brasil – as emissoras dentro das universidades, local a princípio fértil e destinado a construção e disseminação dos conhecimentos científicos, tecnológicos e culturais. Com elas, a rádio poderia retomar as suas origens - a divulgação de programas educativos e culturais – sonho de seu fundador – Roquette Pinto. (ASSUMPÇÃO. 2002. P. 4)

O funcionamento das rádios universitárias com atuação por frequências (AM, FM), se dá por meio da outorga para a execução dos serviços de radiodifusão com finalidade exclusivamente educativa e acontece por meio de procedimento administrativo seletivo com

¹⁸ O Professor e antropólogo Edgard Roquette Pinto criou em 1936 a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, pioneira em difundir a educação e a cultura pelas ondas do rádio. Objetivo este retomado com o surgimento das rádios universitárias em 1957.

¹⁹ O termo educomunicação foi definido pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura), para designar uma prática definida na Europa como *Media Education*, ou seja, educação para a recepção crítica dos meios de comunicação na formação de crianças e jovens.

início pela publicação periódica, no Diário Oficial da União, dos chamados Avisos de Habilitação, abrangendo, cada um deles, certo número de municípios, convidando os interessados a apresentarem suas propostas²⁰. Esses procedimentos e ainda a concessão por meio do Ministério das Comunicações causam custo e tempo às instituições.

O Ministério das Comunicações define a Radiodifusão com fins exclusivamente educativos como sendo a atividade voltada à transmissão de programas educativos e culturais, não podendo ter caráter comercial nem fins lucrativos. Esta definição consta do Decreto Lei 236, de 28 de fevereiro de 1967, sejam estas transmissões pertencentes a instituições privadas ou públicas. A promulgação e concessão das emissoras, principalmente para instituições públicas, são dificultadas devido à influência política e partidária, visto que a grande maioria dos meios de comunicação no país, entre TV, Rádio, impresso e online estão ligados a nomes importantes da sociedade, em sua maioria a políticos. E as instituições privadas de ensino superior também estão ligadas a esses nomes o que facilita para as universidades particulares as concessões, assim como para as emissoras comerciais ligadas a estes “grupos privilegiados”.

Após todo processo de permissão para atuar, as emissoras, além de não possuir o objetivo comercial e se voltarem para as ações educacionais, divulgando e contribuindo para a formação dos alunos e a valorização da cultura a qual esta inserida, se volta também para o social, com a divulgação de resultados de pesquisas científicas que beneficiem a população, o que vem a ser uma extensão da universidade para com o público. Com base nos estudos de Spentoff (1998) sobre rádios universitárias, destacamos três funções básicas para a consolidação das atividades de uma emissora ligada a instituições de ensino:

a) Laboratorial: sendo um espaço de aprendizado, um laboratório para os alunos de jornalismo, principalmente, colocarem em prática o que viram em sala de aula na teoria, e um espaço de ampliação de conhecimento e pesquisa para os professores. As rádios tornam-se um espaço de criação, produção e divulgação de conteúdo produzido por alunos e professores. Não envolvendo apenas os estudantes da área de comunicação, mas amplia espaços para todas as bases de conhecimento da instituição.

b) Divulgação da produção universitária, democratizando o acesso ao conhecimento: divulgar os projetos de extensão, que afetam e que estão ligados a sociedade, cria uma relação entre a universidade e a comunidade, fazendo de uma a extensão da outra,

²⁰ Informações apresentadas pelo Ministério das Comunicações que controla a atuação de emissoras Hertzianas no Brasil.

dividindo e ampliando seu conhecimento. Possibilitando uma melhor atuação de seu comunicar-se entre os próprios membros acadêmicos e sociais, democratizando também o aprendizado por meio da comunicação radiofônica.

c) Consolidar as políticas de extensão da universidade: Além de informar, aproximar seu público da instituição, não com a visão de que um produz e o outro recebe, mas sim com a parceria de produzir juntos, obter resultados juntos e por em prática as soluções em conjunto.

Com estas características, as emissoras tornam-se uma ampliação da universidade diante da comunidade acadêmico-social, buscando não apenas informar, mas envolver seu público em tudo que acontece com a universidade que, mais que formar profissionais, produz informação e conteúdo, social e científico. Assumpção (2002) afirma que as pesquisas científicas produzidas nas universidades ou nos grandes centros de pesquisa não são privilégios somente da comunidade de pesquisadores ou dessas instituições. Elas precisam ser divulgadas à população que as “patrocina” com seus impostos, que são revertidos em verbas de custo para o governo investir nas pesquisas e na educação. Sendo assim as emissoras universitárias, além de educar, desenvolvem um papel comunitário.

Na perspectiva de rádio comunitária, as emissoras universitárias possuem uma relevante função aglutinadora dado fazerem parte de um ecossistema acadêmico que as configura com determinadas características neste âmbito, como a proximidade ao seu público concreto, a sua desvinculação de um padrão comercial estático e a possibilidade de produção de conteúdo pelos próprios membros da comunidade (CALDEIRA; SIMEONE, 2006, p.67 apud PIÑERO-OTERO e RAMOS, 2011, p.60).

Por este caminho ela atua na construção da cidadania e de identidades políticas, culturais e sociais da comunidade a qual deseja atingir com suas ações (LEÃO, 2007, p.52, apud PIÑERO-OTERO e RAMOS, p.61, 2011). Sendo mais que difusores da informação e da tecnologia, mas contribuindo para a formação social.

2.1 As Rádios Universitárias em Atuação no Brasil

Diante da importância das emissoras radiofônica universitárias, tanto acadêmica como sócio-cultural, analisamos por meio do Portal Rádio Intercom²¹, endereço eletrônico que

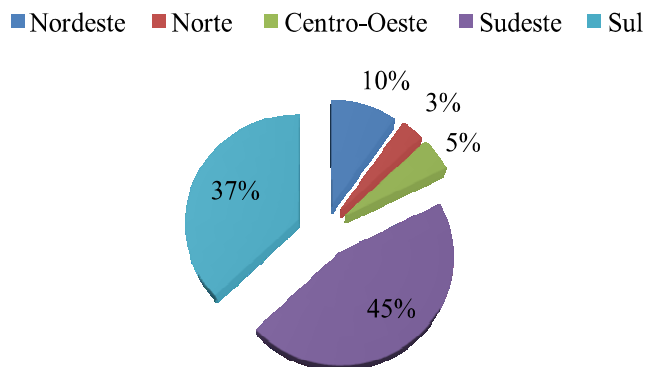
²¹ Site Portal Rádios Intercom, Disponível em < <https://blog.ufba.br/portaldoradio/> >. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

apresenta as rádios universitárias nacionais cadastradas no site e que estão em atuação, por ondas Hertzianas (AM/FM) e com atuação na web, no país. Diante de nossa análise observamos o total de rádios atuantes e cadastradas no portal, bem como a distribuição e atuação das emissoras por estados e regiões.

O portal Rádios Intercom possui um cadastro exclusivo de rádios universitárias com atividades no Brasil, ao contrário dos outros portais de cadastros de emissoras radiofônicas, que agrupam as rádios universitárias junto com outras emissoras, o que dificultaria nossa pesquisa. Por isso optamos por focar nossa pesquisa sobre emissoras universitárias no país apenas no site Intercom.

Ao analisarmos as emissoras em AM e FM que também possuem atuação online, observamos que o portal possui em seu espaço um total de 62 rádios universitárias. Quando analisamos sua distribuição pelo país conferimos que as emissoras universitárias, assim como as comerciais, também apresentam desigualdade quanto a sua atuação territorial.

Emissoras universitárias no Brasil



Dados de nossa pesquisa em 2017. Número de Emissoras Universitárias AM/FM e com atuação online no Brasil.

Dentro deste panorama apresentado por regiões, no gráfico acima, concluímos que as regiões Sudeste e Sul possuem o maior número de rádios ligadas diretamente a instituições de ensino, voltadas à divulgação cultural e educacional. Destacamos ainda que a maioria das emissoras pertencem a instituições federais e públicas.

Entre as emissoras da região Sudeste com maior número de rádios em atuação pode-se destacar a Rádio Ribeirão Preto, que atua na frequência FM 107,9 MHz. A emissora pertence à Universidade de São Paulo (USP), Campus de Ribeirão Preto (SP) e está presente tanto em frequência FM como no espaço online. Juntamente com a emissora do Campus um da USP na

cidade de São Paulo, está entre as pioneiras no uso da Internet em sua difusão e atuação²², expandindo assim sua programação para outros campi da instituição. No ciberespaço a rádio esta dentro do site informativo da universidade o Jornal USP²³, este site possui informações gerais tanto da instituição quanto temas sócio-políticos e possui o link para o acesso da página oficial da universidade, o Portal USP²⁴. No site Jornal da USP, os ouvintes e internautas podem conhecer, também, a história da Rádio e acompanhar sua programação.



Figura 7: Homepage do Jornal da USP, que suporta a Rádio USP de São Paulo e de Ribeirão Preto.

Mesmo sendo uma das pioneiras em usar a internet para suas transmissões à distância, a rádio não possui espaço único na internet, para compartilhar com seus públicos assuntos para além das produções em texto, imagem e áudio que o site possui. A interação com os ouvintes ocorre por meio das redes sociais. A página da emissora possui falhas como a falta de conteúdos voltados para a rádio e no próprio site não é apresentado espaço para os ouvintes participarem e interagirem com a emissora nem com outros ouvintes, este espaço dedicado aos ciberouvintes dentro da homepage das rádios vem evoluindo aos poucos, dentro desta transição e atividades das rádios na web, e traz bons resultados para a interação. A programação da emissora acontece 24 horas e inclui música, informação, educação e cultura.

Já a Rádio Claretiana que pertence às instituições Fundação Claret, Missionários Claretianos, Colégio São José, Centro Universitário Claretiano, Faculdades Claretianas,

²²A Rádio Universitária de São Paulo e Ribeirão Preto são pioneiras no uso da Internet para criação de uma parceira de rádio. Através de tecnologia implantada pelo Estúdio Multimeios (EMM) do DTI – Departamento de Tecnologia da Informação da USP, as afiliadas são capazes de receberem o sinal de qualquer uma das integrantes ao vivo e com qualidade impecável. / Disponível em <<http://jornal.usp.br/radio-usp/sobre-a-radio-usp/>>>. Acessado em 5 de março de 2017.

²³Disponível em <<http://jornal.usp.br/>>. Acessado em 5 de março de 2017.

²⁴ Disponível em <<http://www5.usp.br/>>. Acessado em 5 de março de 2017.

Colégio Anglo-Claretiano e Editora Ave Maria, atua em FM com programação disponível online e tem site próprio.

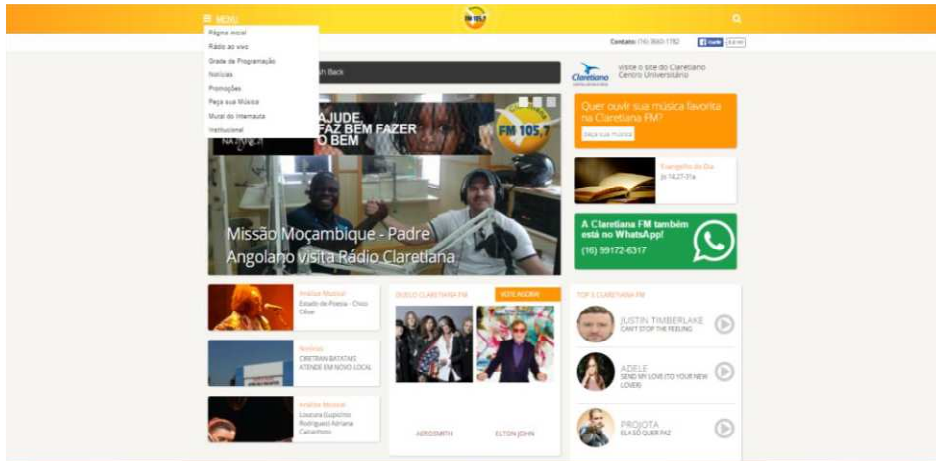


Figura 8: Parte superior da Homepage da Rádio Claretiana FM.

Na primeira parte da página da emissora, pode-se encontrar o menu que estabelece links que direcionam o internauta a ouvir a rádio, ter acesso a grade de programação, notícias, promoções, pedidos de música, o Mural do internauta e o conteúdo sobre a instituição. Na primeira página da rádio podemos observar também que a emissora faz uso das redes sociais para melhor interação com seu ouvinte e possui espaço próprio no site para a interação com o público. Sua programação é composta, além de conteúdos educativos, por programas religiosos, com música e notícias.

Em sua segunda parte da homepage a emissora apresenta mais espaço dedicado ao ouvinte, conteúdos em vídeo, informações gerais e principalmente notícias e reportagens especiais no segmento cultural, principalmente de música.

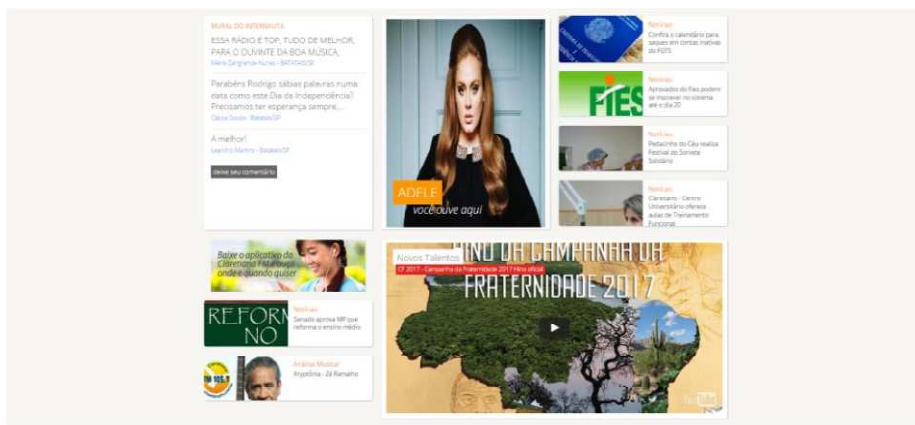


Figura9: Parte inferior da Homepage da Rádio Claretiana FM.

A digitalização radiofônica acompanha a expansão e atuação das webrádios universitárias, que foram introduzidas ao fazer comunicação nas instituições de ensino particular e público devido à facilidade de acesso as ferramentas de funcionamento, editoração e publicação centrados em um computador com acesso a internet, que resultam em um baixo custo.

2.2 A internet na comunicação educacional e institucional

Após 60 anos de atuação das emissoras de rádios universitárias no Brasil e com as facilidades oferecidas pela midiatização, às universidades voltam sua atuação na radiodifusão para a web integrando o crescente mundo das webrádios. A ampliação e atuação das emissoras universitárias e suas característica fundamentais que as diferenciam das rádios comerciais, agora com a multimidialidade, abrangem novas formas de produção e divulgação de seu conteúdo.

A evolução da radiofonia hertziana para ambiente digital implicou uma renovação do produto sonoro que, com a incorporação de outros elementos inerentes ao sistema digital, alcança uma projeção além do âmbito sonoro. As características do media radiofônico em Internet, da webrádio, oferece múltiplas potencialidades para as rádios universitárias, que estão a registrar um crescimento exponencial dado a web proporcionar a emergência de novas formas de criação, emissão, difusão e partilha. (PINERO-OTERO e RAMOS, 2001, p.51).

Esta evolução vem trazendo para o rádio, além de uma nova identidade, uma nova roupagem, conhecida também como radiomorfose, que nada mais é que esta multimidialidade que o rádio adquiriu com sua atuação na rede mundial de computadores. A evolução da rádio hertziana para a webrádio implica uma renovação profunda do produto sonoro que se enriquece com a incorporação de outros componentes inerentes ao ambiente digital (PINERO-OTERO e RAMOS, 2011, p.53). Na Internet o media radiofônico complementa as suas estratégias comunicativas para além do âmbito estritamente sonoro.

As webrádios têm instalação e atuação livre de controles jurídicos e concessões, para funcionar necessitam apenas de programas instalados no computador, que permitem programar, disponibilizar e produzir conteúdos radiofônicos alternativos entre playlists, programas jornalísticos, institucionais, educacionais, artísticos e culturais. Sempre destacando assuntos que as rádios comerciais deixam de lado, atingindo, assim, um público para além do acadêmico, chegando democraticamente a toda sociedade informatizada, em constante

crescimento e sempre conectada a rede, sem falar no baixo custo para implantação, equipamento e manutenção da emissora.

Facilidade de implementação e baixo custo são recorrentemente associados às rádios web e destacados como pontos de vantagem em relação às rádios tradicionais, ampliando a democratização da linguagem do rádio. Ambos os argumentos se referem tanto à ausência de trâmites legais e burocráticos de implementação, já que não há concessões estatais para este tipo de serviço, quanto – e principalmente – à produção, simplificada e tornada ágil pelas tecnologias digitais de captação, edição e transmissão, muitas dessas gratuitas ou diluídas em equipamentos de uso cotidiano como computadores pessoais e celulares. (REVISTA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO CIENTÍFICA, 2013, p.218).

Esta facilidade de implantação e ações das rádios torna-se ainda menor em custo quando se trata do ambiente acadêmico, onde a mão de obra destas emissoras são em sua maioria os próprios estudantes e professores, que encontram dentro da instituição um espaço de troca de conhecimento e aprendizado para além da sala de aula, os possibilitando alcançar e ultrapassar fronteiras por meio do mundo online, com uso da comunicação radiofônica na rede.

A digitalização do rádio promove uma informação pedagógica e horizontal da comunicação corporativa, unindo e se aproximando das novas gerações digitalizadas. Centrando na web uma plataforma de aprendizado e divulgação das ações que se desenvolvem nas universidades.

As características da rádio em Internet favorecem a sua utilização dentro do âmbito universitário com uma multiplicidade de objetivos (...). Hoje são numerosas as instituições de Ensino Superior que se têm interessado na constituição de uma webrádio como forma de difusão de informação pedagógica e como estratégia para horizontalizar a comunicação corporativa. (PIÑEIRO-OTERO; RAMOS, 2011, p. 62).

As emissoras na web se destacam e ampliam relações com o público por meio da interatividade, que permite mais participação e contribuição do webouvinte na sua programação. Dentro do ambiente acadêmico, esta participação aumenta por estar centrada em um ambiente de questionamentos, pesquisas e respostas, visando sua divulgação para um ambiente em contato direto com novidades em pesquisas de diversas áreas.

[...], tem de ser assim, participativo, não só por conta de coerência com a nova sociedade democrática que procura construir, como também em razão da eficácia: porque somente participando, envolvendo-se, pesquisando, estabelecendo perguntas e procurando respostas, questionando e questionando-se, chega-se realmente ao conhecimento (KAPLÚN, 1998, p.179 apud PEREIRA, 2016, p.24).

Piñeiro-Otero e Ramos (2011, p.64-69), destacam alguns pontos para entendermos melhor a atuação das emissoras educacionais:

- Reforço da conexão com os nativos digitais: a utilização das webrádios universitárias com finalidades educativas, incluindo todos os elementos que fazem parte do ecossistema da radiofonia web, permite estabelecer mais um canal de interação entre os docentes e os estudantes;
- Maior facilidade dos conteúdos educativos: nas webrádios universitárias os conteúdos de caráter educativo podem enriquecer-se com a incorporação de novos elementos na linguagem radiofônica que além do âmbito estritamente sonoro, podem melhorar a experiência de aprendizagem;
- Potencial num contexto multitasking: uma das características da geração de nativos digital é a sua tendência para o multitasking, isto é, a realização de várias tarefas em simultâneo ou, no âmbito estritamente midiático, a exposição simultânea a diversos meios;
- Espaços virtuais de aprendizagem: esses conteúdos podem ir desde apontamentos, leituras de apoio, exercícios, gravações de aulas (lecturecasting) ou indicações práticas, fóruns de debate, informação sobre eventos acadêmicos, etc.

Navegar nas webrádios universitárias é ampliar o nosso contato com a universidade, encontramos conteúdos informativos e educacionais nas várias áreas de conhecimento que a instituição abrange. É uma forma de possibilitar aos ouvintes estar por dentro dos assuntos que movimentam as pesquisas universitárias com impacto direto e indireto na sociedade, atendendo a população que a cada dia está mais interativa nas redes e nas possibilidades multimidiáticas e multitarefarias que a rede oferece. As emissoras atuam também na formação e ampliação de conhecimento dos próprios alunos que encontram na instituição espaço laboratorial para por em prática o que é visto em sala de aula, no caso de alunos de jornalismo que atuam nas rádios, bem como para a divulgação de pesquisas, para os alunos de outras áreas de conhecimento social, educacional, saúde, ciência e outros.

2.2.1 As webrádios universitárias como espaço de extensão, aproximação e aprendizado

No início de sua atuação a webrádio se pôs em um dilema sobre o conteúdo a ser disponibilizado para seus ouvintes, com foco apenas no conteúdo musical. Atualmente em pleno crescimento exacerbado, as webrádios se dedicam a mais que disponibilizar conteúdos

de playlists, abrangendo entretenimento e informação básica do dia a dia, jornalismo, esporte, arte e cultura, além do entretenimento e a interatividade.

Com a introdução da web nas instalações radiofônicas universitárias, assuntos acadêmicos que incluem informações, entretenimento e utilidade pública para docentes, estudantes, funcionários das universidades, familiares de estudantes e por fim a comunidade em geral (incluindo futuros universitários) estão ganhando espaço.

Mesmo com objetivos de ampliar os públicos, a busca por audiência não é o cargo chefe das emissoras de rádio na web, que tem como prioridade o conteúdo e sua qualidade. Marcelo Kischinhevsky (2007) apud Sousa (2013) afirma que o rádio pela internet é desterritorializado e não massivo. Essa desterritorialização ocorre porque não é fixo a um só lugar; as fronteiras são rompidas superando-se noções de tempo-espaço, e não massivo porque o rádio transmitido pela web não é feito a grandes audiências, pelo contrário. Por ser transmitida por servidor, a chegada de seu conteúdo aos ouvintes é limitado. Sousa (2013), completa ainda que a questão da audiência em uma webrádio, não é crucial, uma vez que ao se ter acesso a um servidor que fará a transmissão do sinal da rádio aos internautas, é preciso determinar um número máximo de ouvintes. “A webrádio não pode ser acessada, ao mesmo tempo, por uma massa incontável de usuários como no rádio hertziano, pois o número de acessos simultâneos é limitado e depende da configuração técnica do servidor” (PRATA, 2009 apud SOUSA, 2013, p.4).

Diariamente as universidades desenvolvem pesquisas e projetos, principalmente em áreas da educação e saúde e é função dos meios de comunicação da instituição divulgar estas ações, sendo o rádio um aliado nesta divulgação.

A união de rádio e educação iniciou na década de 20 do século passado, com a chegada e desenvolvimento das primeiras rádios no Brasil, atualmente com o rádio na plataforma digital, além de divulgar as emissoras universitárias tem um papel fundamental em informar, entreter, educar e formar profissionais, sem deixar de lado o fator sonoro e as características linguísticas e fundamentais a uma transmissão radiofônica, seja por frequência ou por redes.

Nas webrádios universitárias os conteúdos de cunho educativo podem enriquecer-se com a incorporação de novos elementos na linguagem radiofônica que, além do âmbito estritamente sonoro, podem melhorar a experiência de aprendizagem. Por exemplo, a explicação para um trabalho de campo pode estar vinculada a determinados recursos textuais (de informação complementar), audiovisuais (que permitam seguir passo a passo a sua elaboração) ou multimídia (como mapas, infografias, etc.). (PIÑERO-OTERO e RAMOS, 2011, p.65).

No âmbito do aprimoramento das aprendizagens técnicas aos estudantes de jornalismo, a emissora web atua como uma plataforma múltipla de treinamento e aprendizado na área de radiofonia, radiojornalismo e da múltipla oferta da comunicação online trazida pelo ciberespaço.

Com a utilização de webrádios amplia-se o espectro de atuação do futuro jornalista. Em estando na web, à prática laboratorial de rádio ganha qualidades diversas, entre as quais salientamos: o encontro da emissão com a recepção por meio das redes sociais, o que dá aos alunos um retorno imediato sobre o que está sendo produzido; o exercício do improviso, que fica mais sério por se saber que há alguém prestando atenção naquilo que é dito, mesmo que poucos estejam ouvindo; a experimentação sonora e agora visual, uma vez que se pode ouvir e também assistir ou ver a imagem da veiculação do programa, principalmente quando é transmitido “ao vivo”; o exercício do “ao vivo” vivenciado de forma plena pelo estudante, não mais em um faz de conta de sala de aula. (SOUSA, 2013, p.10).

A prática da comunicação dentro dos meios de comunicação é dividida por Silva (1998, p.60) apud Silva e Teixeira (2014, p.323) como formal, informal e não formal. Silva e Teixeira apresentam ainda o contexto de educação extraescolar:

- Contexto no *formal*: representa as instituições de ensino, tendo por base uma organização curricular, de natureza racionalizada, sequencial e sistemática.
- O contexto *não formal*, que compreende o conjunto de instituições de natureza intencional e com objetivos definidos, mas que não fazem parte do sistema formal.
- O contexto *informal* compreende o conjunto de processos e fatores que geram efeitos educativos sem estarem expressamente configurados para tal fim. Promove-se sem mediação pedagógica explícita e tem lugar espontaneamente a partir das relações do indivíduo com o seu ambiente humano, social e cultural.
- Contexto de *educação extraescolar* atende a objetivos muito heterogêneos: educação permanente e de adultos, animação sociocultural, educação para os tempos livres, desenvolvimento comunitário, reciclagem e reconversão profissional etc. Esta modalidade pode ter lugar em formatos muito semelhantes à educação escolar – em estruturas de extensão cultural do sistema escolar (como são exemplos os “clubes escolares”) – ou em sistemas mais livres, recorrendo aos meios de comunicação social e tecnologias educativas específicas.

Tendo em vista os modelos apresentados pelos autores podemos concluir que a educomunicação dentro das emissoras de webrádios universitárias estão ligadas aos contextos apresentados pelos autores citados, em especial a educação formal de Silva (1998) e extraescolar de Silva e Teixeira (2014), pois as emissoras estão ligadas diretamente a instituições de ensino e se voltam para o uso de meios de comunicação para divulgar e

expandir seu ensino nas plataformas digitais. O uso do rádio na comunicação e na ação educacional promove uma ampliação do saber, não mais centrados nos centros educacionais de estrutura física, mas também por ondas, e atualmente nas redes do ciberespaço.

[...] entendemos a educomunicação radiofônica como um novo campo de intervenção social e de atuação profissional, com possibilidade de produzir programas de educativos a partir da comunicação, possibilitando uma constante interação emissor-receptor que anula a linearidade cartesiana e a verticalidade própria da radiodifusão hertziana. Considerando, ainda, como uma proposta pedagógica alternativa e inovadora num universo cibercultural, que entra em sintonia com os novos ritmos que o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação impõe na educação. Surge a partir da comunicação em rede, em um novo formato sociocultural de intercâmbio de ideias, curiosidades, saberes e informações baseado na relação entre a sociedade e as novas tecnologias de informação e comunicação. (SILVA, TEIXEIRA, 2014, p.316).

Baker (2010) apud Piñeiro-Otero e Ramos (2011, p.12) afirma que os estudantes universitários configuram-se como os principais ouvintes e usuários da rádio em internet. Sendo assim as rádiosweb tornam-se aliadas quando se fala em atingir diretamente o público das instituições, visto que a sociedade atual está cada vez mais digitalizada e integrada com as outras atividades oferecidas pela internet, que permite que em um só computador sejam realizadas múltiplas tarefas entre ouvir, se relacionar com outras pessoas, compartilhar e receber conhecimento, sem sair do lugar, adaptar-se a este ambiente é então primordial para atuação das universidades, principalmente as públicas, que estão constantemente abertas e ligadas à população.

O rádio continuará evoluindo e buscando nas novas ferramentas formas de estar sempre ao lado de seu público, ultrapassando fronteiras, adaptando-se a multimidialidade com foco na transmissão sonora. Ampliando sua atuação nas mais diversas áreas, com a web novos segmentos ganharam espaço na radiodifusão e antigos segmentos sem destaque nas rádios convencionais e comerciais, passaram a ampliar sua produção voltada à função inicial do rádio Brasileiro, divulgando a educação, ciência, arte e cultura. As principais emissoras que resgatam e ampliam estes segmentos são as webrádios universitárias que a cada dia tendem a crescer e a se expandir no ciberespaço.

2.3 Mapeando as webrádios Universitárias

A atuação de Webrádios no país está cada vez maior e o espaço na web vem conquistando mais ouvintes e emissoras que dedicam suas programações exclusivamente para

a internet. Entre as emissoras destacamos as universitárias. Com objetivo de conhecer a atuação destas rádios realizamos o mapeamento no território nacional. Para tal, usamos mais uma vez o Portal de Rádio Intercom.

Dentro do site estão cadastradas 10 Webrádios Universitárias²⁵, além da Rádio do Instituto Federal que pertence a Rede de Institutos Federais do país e abrange todas as Regiões do território brasileiro com transmissões por sinal via iOS²⁶ (iPad/iPhone/iPod) e via Android/BlackBerry/WindowsPhone.

Mais uma vez dentro de nossa análise, agora entre as emissoras universitárias, comprovamos que as Regiões Sul e Sudeste possuem o maior número de Webrádios em atuação no Brasil, sendo 4 webrádios da Região Sudeste, 4 da Região Sul, 1 do Nordeste e 1 do Norte. Ficando a Região Centro-Oeste sem emissoras cadastradas. As rádios possuem programação 24 horas, com música, entretenimento e jornalismo com transmissões ao vivo e gravadas. Os conteúdos são realizados por alunos, supervisionados por jornalistas formados e pelos professores dos cursos de Jornalismo das instituições.

A emissora Fripts Rádio, da Universidade de Caxias do Sul²⁷, (RS), apresenta em sua página que fica dentro do site oficial da Universidade²⁸, quatro opções de gêneros radiofônicos, onde o ouvinte pode escolher o que mais se identifica e assim dedicar sua escuta ao seguimento escolhido, dentre estes seguimentos se destacam diferentes estilos musicais: pop, hits, rock e retrô. A programação apresenta ainda novidades relacionadas aos cursos do Centro de Ciências Sociais da UCS (Universidade de Caxias do Sul) e conteúdos de entretenimento.



Figura 10: Rádios Fripts da UCS / Pop, Rock, Hits e Retrô.

²⁵ Usaremos para análise das emissoras universitárias na web em atuação no Brasil, as rádios presentes no Portal Rádio Intercom, que disponibiliza Webrádios Universitárias em atuação no território nacional. <<https://blog.ufba.br/portaldoradio/radios-universitarias/webradios-universitarias/>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

²⁶ iOS: sistema operacional móvel da Apple Inc. desenvolvido originalmente para o iPhone, também é usado em iPod touch e iPad, o sistema permite a manipulação dos aparelhos celulares, tablets e até mesmo notebooks por meio do toque.

²⁷ Disponível em <<http://www.frispit.com.br/site/radio/>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

²⁸ Disponível em <<http://www.frispit.com.br/site/>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

A Frispit Webrádio é um espaço que pertence ao curso de Comunicação Social da UCS, além de funcionar como um laboratório para os alunos conquistarem experiência na produção, edição e locução de programas em vários gêneros e em diversos formatos de programas, as produções são realizadas por um grupo de estagiários supervisionados por um professor de radiojornalismo.



Figura 11: Webrádio Frispit.

A atuação na web permite as instituições um estreitamento com seus públicos diretos e possibilita uma aproximação com a população externa ao ambiente acadêmico, promovendo um jornalismo público que se detém a informações relevantes para o cidadão. Neste contexto universitário, as emissoras se voltam à divulgação de pesquisas e seus resultados, que beneficiam e são de interesse da sociedade. Compromisso que se fortalece ainda mais quando se trata de emissoras pertencentes a universidades públicas.

Na Paraíba destacamos as webrádios das Universidades Federal da Paraíba (UFPB), com a Rádio UFPB, e da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), com a Rádio UEPB na internet. Elas desenvolvem atuação na web com páginas próprias na rede ligadas ao site oficial das universidades e com ações nas redes sociais. Oferecendo notícias da instituição, com foco acadêmico e social, visando ampliar suas fronteiras por meio da programação no ciberespaço. A Webrádio UEPB será nosso foco de pesquisa e conheceremos mais detalhadamente sua atuação no próximo capítulo.

3. ESTUDO DE CASO: WEBRÁDIO UEPB

Após analisarmos a evolução do novo rádio no ciberespaço e a atuação da webrádio universitária dentro e fora do ambiente acadêmico, vamos focar agora em nosso estudo de caso que procurou compreender a importância da web rádio da Universidade Estadual da Paraíba para seus ciberouvintes. Neste capítulo, serão apresentadas as adaptações e a atuação da webrádio UEPB, buscando identificar sua importância dentro e fora da universidade.

Contribuindo, assim, para o crescimento da instituição em diversos aspectos na comunicação midiática da rede mundial de computadores, bem como avaliar se a emissora atinge os públicos diretos e indiretos em termos de conteúdo e atuação na internet, visto que é preciso uma constante adequação as ferramentas tecnológicas que estão em constante crescimento e promovendo novidades as formas de comunicação da mídia online.

A Web rádio da UEPB está na internet e suas ações atingem diretamente seus públicos internos a instituição composto por alunos, professores e funcionários e em segundo plano é acessada por um público externo composto pela comunidade em geral que tenha acesso a internet e que se interessa pelas ações sócio-educativas e científica desenvolvida na instituição. Em nosso estudo iremos avaliar se realmente a emissora atinge esses públicos satisfatoriamente ou se ainda existe uma necessidade de uma melhor aproximação com os internautas. Afinal, uma emissora universitária presente no ciberespaço não deve ficar presa a conteúdos e atividades voltadas apenas a seu ouvinte interno (público alvo), pois a internet é um mundo amplo e todos que lhe tem acesso podem ter contato com seu conteúdo.

3.1 Conhecendo a web rádio UEPB

A rádio UEPB começou sua história, atuando em caráter experimental na década de 1990, em Frequência Modulada. Após um longo período sem atividade, devido às dificuldades para obter concessões, impasse enfrentados pelas emissoras universitárias, como já apresentado neste trabalho, em 2009 passou a atuar em caráter experimental na web, tornando-se a webrádio da UEPB²⁹ no ano de 2013.

Hoje, está oficialmente na rede, com programação 24 horas. Sua instalação física fica no primeiro andar do prédio de administração no campus I da universidade, localizado em Campina Grande na Paraíba. A emissora integra a Coordenadoria de Comunicação da Universidade Estadual da Paraíba (CODECOM – UEPB). A coordenadoria agrupa todos os setores de gestão de comunicação da instituição, entre eles estão o núcleo de jornalismo, grupo de mídias digitais, núcleo criativo e de programação visual, que juntos abrangem ainda a redação do portal oficial da instituição, folhetim online de notícias, TV e Rádio, entre outras produções ligadas diretamente ao gabinete da reitoria, bem como abrangendo toda a instituição, em seus oito campi espalhados por todo o estado, buscando assim uma melhor interação da universidade com o público.

²⁹Webrádio UEPB: <<http://sites.uepb.edu.br/radio/>> . Acessado em 17 de janeiro de 2017.

Em entrevista para nossa pesquisa, o coordenador de comunicação da UEPB, o jornalista, Hipólito Lucena (informação verbal) destacou os objetivos da emissora que são: acadêmico, divulgar conteúdos relevantes e de qualidade aos seus ouvintes, diferenciando-se das emissoras comerciais. A rádio busca destacar os assuntos voltados para a educação, saúde, ciência e tecnologia, levando ao público as pesquisas desenvolvidas na universidade.³⁰ A instituição produz muito em termos de pesquisa e divulgar esses resultados é atividade de seus meios de comunicação.

Desde sua criação a emissora atua ligada também ao departamento do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da instituição. Realizando parcerias para estágios voluntários e supervisionados dos alunos que desejam ter na emissora um espaço de laboratório prático, dentro da própria universidade, bem como na veiculação de produtos radiofônicos produzidos pelos alunos na disciplina de Radiojornalismo. A webrádio possui também uma espécie de parceria aberta com a Universidade Federal de Campina Grande³¹ (UFCG), recebendo alunos do Curso de Educomunicação, para que estes, também possam atuar na área do radiojornalismo, bem como aprender as técnicas da radiodifusão.

Hipólito afirma que estar na internet foi à possibilidade que a coordenadoria de comunicação encontrou para realizar o sonho de implantar uma rádio na universidade para divulgar conteúdos produzidos por profissionais e alunos da instituição.

A emissora é controlada pelo programa de software livre Airtime³², que possibilita a introdução da programação e a disponibilização da emissora na internet, gerenciando a rádio no ar. A emissora utiliza programas de edição de áudio para ajuste das produções. Atuando em mesmo ambiente da redação da TV UEPB³³, a webrádio conta com um computador que suporta o seu distribuidor de conteúdo em rede, bem como programas de edição e conteúdos produzidos a serem inseridos na sua grade de programação, tendo entre dois a três computadores para apoio em pesquisas e produção de roteiros de programas e apoio de conteúdo, uma mesa de som, microfones e aparelho gravador de som.

³⁰ Entrevista concedida por LUCENA, Hipólito. **Entrevistado I**. [Mar.2017]. Entrevistador (a): Ana Carolina Santos. Campina Grande, PB, 2017. 1 arquivo em áudio (36 min.).

³¹ Universidade Federal de Campina Grande:< <http://www.ufcg.edu.br/>> Acessado em 5 de março de 2017.

³²Software livre Airtime: programa de computador com utilização gratuita livre de licenças de uso. Auxilia na organização e administrar as rádios web. Com ele é possível fazer uma agendamento virtual e criar um calendário da programação. Além disso, ele ainda possibilita gerenciar a playlist da rádio.

³³ TV UEPB: Meio de comunicação que conta com a participação de profissionais e estudantes da UEPB, desde a definição da linha editorial, passando até a pesquisa, apuração de fatos e produção de conteúdo (texto, ilustração, fotografia e vídeo). Também realizando transmissões ao vivo e Produção de programas televisivos transmitidos por meio de canal na Internet.

A webrádio UEPB tem uma grade de programação de 24 horas, destinada a divulgar as ações da instituição, contribuindo com os projetos e atividades desenvolvidas pelos funcionários, docentes e alunos da mesma, além de atividade que divulgam a cultura e arte do estado da Paraíba.

3.1.1 Programação

As emissoras universitárias investem em uma programação diferenciada das emissoras comerciais, apresentando a seu ouvinte conteúdos estritamente culturais e educativos, criando uma identidade que o diferencie em segmento, atuação e público alvo.

As rádios universitárias devem propor algo novo e diferente para fazer frente à excessiva oferta das rádios comerciais, e para isto devem existir produções radiofônicas com capital cultural suficiente que os habilite em autonomia e capacidade de criar um corpo visível da rádio na esfera pública social e no mundo acadêmico. (HERRERA HUÉRFANO, 2001 apud DEUS, 2003, p.313).

A programação da webrádio UEPB é montada no software livre do computador e apresenta notícias, entretenimento e prestação de serviço. Durante o período de observação da rádio para nossa pesquisa a emissora passou por um processo de mudanças em sua programação que, segundo o seu coordenador, deverá ser reestruturada a partir dos próximos seis meses, tendo a introdução de novos programas e a volta de programas antigos a grade.

A grade de programação da webrádio UEPB, disponível no site da emissora, apresenta programas oficiais da emissora que destacam música, informação, prestação de serviço, ação institucional, educação e arte.

- *UEPB Notícias*: noticiários de curta duração exibido ao longo do dia, apresentando assuntos do campo acadêmico, para alunos, professores e funcionários técnicos. Bem como assuntos que vão além do ambiente acadêmico, chegando a seu público externo.
- *Por dentro do assunto*: programa jornalístico de entrevistas, com pesquisadores e professores sobre assuntos gerais. Exibido diariamente em horários alternados.
- *Clássicos UEPB*: programa musical apresentando clássicos na música nacional e internacional. Exibição diária.
- *Contos da Paraíba*: voltado à cultura o programa apresenta artistas paraibanos e sua obra, em breve apresentação do artista pelo locutor, seguido de música de sua carreira.

Apresenta novos nomes e também os artistas que já fazem sucesso na música paraibana. É exibido de segunda a sexta.

- *Reitoria em Ação*: apresenta a agenda da Reitoria da universidade, atividades, projetos e entrevistas, são apresentadas. Uma prestação de conta das ações do reitor da UEPB em um programa onde o destaque é a comunidade universitária. Apresentado toda sexta, em duas edições: 09:00 e 15:00.
- *Madrugada a Fora*: exibição musical ao longo da madrugada.

Além dos programas oficiais da rádio, são exibidos programas especiais, voltados à cultura e a música regional, em especial na valorização dos artistas paraibanos. Projetos como Sextas Musicais, Quinta do Choro realizados pela Pró-reitoria de Cultura da Universidade e projetos culturais que tem apoio da instituição, ganham espaço na rádio. Dentro dos programas voltados a valorização da cultura a emissora realizou no mês de março, durante nosso período de observação, um programa especial, em parceria com a Rádio Livre Freiburg³⁴ da Alemanha, a rádio é comandada pelo jornalista Fabian Kern. A parceria internacional teve como tema o ritmo do forró, que atualmente vem se destacando nas principais cidades européias. O programa teve participação via internet do Jornalista Fabian e, posteriormente, será exibido na rádio da UEPB e também na emissora alemã.

Ao observarmos os horários de exibição dos programas percebemos que estes são veiculados em um sistema de reinserção, com exibição em horários alternativos, segundo o Hipólito, este modelo característico da rádio na web facilita o acesso pelos ouvintes. Já que a multimídia e a mobilidade da internet fazem com que o internauta não passe muito tempo ouvindo a rádio, revezando os horários de escuta. A webrádio UEPB ainda não disponibiliza os programas em *podcast* e download para armazenamento de conteúdo, sendo a exibição dos programas em horários variados a maneira de ampliar o acesso do ouvinte a programação. A nosso ver este é um aspecto ainda frágil da rádio já que os *podcasts* são alternativas usadas pelas emissoras web e também pelas rádios online, para disponibilizar conteúdos e armazená-los em seu site. Esta função auxilia na busca posterior do ouvinte em visita e da rádio, que ao procurar determinado assunto será levado até o *podcast* que disponibiliza a escuta e o download do assunto em áudio, ampliando o processo educacional das instituições. Porém é bom esclarecer mais uma vez que estes dispositivos de armazenamento de conteúdo radiofônico não são rádio e sim uma ferramenta

³⁴ Rádio Livre ForrozinFreiburg: Rádio livre com disponibilização de programas em podcast. O projeto é dedicado ao forró e além de divulgar músicas da cultura nordestina brasileira, realiza festivais e eventos voltados à dança e a música do forró.

possibilitada pela internet para atuação e difusão das webrádios, jornais, revistas e outros meios de comunicação que se encontram do espaço online.

Mas é preciso deixar claro que o podcast não pode ser configurado como radiofonia e o ato de ouvir uma música num iPod não significa ouvir rádio. Tudo isso deve ser entendido apenas como uma moderna tecnologia em arquivo de áudio, uma versão high tech do que foram um dia, num passado não muito remoto, as fitas cassete, os MDs (mini-discs) e os CDs. Baixar um podcast não significa, em hipótese alguma, ter uma emissora de rádio no computador, já que esta novidade tecnológica não pode ser definida desta forma. O podcast é apenas uma possibilidade audiovisual emergente das novas tecnologias, que tanto pode estar presente no novo rádio, como não. (PRATA, 2008, p.75).

Em nossa pesquisa buscamos mostrar a atuação da webrádio universitária, tanto para seu público interno, centrado na comunidade acadêmica, como também para a população em geral, tendo na internet uma oportunidade de expandir suas atividades para além das fronteiras pedagógicas. Como afirma Deus (2003, p.310), uma das principais características das emissoras universitárias, principalmente as públicas, é a de reconhecer a pluralidade cultural através de espaços destinados para diferentes públicos.

Pensar nos diferentes públicos e, sobretudo, nestes como públicos capazes de desenvolverem-se implica em assumir, na produção radiofônica, o objetivo de informar, educar (mais que simplesmente entreter) é assumir um sistema de radiodifusão pública como serviço de interesse público. (HERRERA HUÉRFANO, 2001, p. 66 apud DEUS, 2003, p. 310).

Tendo em vista a importância acadêmica e social, são destacadas ações realizadas pela webrádio UEPB, que promovem uma melhor relação com seus públicos, possibilitando a expansão das fronteiras por meio da comunicação mediada na rede mundial de computadores, o que contribui para com a informação e formação social da população o qual a instituição alcança.

Porem ao observarmos as opiniões dos webouvintes sobre a programação da emissora, por meio de questionário aplicado a esta pesquisa³⁵, este processo de melhor interação e relação com os públicos torna-se uma dificuldade a ser enfrentada pela emissora. Mesmo obtendo bom resultado em aprovação da opinião pública sobre a programação já existente, a rádio, também obteve críticas que se destacam tendo em vista que é necessário um investimento na divulgação de conteúdos que atendam diretamente e chame atenção do público para o que se é divulgado. É preciso saber o que o seu ouvinte quer ouvir, o que lhe

³⁵ Resultados detalhados do questionário serão apresentados mais a frente neste capítulo.

convém conectar-se na rádio e dedicar seu tempo em constante midiatização digital a uma emissora universitária com foco na educação, cultura, ciência e formação social? . O principal público da webrádio UEPB é o ouvinte universitário e funcionários e professores do ambiente acadêmico, tendo a população externa um papel de ouvinte alternativo. Em nossa pesquisa e observação concluímos que a programação mesmo com conteúdos de qualidade cultural, educacional e científica tem dificuldades em atender seu público interno, e esta dificuldade quando se trata do público externo, também é encontrado em maior escala, pois muitas informações sobre a instituição e de prestação de serviço que são de mais interesse aos internautas externos ao ambiente acadêmico é encontrado com mais facilidade no site da universidade, evitando assim que o internauta se prenda a emissora para obter estes conteúdos, sendo mais fácil encontrar no site. A programação da emissora é montada por inserção repetida de conteúdos, então inserir por mais vezes ao longo do dia estas informações facilitam o acesso pelo ouvinte que por passar menos tempo conectado a rádio teria mais chance de ter acesso a estas informações. Outra opção seria a emissora investir em informação que não se prendam ao que já esta no site, buscar mais pautas independentes, pois muitas das informações divulgadas são as mesmas que os outros meios de comunicação da emissora divulgam, de certa forma esta informação pode ser divulgada, porem com uma abordagem diferenciada do que já foi publicado.

Dentro do questionário aplicado aos internautas foram também oferecidas sugestões para um melhor resultado na atuação da emissora junto a seu publico interno.

É necessário abordar alguma forma de envolver a comunidade acadêmica no processo de construção do conteúdo da rádio. Acho difícil funcionários ou professores, pararem suas atribuições para ouvir músicas ou notícias que já se encontram no portal ou informações que chegam mais rápido no boca a boca pelos corredores. Acho que uma boa forma de divulgar o conteúdo da rádio é com que ela seja ouvida. Uma idéia seria a instalação de caixas de som espalhadas pelos halls, praças de alimentação e ambientes de acesso comum. Com isso seria possível mostrar o que se passa na rádio. Não espere que o ouvinte vá atrás da rádio sem que exista algo que o estimule a isso. (OUVINTE, Quest. 2017).

A mesma, não apresenta programas e nem conteúdos prometidos na programação disponível no site, o que confunde o internauta que no site vê uma programação e ao dar o play na emissora não tem acesso aquele programa ou conteúdo prometido na grade.

3.1.2 Ambiente web da rádio

O espaço online da webrádio UEPB está disponível nos sites www.radios.com.br, no aplicativo TuneIn Radio³⁶ e no portal da Universidade Estadual da Paraíba³⁷, com link para sua página exclusiva em uepb.edu.br/rádio. Sua homepage apresenta o logotipo da emissora, e o slogan na parte superior, “*Rádio UEPB, o som que te pluga na rede*”, sugerindo a maior característica da rádio na web, que ao invés de ligar, pluga, conecta o ouvinte.

Na barra superior da rádio encontramos ainda o botão de play da rádio, característica presente em emissoras da web, que de início já apresentam o botão que conectar o ouvinte ao seu conteúdo por meio do som, objetivo maior do rádio seja qual for seu meio de transmissão. Logo abaixo é apresentado um menu com links que levam o internauta a navegar pela rádio e conhecer sua história, programação e equipe.



Figura 12: Homepage da Webrádio UEPB.

Na barra inferior do site, são apresentados os programas em destaque e seus horários de veiculação. Compõe este espaço uma coluna à esquerda dedicada às notícias do mundo e uma coluna à direita para notícias da universidade que, ao serem clicadas, levam o ouvinte até o portal oficial da instituição, onde encontram-se informações de todos os campi e áreas de pesquisa da UEPB. Na coluna central a rádio disponibiliza suas redes sociais, telefone, e-mail e endereço físico.

³⁶ TuneIn Radio: disponibiliza rádios com acesso gratuito. Em segmentos de esportes, além de futebol ao vivo, notícias, músicas, rádios de debate e podcasts, entre outros conteúdos. São mais de 100.000 rádios ao vivo de todo o mundo. O ouvinte pode acessar do computador, celular, tablet entre outros dispositivos móveis.

³⁷ Portal oficial da UEPB: <<http://www.uepb.edu.br/>>. Acessado em 3 de março de 2017.



Figura 13: parte inferior da homepage da webrádio UEPB.

Dentro do ambiente web da emissora, podemos observar a ausência de espaço de interação direta com o ouvinte. A página possui falhas na acessibilidade de navegação que contribua com o processo de audição de seu conteúdo, e ainda uma desatualização de informação sobre a programação. Estas falhas também foram apontadas pelos internautas em resposta ao nosso questionário, que destacam a dificuldade de navegação no site, que comparado a outras emissoras na web não possui ferramentas atrativas a navegação, o que dificulta seu acesso, afinal, o que leva um internauta acessar um site sem opções de interação e navegação, que apenas permite ouvir a rádio, sem interação ouvinte locutor, ouvinte emissora e ouvinte- ouvinte? Assim como em sua programação a emissora precisa se adaptar as novas exigências dos internautas em relação à sua estrutura online, principalmente se tratando de um público em constante processo de digitalização, que busca a mobilidade interativa ao entrar ou navegar em um site voltado a comunicação. Tornar a plataforma web da emissora mais atrativa é uma opção de aproximar os webouvintes, o que os projetos de melhorias em relação à estrutura online que a Webrádio UEPB deve executar segundo a coordenação da emissora.

Voltado ao fato de que além de ouvir o conteúdo radiofônico os internautas possam ver e ampliar o interesse pelo conteúdo divulgado em áudio, bem como participar diretamente pelo site da programação e das ações realizadas pela emissora a página torna-se mais produtiva e utilitária para os ouvintes e principalmente para a própria rádio.

A interatividade na emissora webrádio UEPB acontece em suas redes sociais onde mantém uma interação entre os pedidos de música, elogios e críticas à grade de programação e atuação da emissora³⁸. Esta interatividade ouvinte-rádio é um processo permanente entre as

³⁸ Mudanças para a página da emissora serão apresentadas dentro das mudanças que a rádio visa nos próximos meses.

emissoras online e a busca por ampliar esta interação torna-se uma necessidade ao protagonismo dos internautas em participar diretamente da programação das rádios.

3.1.3 A interação na webrádio UEPB e as redes sociais

Desde a década de 1930 o rádio apresenta as características de interação com o ouvinte, que além de receber informação emite sua opinião. De início com telefones, entrevistas e visitas ao estúdio. Hoje, a interação ouvinte rádio vem sendo facilitada pela internet, o número de contatos de ouvintes pelas redes digitais supera as ações em cartas e telefonemas (QUADORS e LOPEZ, 2013). A interatividade radiofônica ganhou mais espaço com o novo rádio, que vem estreitando as relações, ouvinte emissora e entre os próprios ouvintes.

O rádio, interativo de nascença, fortalece a relação com o público. O âncora apresenta o programa diante do correio eletrônico, aberto às mensagens e interferências dos ouvintes, quase que imediatas. A entrevista mal começa e já chega a primeira pergunta do ouvinte. O entrevistado escorrega, e vem a crítica. O apresentador se engana, e a correção aparece. E assim, internauta ou ouvinte, conectado a internet, transforma-se em protagonista. (JUNG, 2004, p.68 apud QUADORS e LOPEZ, 2013, p.158).

A rádio UEPB integra o canal digital de comunicação geral da universidade com o público, a UEPB Online/Rede UEPB, que centra os meios de comunicação da universidade na rede e promove uma interação integrada entre ouvintes, internautas, leitores e espectadores, do portal, TV e Rádio na instituição.

No facebook, uma das redes sociais mais movimentadas na internet, e que está sempre adquirindo inovações técnicas e de uso. É usada pela rádio por meio da página oficial da universidade³⁹ que recebe mensagens, pedidos de músicas provenientes de todos os campi da instituição, além de outras regiões do país. A contribuição da população acadêmica e social nas redes sociais é de grande importância e contribui bastante para a atuação da Rádio e de outros meios de comunicação da UEPB e promove um *feedback*⁴⁰ do trabalho realizado na instituição, esta importância foi destacada pelo coordenador Hipólito Lucena.

³⁹Página oficial da UEPB no Facebook: < <https://www.facebook.com/UEPBOficial/?fref=ts>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

⁴⁰Feedback: retorno dos ouvintes ao trabalho da rádio, promovendo uma avaliação ao que vem sendo feito.

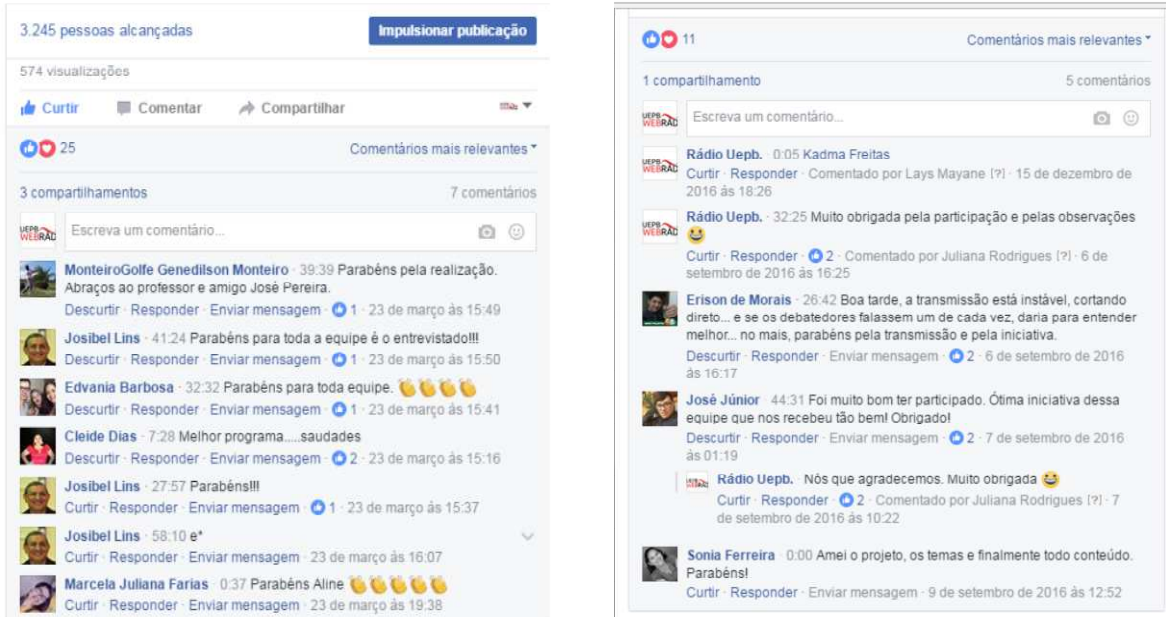


Figura 14: Interatividade dos ouvintes durante as transmissões ao vivo no facebook.

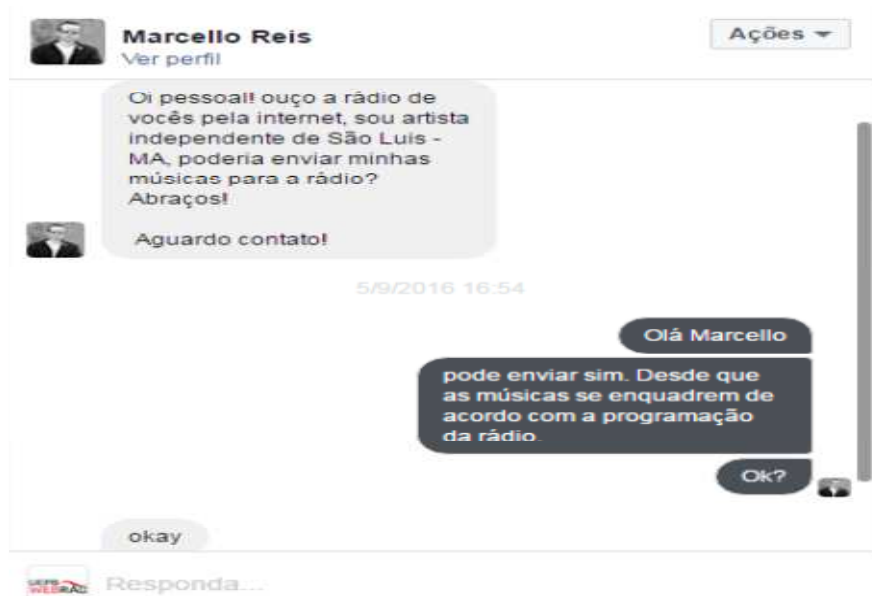


Figura 15: Interação via mensagens diretas recebidas pela rádio.

As imagens acima apresentam a interação dos ouvintes no facebook, onde participam de transmissão ao vivo com comentários em postagens e acompanhando programas transmitidos diretamente na rede social. A emissora recebe mensagens diretas não apenas de internautas, mas também de músicos e artistas que encontram na rádio uma oportunidade em divulgar seu trabalho.

Além da página oficial da universidade no Facebook, a Rádio possui atualmente uma fanpage⁴¹, página própria da emissora, onde os ouvintes tornam-se amigos, curtem, comentam, mandam sugestões, elogios, fazem pedidos de músicas e ampliam as relações com a emissora, além de ficarem informados sobre as novidades, a programação e os conteúdos relacionados a instituição. No período de nossa pesquisa a página da rádio no Facebook tinha 8.213 curtidas e 8.202 seguidores.



Figura 16: Fanpage da Webrádio UEPB no Facebook.

No Twitter, a rede funciona como um microblog, possuindo um sistema de seguidores, permitindo o envio de mensagens curtas, textuais ou multimídia que possuam até 140 caracteres (podem ser links, imagens ou vídeos). Esta rede é responsável, desde 2009, por manter o contato via sistema UEPB online entre os internautas e os meios de comunicação da universidade.



Figura 17: página da UEPB no Twitter.

⁴¹Fanpage: também chamada de página de fãs é uma página específica dentro do Facebook direcionada a interação de empresas, com ou sem fins lucrativos com os seus públicos no Facebook.

O coordenador da rádio, afirmou que no Twitter o sistema da UEPB online tem uma das maiores interações na rede e é onde a emissora consegue um bom número de feedback externo. No período desta análise a página tinha 12, 4 mil seguidores e 8.834 curtidas em suas publicações.

No Youtube é permitido carregar e compartilhar vídeos em formato digital. Nesta rede o sistema da Rede UEPB online compartilha vídeos produzidos pela TV UEPB e conteúdos em parcerias entre a Web TV e a webrádio da universidade. Programas como o “Gente Nossa” que se dedica a valorização da cultura nordestina e paraibana, o qual será apresentado em detalhes mais a frente neste capítulo, realizado no período junino, tem transmissão ao vivo no Youtube e Facebook, além de ser veiculado durante todo o ano na grade de programação da webrádio UEPB.

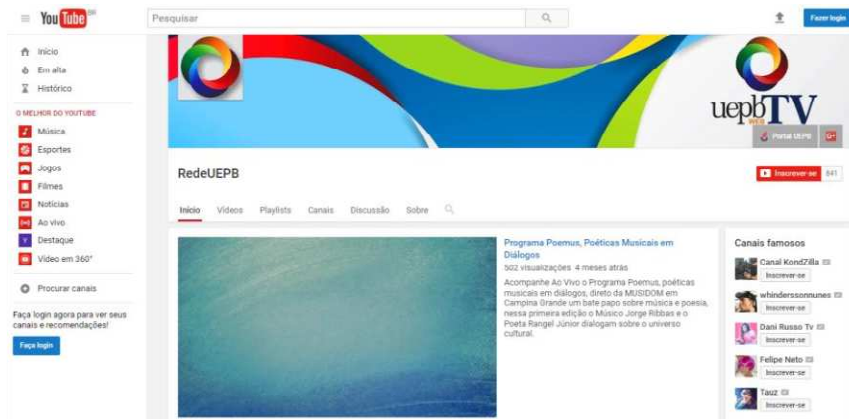


Figura 18: página da rede UEPB que compartilha conteúdos da rádio e TV UEPB.

O e-mail é o correio eletrônico que permite envio e recebimento de mensagens, meio pelo qual o sistema UEPB online estabelece maior comunicação principalmente entre os ouvintes internos, com funcionários da instituição, principalmente o público dos outros campi da universidade que enviam materiais e sugestão de pautas, alunos produzem material sonoro que é enviado via e-mail para avaliação e inclusão na grade de programação da emissora, os e-mails são recebidos pela coordenação de comunicação e repassados para a rádio. A webrádio, também possui e-mail próprio (radio@uepb.edu.br) para fins de comunicação com o público e comunicação interna como o recebimento de sugestões de temas para seus programas.

3.2 A Web rádio UEPB como espaço de laboratório prático na universidade

Divulgar as pesquisas científicas, educacionais e sociais desenvolvidas na universidade e ampliar espaço com seus ouvintes são os principais objetivos da Webrádio UEPB que, além do papel de divulgador, vem desenvolvendo função educativa na formação dos futuros profissionais de jornalismo. Atualmente a emissora possui oito estagiários, estudantes de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da própria UEPB e também alunos do curso de Educomunicação da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Todas as atividades realizadas pelos estagiários são supervisionadas pelo radialista responsável pela Rádio, Josinaldo Ramos, e pelo Coordenador da emissora, Hipólito Lucena. Os trabalhos têm apoio técnico e de produção do jornalista, Apolo Ricarte e do técnico, Mahatma Vieira.

As parcerias entre a rádio e as coordenações dos cursos das duas universidades promovem para os estudantes um espaço pedagógico de prática/teoria/ensino jornalístico dentro do próprio ambiente acadêmico, sem a necessidade de que os alunos tenham que sair da universidade para possuir esta experiência. Na webrádio UEPB as vagas de estágio são ocupadas atualmente com o estágio supervisionado realizado pelos alunos do último período do curso de jornalismo da UEPB e pelo estágio voluntário para os alunos de períodos iniciais do curso e estudantes da UFCG. A Universidade Federal de Campina Grande tem espaço de laboratório de rádio usado apenas para aulas práticas, não possui emissora nem em frequência modulada nem no espaço web que atenda as necessidades práticas dos estudantes da mesma, o que os faz procurar esta oportunidade na webrádio da universidade vizinha.

É na atividade laboratorial na emissora de rádio universitária que os estudantes ultrapassam os estreitos espaços da sala de aula e da avaliação do professor. Aprendem que no rádio não existe espaços em branco, frases recheadas de adjetivos e que a mensagem radiofônica é fruto de um excelente conhecimento da língua, da agilidade na interpretação do fato, e no rigor da pesquisa jornalística. Acabam por dividir com a sociedade o seu fazer e sua avaliação. (DEUS, 2003, p.312).

As práticas adquiridas na emissora contribuem de forma positiva para a formação dos estudantes que estejam ligados a rádio de forma direta, por meio de estágios e atividades radiofônicas na rádio, ou indiretamente por meio do acesso aos conteúdos da programação. A contribuição na formação acadêmica dos estudantes é destacada pelas estagiárias da emissora, Juliana Rodrigues, estudante de Educomunicação da UFCG e Aline Herculano, estudante de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB. Em entrevista para nossa pesquisa (informação

verbal) elas destacaram a importância da webrádio UEPB para o aprendizado técnico na radiodifusão, na formação profissional e o contato com o rádio na plataforma digital.

Segue a título de ilustração a fala das estudantes sobre sua experiência e contribuição da rádio para sua formação.

Sabemos que a teoria ensinada em sala de aula deixa a desejar e, nesse sentido, a prática torna-se peça fundamental na formação do aluno. Aprendi na rádio UEPB todas as técnicas e todo o funcionamento de uma rádio. Essa técnica foi desde aprendizagem em fazer a programação até a locução e edição de áudio. E por a rádio enquadrar-se dentro da plataforma da web expande seu alcance e enquadrando-se nesse novo jeito de fazer comunicação: mais leve e menos burocrático. [...] Por ser, também, uma rádio dentro do universo acadêmico, sua forma de fazer comunicação torna-se diferenciada. Pois a mesma passa a cobrir eventos que por serem inseridos dentro da academia, passa a trazer conhecimento também para aquele que trabalha na cobertura. Além disso, a rádio também passa a promover a cultura tanto paraibana como nordestina tornando-se, assim, uma grande escola. (RODRIGUES, Ent. 2017) ⁴².

A gente consegue ter um contexto geral de como funciona uma emissora. Além de atuar como locutor, produtor, aprende a editar texto a programar a rádio no programa de distribuição de conteúdo na rede, e isso é importante para o desenvolvimento acadêmico. [...] Nela eu tenho o embasamento completo para atuar em uma rádio em seus vários setores. (HERCULANO, Ent. 2017) ⁴³.

Este espaço prático dentro das universidades amplia, ainda, relações entre professores e alunos de outros cursos e graduações que encontram oportunidade de divulgar seus trabalhos, chegando inclusive a ter um espaço na programação das emissoras para debates de temas em suas áreas. Nos próximos meses a Rádio UEPB, como pretende o coordenador Hipólito Lucena, terá um programa exclusivo para a divulgação de projetos de pesquisa, onde alunos e professores terão oportunidade de apresentar e debater sobre seus trabalhos. O programa que está em pré-produção será chamado de “Utopias” e será comandado pelo professor Cidoval Moraes em parceria com o Mestrado em Desenvolvimento Regional da Universidade⁴⁴.

A rádio ou a TV universitária podem funcionar como um aglutinador das necessidades de várias disciplinas e cursos, procurando dar vazão a uma demanda

⁴² Entrevista concedida por RODRIGUES, Juliana. **Entrevistado II**. [Mar.2017]. Entrevistador (a): Ana Carolina Santos. Campina Grande, PB, 2017. 1 arquivo em áudio (20 min.).

⁴³ Entrevista concedida por HERCULANO, Aline. **Entrevistado III**. [Mar.2017]. Entrevistador (a): Ana Carolina Santos. Campina Grande, PB, 2017. 1 arquivo em áudio (15 min.).

⁴⁴ Mestrado em desenvolvimento Regional da UEPB é oferecido pelo Programa de Pós- Graduação da UEPB, e recebe estudantes de todas as áreas, com foco principal nos estudos de natureza socioeconômicas, socioculturais e ambientais, realizando projetos de desenvolvimento regional, políticas territoriais e públicas, planejamento urbano e regional, o papel dos atores e das instituições, as políticas públicas, as relações entre Estado e Sociedade, Ciência e Tecnologia, entre outros. < <http://www.uepb.edu.br> >. Acessado em 3 de março de 2017.

por experimentação. Funciona como um espaço multidisciplinar de reforço pedagógico da proposta curricular da faculdade. Mais: passa, com esta característica, a fazer parte desta proposta pedagógica global, e assim deve ser entendida. [...] a emissora permite que tanto estudantes de áreas tradicionalmente ligadas ao meio rádio, como Jornalismo e Radialismo, quanto os de áreas afins (Propaganda e Publicidade, Biblioteconomia e Relações Públicas), convivam em um único e multidisciplinar ambiente de produção. E possível e salutar, até mesmo ampliar esta multidisciplinaridade, incluindo outras áreas, como Educação, Artes (Música, Artes Cênicas etc), Letras, Ciências Sociais. (SPENTHOF, 1998, p.158).

Desta forma, o compartilhar conhecimentos começa dentro da própria emissora e se estende na rede onde é divulgada.

3.3 Expansão da comunicação radiofônica da UEPB: Seu público externo

Iniciaremos este tópico com a seguinte pergunta: A Webrádio UEPB atinge um público de ouvintes externo?

O jornalismo da Rádio UEPB tem o compromisso de relatar os fatos do cotidiano institucional, bem como prestar serviços à comunidade que integra o ambiente universitário e à população em geral, abre espaço aos acontecimentos, pesquisas científicas, projetos de extensão e eventos do mundo acadêmico. Esta definição é apresentada no projeto de reestruturação da Coordenadoria de Comunicação da UEPB.

Como objetivo culminante, as ações comunicativas visam não apenas consensos como também respostas criativas diante dos grandes dilemas das sociedades contemporâneas. O conjunto dos veículos de comunicação da CODECOM busca investir no aprofundamento dos temas emergentes e desenvolver grande esforço para descobrir e aproximar o cidadão comum do cientista ou pesquisador, para que ambos possam construir novas éticas. Dessa forma, um dos papéis da Comunicação Social Institucional da UEPB é buscar interagir com os públicos com um trabalho que vá além do tradicional. (LUCENA, 2016, p. 2)

A rádio, ou a TV, universitária não é só um conjunto de condições físicas (salas e equipamentos) necessárias à produção radiofônica ou de TV. Ela não é só um estúdio; é um veículo que, além de permitir esta produção, transporta à sociedade, funcionando como mediadora da relação entre os produtores e o público, real, concreto. (SPENTHOF, 1998, p.157).

Deus (2003) afirma ainda que as rádios universitárias em suas relações com os públicos funcionam como veículos de saber científico, cultural, político, filosófico e musical produzido dentro da universidade. Desta forma, envolve a sociedade de forma ativa, para assim entender suas necessidades e transformar o rádio em um meio de discussão e difusão.

Ao observarmos a relação dos internautas que acessaram e responderam o questionário de avaliação sobre a Webrádio UEPB e sua atuação, em colaboração aos resultados desta pesquisa, concluímos que apenas 19,4% são ouvintes externos da emissora, 75% são alunos da instituição e 5,6% são funcionários da universidade. A ampliação a estes resultados tanto em relação aos públicos internos como externos, está relacionado aos investimentos em conteúdos e atividades que aproximem estes ouvintes e que seja diferenciado do que eles já têm acesso, pois ninguém vai em busca do que já se tem contato e sim do novo, do diferenciado. A questão vem a ser então, o que a webrádio UEPB tem de diferente para seu público? Este diferencial é obtido com o tempo, por meio das inovações que a emissora realiza aos poucos em sua estrutura online, na programação e em seu conteúdo.

Em resposta conclusiva a pergunta inicial deste tópico, podemos concluir que a emissora atente sim ouvintes externos, porém é necessário investimentos e adaptações caso queira a ampliação deste número de ouvintes. Pois se tratando de uma instituição de ensino e pesquisa as informações divulgadas precisam ser ampliadas pra além das fronteiras acadêmicas. Se um ouvinte fora da universidade procura ouvir a rádio é porque se interessa não apenas pela emissora, mas principalmente pela universidade, é o que ouve na rádio que o ajuda a construir suas impressões sobre a instituição. Porém, se ele encontra aquela mesma informação no site da instituição, ou em outra plataforma, por exemplo, ele não terá interesse em se dedicar a audição radiofônica da webrádio.

A audiência não é prioritária na webrádio UEPB, que se dedica e preocupa-se com a qualidade dos conteúdos publicados em sua programação, mas se o seu acesso for pequeno ou não atingir um número considerável de ouvintes, principalmente do público alvo que está ligado diretamente a emissora, este ponto deverá ser repensado, visto que o conteúdo deve estar de acordo com os interesses de seus ouvintes. Sendo a audiência resultado da recepção do público a programação da emissora.

3. 3.1 Programa Por Dentro do Assunto

Na grade de programação da webrádio UEPB são apresentados aos ouvintes dois programas que se dedicam a levar informação e conteúdos relacionados à educação, prestação de serviço e cultura.

Voltado para todos os públicos da webrádio, o programa *Por Dentro do Assunto*, é produzido e apresentado pelas estagiárias da rádio que a cada programa se revezam na

locução. A direção e supervisão do programa são feitas por Hipólito e pelo radialista da Josinaldo Ramos. A produção do programa consiste na escolha do tema que será abordado, escolha do pesquisador ou profissional a ser entrevistado, contato e convite para a participação, elaboração de perguntas a serem feitas, bem como coleta de informações sobre o assunto e a montagem do roteiro do programa.

A gravação acontece na sala de funcionamento da rádio, na coordenadoria de comunicação da instituição. Com duração de uma hora é dividido em três blocos. O programa, apresentado sempre pelo âncora e por um locutor, inicia com a chamada do programa, apresentação do tema do dia, dos locutores que estarão à frente da edição, além da técnica e produção. Em seguida anuncia-se o tema a ser abordado no dia, seguido da apresentação em currículo do entrevistado, iniciando o programa com as perguntas, que são elaboradas previamente pela equipe e pelos ouvintes, gerando um debate sobre o tema.

O Por Dentro do Assunto, já trouxe discussões acerca da crise hídrica no nordeste e no estado da Paraíba; comportamento humano na sociedade atual; alimentação saudável; debates sobre o jornalismo policial; política e suas perspectivas; cultura nordestina, entre outros temas que se destacam e são de interesse social, educativo e cultural para todos os públicos conectados na rádio.



Figura 19: Gravação: do programa Por Dentro do Assunto.

O programa é veiculado em horários alternativos, como já explicado anteriormente, a rádio também faz transmissão da gravação ao vivo em sua página no Facebook. Onde o público pode interagir, mandar perguntas e participar do debate. Dentre a grade é um dos programas de maior participação popular e interação no Facebook. As transmissões chegam a alcançar mais de 3.000 visualizações, visto que a página permite que o vídeo da transmissão do programa seja visualizado mesmo depois da transmissão ao vivo, permitindo um alcance maior de internautas.



Figura 20: Página da Webrádio UEPB no facebook. Na imagem vemos um vídeo do programa por dentro do assunto que foi transmitido ao vivo pela página.

3.3.2 Programa Gente Nossa

O *Gente Nossa* é um programa multimidiático produzido pelo Departamento de Comunicação Social da UEPB, o *Gente Nossa* atua na perspectiva da construção da memória dos artistas paraibanos. É produzido e gravado no período junino, coordenado pela professora de Radiojornalismo da UEPB, Maria Goretti Sampaio, criadora do programa, que tem ainda produção e apresentação dos alunos do curso.

Sua produção consiste na seleção de alunos a cada edição, sempre no primeiro semestre do ano, para integrar e se subdividir nas ocupações, entre produtores, locutores e repórteres. Segundo o coordenador da rádio, há cinco anos a emissora realiza exibição do programa em sua grade, estabelecendo relações com o curso de comunicação. Nos últimos anos, vem realizando a transmissão do *Gente Nossa* ao vivo pelo Youtube da Rede UEPB, levando o programa ao público externo e promovendo interação instantânea, por meio das redes sociais do próprio programa e pelas paginas da rádio, o programa é ainda veiculado na programação da rádio durante todo o ano.

O programa já tem cinco edições anuais e segundo o coordenador da rádio o público já pode conhecer melhor, por meio do programa, mais de 50 artistas paraibanos da música e da poesia. O programa tem uma hora de duração, com três intervalos, alternando entre música, poesia e entrevista. E consiste em contar a história de um artista paraibano a cada programa, visando construir sua memória artista.

Comandado sempre por alunos na locução, possui o âncora, o locutor e o repórter da interação que representa durante o programa o ouvinte que está acompanhando o programa,

repassando perguntas e mensagens enviadas aos artistas pelas redes sociais. O Gente Nossa traz a cultura e o entretenimento artístico para a programação da Webrádio UEPB e para seus públicos, principalmente o externo, que muitas vezes desconhece a verdadeira história e a carreira dos artistas que cantam e decantam nossa cultura nordestina.



Figura 21: Logotipo do programa Gente Nossa, para edição 2017.

3.4 Análise estatística da Webrádio UEPB

Estar na web, é alcançar novos públicos desejados e inimagináveis, levando informação e conteúdos do contexto universitário para além do espaço que as ondas hertzianas proporcionam, multiplicando o acesso e conhecimento do que se é divulgado nas redes, o que contribui para a formação e transformação da universidade e da sociedade.

Herrera Huérfano (2001) apud Deus (2003, p.310) destaca que a função das rádios universitárias é oferecer uma produção que cubra maior parte dos setores da população. O que não significa que deva apenas atingir o maior número de ouvintes, mas oferecer uma programação que atenda os interesses de diferentes setores da população. Não voltadas à particularidade de um determinado grupo ou mesmo para os funcionários públicos das emissoras, mas sim atender a um parâmetro de gostos e opiniões individuais, com foco na educação para melhor convivência em sociedade.

Com base nestas funções e no seguimento da programação e divulgação de conteúdo das emissoras universitárias, foram avaliadas ações da webrádio UEPB, voltadas ao público em geral, tais como os acessos diários e a posição em território nacional e local, focando na posição da emissora na opinião da sociedade fora dos campos acadêmicos.

Ao analisarmos as estatísticas da webrádio UEPB no portal radios.com, observamos que no período de nossa pesquisa a rádio ocupava a posição 1300 entre as 9415 emissoras com atividades exclusivas na web em todo Brasil e cadastradas no portal. O site não apresenta uma estatística para emissoras universitárias e as inclui entre as rádios nacionais em seus variados seguimentos, com isto não foi possível avaliar a posição no segmento universitário

em que a rádio UEPB ocupa. Durante o período de nossa análise a partir de 20 de fevereiro a emissora possuía uma média de 107 acessos diários, ao fim de nossa análise de 13 a 20 de março a webrádio UEPB tinha 132. Estes resultados afirmam o que já havíamos dito acima, a emissora atinge um público externo, mesmo tendo como público alvo ouvintes do ambiente acadêmico, porém, este acesso é pequeno para o período de estadia na web da emissora e para a plataforma em que ela está disponível, comprovado a falta de divulgação da rádio que dificulta esta relação externa da emissora que reflete também nos ouvintes do meio acadêmico da UEPB.

Em contato com a Coordenadoria de Tecnologia da Informática e Comunicação (CTIC-UEPB) que gerencia o sistema de redes da Webrádio, e acompanha os acessos diários da emissora, identificamos que os acessos diretos no site da rádio são poucos, chegando a 5 acessos por dia, deixando a rádio em uma posição inferior ao que sua programação oferece aos ouvintes. Mais uma vez, destacamos que a audiência não é prioridade para Webrádio UEPB, porém em torno desses resultados deve ser avaliado este ponto, pois conteúdos de qualidade estão sendo divulgados e a sociedade precisa ter acesso.

Voltando para os resultados da webrádio no radios.com, a emissora está classificada nos segmentos eclético, educacional e cultural. Ao fim de nosso monitoramento identificamos que no último dia de nossa análise a emissora tinha um total de 5.053 acessos contabilizados desde o mês de outubro de 2016.



Figura 22: Dados disponíveis pelo Portal radios.com.

É importante lembrar que os gráficos disponíveis e gerados pelo site e usados em nosso estudo são gerados por meio dos resultados do portal radios.com, que é acessado por ouvintes de todo o Brasil e do mundo. O site além de cadastrar avalia a atuação das emissoras. Estes gráficos são obtidos por avaliação dos acessos tanto do portal rádios.com, quanto no

aplicativo RádiosNet⁴⁵, para que os resultados sejam contabilizados é necessário que o ouvinte fique ao menos um minuto conectado a rádio.

Ainda no portal avaliamos a audiência online da emissora, encerramos nosso período de observação com a rádio tendo por dia 165 acessos. Dentro desta avaliação a Webrádio UEPB é classificada como eclética, visto que como já dito, o site não apresenta diretamente o seguimento educação em sua classificação estatística.

Figura 23: Dados de filtros de avaliação de audiência online da Rádio web UEPB.

Em todo território nacional são mais de 9000 webrádios cadastradas no site, em todos os segmentos, no gênero eclético são 3011 webrádios. Durante a pesquisa o estado da Paraíba obteve 439 e a cidade de Campina Grande 39 emissoras entre rádios online e web. Com base nestes resultados avaliamos a posição da webrádio UEPB seguindo os filtros territoriais que englobam os mais variados segmentos classificados pelo radios.com.

Tabela 1- Classificação da Webrádio da UEPB segundo dados do portal rádios.com

Território	Segmentos Gerais	Segmento Eclético	Acessos em Março
Brasil	4807º posição	1311º posição	165 acessos
Paraíba	160º posição	17º posição	165 acessos
Agreste Paraibano	55º posição	25º posição	165 acessos
Campina Grande	24º posição	8º posição	165 acessos

Fonte rádios.com

⁴⁵ RádiosNet: é o aplicativo para dispositivos Android e iOS (iPhone/iPad que possibilitam o acesso móvel a conteúdos radiofônicos das webrádios.

O portal apresenta, ainda, a classificação de votos dos ouvintes para as emissoras. No período de observação para nosso trabalho a webrádio da UEPB não teve votos dos internautas, estes foram obtidos apenas em janeiro num total de cinco votos. Estes votos são opcionais aos ouvintes, que devido à agilidade da vida digital não atentam para estas avaliações do site.



Figura 24: Dados de votos dos internautas do portal Radios.com.

Ao observar os dados da emissora e sua posição em relação às outras rádios, bem como o avanço e mobilidade da internet, avaliamos que a mesma está a atuar de forma positiva levando entretenimento, cultura, educação e arte a seus ouvintes e vem expandindo as relações da universidade para além das fronteiras acadêmicas. Seguindo a digitalização e adaptando-se as normas digitais. Estes resultados nos levam a refletir sobre o crescente número das webrádios e a mobilidade que a internet promove a seus internautas, a agilidade na construção e inovação de conteúdos para atender a um público cada vez mais exigente e em busca de novidades. Configuramos este, como mais um momento de crescimento do rádio em qualidade, conteúdo e expansão territorial, o que só tende a expandir com os avanços do ciberespaço e da sociedade digital ao qual o rádio pertence.

A cultura de ouvir webrádio é um processo em construção para um novo perfil de ouvinte. O avanço tecnológico apresenta inovações na comunicação e junto uma transformação no perfil do ouvinte e surgimento de novos públicos presentes na cultura digital que se adaptam aos formatos que a mídia lhe apresenta. Esta evolução fez surgir um ouvinte mais ativo e participativo que recebe, produz e distribui conteúdos no ciberespaço e que no novo rádio tem um espaço amplo em adaptação. Este novo perfil do ouvinte de webrádio está ligado à identidade de pertencimento.

Logo os webouvintes, por estarem consumindo algo com o qual ela já tem afinidade, já se identificam, têm maior probabilidade de desenvolver um consumo mais

afetivo da webrádio, tonando-se um ouvinte engajado que consome e compartilha aquele conteúdo. (AMORIM e DINIZ, 2015, p.11).

Visando entender melhor este público, foi aplicado um questionário sobre a atuação da webrádio UEPB diante dos interesses dos novos perfis de ouvintes digitais da web, para assim concluirmos nossa pesquisa sobre a importância das atividades desenvolvidas pela Rádio da UEPB.

3.4.1 Analisando a opinião dos internautas da Webrádio UEPB

Os conteúdos e emissões sonoras das rádios estão sempre presentes no cotidiano das pessoas, e se tratando de um público em formação como é o caso das emissoras instaladas na internet é necessário mais que uma adaptação digital para estabelecer ainda mais uma ligação direta e ampliar as relações com os ouvintes os fazendo ocupar seu lugar de receptor ativo, o que a digitalização vem proporcionando. É preciso agora disponibilizar conteúdos radiofônicos que atendam as procuras do internauta na web, diante de um bombardeio de conteúdos em vários formatos multimídia que a rede disponibiliza.

Essa segmentação traz traços da nova cultura que se estabelece com a consolidação da internet enquanto meio de comunicação, a cultura de nicho que o autor denomina como o consumo de produtos e bens culturais que não sejam massivamente divulgados na mídia tradicional, que não têm grandes números de vendas, bilheteria, etc. (ANDERSON, 2006 apud AMORIM e DINIZ, 2015, p. 3).

Procurando entender esta cultura da radiofonia na internet em desenvolvimento e compreender o poder dos públicos ouvintes diante dos conteúdos apresentados nas emissoras com foco em nosso objeto de estudo, foi avaliada por meio de questionário eletrônico a opinião dos internautas sobre a webrádio UEPB.

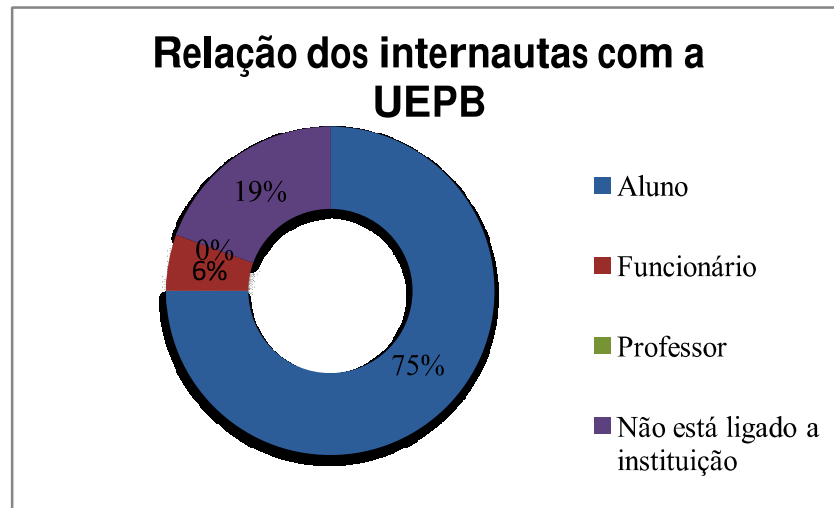
A avaliação foi disponibilizada na internet e divulgada em redes sócias, durante 30 dias, o questionário foi respondido por um número mínimo de 36 internautas/ouvintes da emissora.

As questões abordadas procuraram entender a cultura da audição radiofônica na web voltada à atuação da webrádio UEPB, programação e conteúdos, bem como a faixa etária do público interno e externo da emissora.

Os resultados da avaliação foram gerados automaticamente pelo questionário e calculados em nossa pesquisa após a análise das respostas, para uma melhor compreensão os dados serão apresentados a seguir em porcentagem e em gráficos.

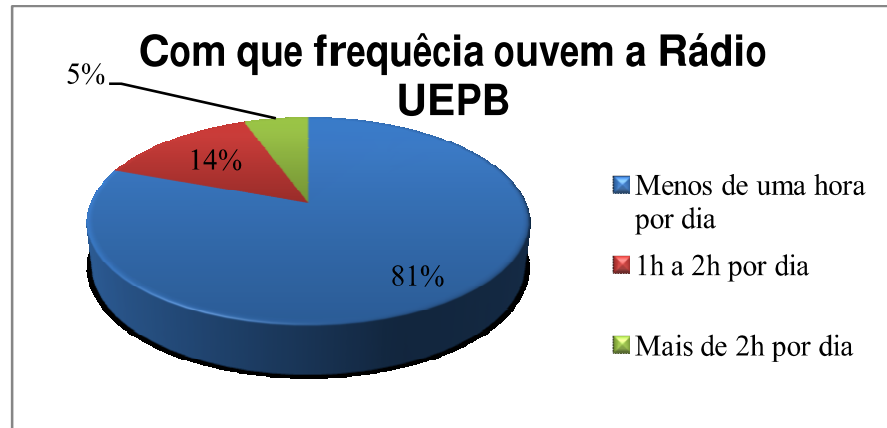
Ao analisarmos a idade dos internautas que participaram da pesquisa observamos que 44,4% têm entre 23 e 30 anos, de 31 a 45 anos são 27,8%, o público jovem de 15 a 22 anos também obteve 27,8%. Questionados sobre se ouvem rádio 88,9% disseram que sim e 11,1% disseram que não ouvem rádio Hertziano. Já quando a pergunta foi à audição de rádios na web o resultado foi de 69,4% sim e 30,6% não ouvem emissoras pela internet.

O questionário mostra ainda um feedback e opinião dos internautas sobre a webrádio da UEPB e nos auxilia a compreender a atuação da emissora dentro do ambiente online. Dos internautas avaliados 50% disseram não ouvir a webrádio, contra outros 50% que são ouvintes da rádio. A pesquisa avaliou também a relação dos ouvintes com a Universidade Estadual da Paraíba. A falta de resultados sobre o público de professores que acessam a rádio mostra que nem toda comunidade acadêmica, que respondeu o questionário, é alcançada pela emissora.



Dados de nossa pesquisa em 2017. Relação dos internautas com a UEPB

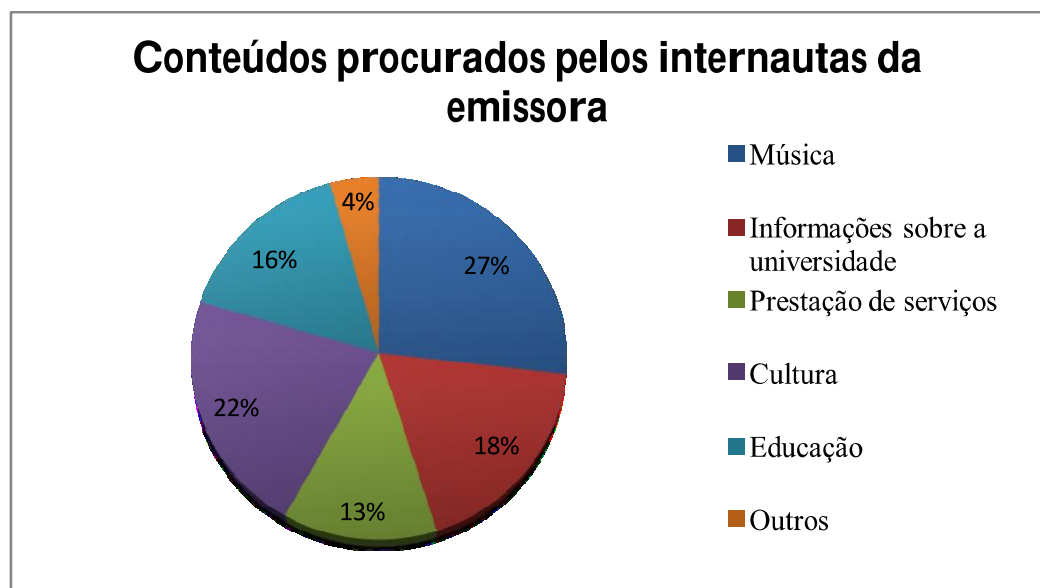
A multimídia e a agilidade do mundo virtual têm diminuído o período de audição de rádio pelos ouvintes, se antes os aparelhos quase não eram desligados, na internet as rádios são conectadas em sua maioria menos de uma hora por dia de acordo com nossa pesquisa.



Dados de nossa pesquisa em 2017. Frequência de audição da Webrádio UEPB pelos internautas.

Emissoras universitárias tendem a veicular em sua programação conteúdos educativos e culturais voltados a formação e informação de seus ouvintes, assim como já apresentado neste trabalho. Dentro do questionário os internautas avaliaram a programação da webrádio UEPB e classificaram como: Boa com 33,3%; Regular com 44,4%; Ruim com 13,9% e ótimo obtendo 8,3% da opinião pública online.

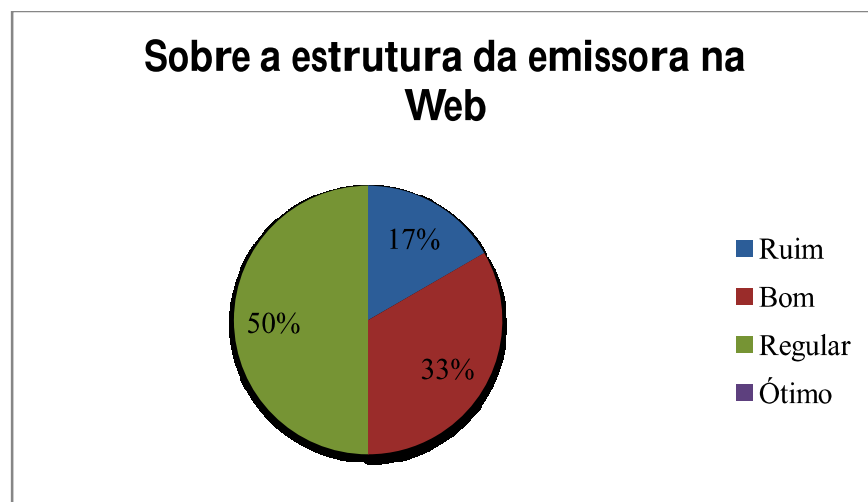
Ainda na avaliação dos conteúdos que a emissora apresenta a seus ouvintes por meio de sua programação, a pesquisa avaliou os conteúdos mais procurados pelos ouvintes da rádio UEPB, nesta questão poderiam ser marcadas mais de uma opção. Música e cultura são destaque na procura do público.



Dados de nossa pesquisa em 2017. Conteúdos acessados na emissora pelos internautas.

No público externo ao ambiente acadêmico da emissora, os conteúdos de música, prestação de serviços, cultura, educação e informações sobre a instituição são os mais procurados.

Com uma programação de 24h variando entre música, entretenimento, informação, educação e cultura, entre outras atividades, a emissora não atende as expectativas de 36,1% dos internautas avaliados, que se sentem insatisfeitos com o que é veiculado na webrádio, já 58,3% afirmam que a programação atende suas expectativas. A emissora é veiculada diretamente na internet com uma página exclusiva na web, onde os ouvintes podem conhecer a equipe, programação e ter acesso a outros conteúdos, como acompanhar informações da universidade seguindo links que levam diretamente ao portal de informações da instituição. Sobre a estrutura da página da emissora na rede mundial de computadores ninguém avaliou como ótima a navegação. A dificuldade foi apontada principalmente para os ouvintes de fora da universidade.



Dados de nossa pesquisa em 2017.

Na avaliação dos internautas sobre a navegação na página da rádio, foi concluído que 44,4% disseram não ser fácil encontrar o que se procura, contra 55,6% que afirmam ser fácil a navegação. Sobre o que a rádio disponibiliza em sua homepage 52,8% dizem faltar informações e 47,2% acreditam que as informações são suficientes.

Ao finalizar o questionário, o público deixou sugestões de programas mais tradicionais e ampliação da parceria da emissora com o curso de comunicação da universidade para uma melhor atuação da rádio junto aos alunos, atendendo assim suas expectativas, além da implantação da ferramenta de podcasts para melhor armazenamento de conteúdo em áudio na

página e maior acesso dos ouvintes as informações disponíveis. Esta questão não era obrigatória e muitos ouvintes não responderam.

Programas em formato de podcasts. O foco dos programas atenderia ao perfil de cada tipo de usuário, se aluno, professor ou técnico. Ex1: Um programa poderia abordar assuntos acadêmicos e dependendo do tema chamaria um professor especialista na área para discutir. Ex.2: Programa com conteúdo voltado para a comunidade acadêmica, mas mostrando o funcionamento e a realidade do dia-dia de cada setor, isso poderia ajudar o entendimento da comunidade acadêmica sobre as dificuldades e esforços feitos. Ex.3: Um programa feito por alunos da instituição que abordasse temas acadêmicos e outros interesses de alunos, e convidaria outros alunos ou especialistas da área para debater. Etc. Outro exemplo seria programas com temas mais específicos para curso. Isso poderia entrar como um projeto de extensão e os professores interessados em participar receberiam o apoio técnico da codecom para realizar e gravar o podcast. (OUVINTE a, Quest. 2017. Informação textual).

A web rádio deveria ter uma melhor visualização dentro do site da instituição, o que acaba por comprometer o acesso do público, provocando a baixa audiência. (OUVINTE b, Quest. 2017).

Com esta avaliação, mesmo com um número relativamente pequeno de internautas, foi obtido um bom feedback do público. Observa-se uma diminuição na cultura radiofônica hertziana e aumento gradual nas transmissões pela internet. O resultado obtido por meio da aplicação do questionário mostra que as emissoras precisam a cada dia adaptarem-se a um público cada dia mais exigente em relação aos conteúdos sonoros que buscam na rede, atendendo as expectativas de mobilidade na web, e da liberdade que os ouvintes adquiriram com a internet e suas ferramentas. Estes resultados e atuação das emissoras na web mostram que o rádio passa ainda por transformações, que podemos considerar serem constantes, principalmente se tratando da evolução tecnológica que a cada instante se renova e apresenta novidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender a atuação do rádio na web diante do seu poder histórico é entender que ser uma webrádio significa mais que disponibilizar músicas e informações, é oferecer a um público diversificado e exigente conteúdos seguidos que atendam suas expectativas, apresentar formatos e ferramentas que ajudem e atraiam os internautas diante de uma variada oferta de conteúdos que a internet possui. Para emissoras universitárias que investem nesse espaço, a exigência torna-se maior, se tratando da importância das instituições e da divulgação

de suas ações diante de seus públicos que vão além dos envolvidos diretamente com os conteúdos produzidos e divulgados em seus meios de comunicação.

Em nossa pesquisa usamos uma grande referencia online, um desafio, devido à falta de material impresso sobre o assunto, outra dificuldade foi o enorme número de emissoras na web, causados pela falta de fiscalização e controle de atuação das mesmas. Diante do estudo realizado observamos que na atuação da webrádio universitária o aperfeiçoamento técnico, físico e linguístico em que o rádio atua hoje, ultrapassam fronteiras que vão além das ondas de transmissão eletromagnéticas, faz surgir um novo rádio, com novas possibilidades para o surgimento de novas emissoras em seguimentos e formatos. Essas inovações devem ser sempre atualizadas, visto que mesmo que os conteúdos sejam de qualidade eles devem atingir e ser de interesse de seus públicos para que assim a emissora ganhe seu devido espaço e reconhecimento.

Emissoras universitárias atuam em contraponto as rádios comerciais, e na web atingem webouvintes internos e externos a instituição com prestação de serviço, extensão de conteúdos acadêmicos que integram varias áreas de conhecimento da universidade, bem como na valorização da cultura local, apresentando a mesma para públicos de outras culturas e segmentos diferenciados. O crescimento dessas emissoras aponta a importância do investimento na programação, no conteúdo e em estratégias para alcançar seus públicos de forma a contribuir para a formação social. Estas emissoras ligadas às instituições de ensino, também se tornam um espaço de prática e formação de futuros profissionais em jornalismo e para a comunicação radiofônica, atribuindo um papel de educomunicação a atuação das rádios.

Concluimos em nosso estudo que a facilidade técnica e econômica vem promovendo este grande crescimento de emissoras de rádio nas redes. A praticidade técnica das emissoras na web, a interatividade proporcionada pelo espaço virtual, as configurações digitais que a sociedade vem se adequando, são características destacáveis em sua atuação. Compreendemos que a sociedade se digitaliza e o rádio precisa acompanhar essa digitalização para que possa continuar presente no dia a dia de seus públicos. O número de webouvintes ainda é pequeno se comparado ao grande volume de emissoras atuantes no ciberespaço, e para alcançar maiores públicos é necessário investimentos em tecnologia e adequações digitais que aproximem cada vez mais as emissoras e os ouvintes, além da divulgação de conteúdos direcionados a seu público alvo.

Quando falamos da Webrádio UEPB, destacamos sua importância na divulgação de resultados de pesquisas que atendem e refletem não apenas na academia, mas também na

população externa que é a sociedade paraibana que participa de forma indireta e até mesmo direta dos estudos desenvolvidos nos centros de pesquisa da universidade. Desta forma a atuação da emissora torna-se uma extensão da UEPB em sua contribuição na formação social e cultural, visto que suas ações de ensino não se centram apenas na sala de aula, mas também na emissora presente na rede mundial de computadores atingindo assim uma parcela ainda maior de ouvintes que se beneficiam dos conteúdos ali apresentados, ultrapassando fronteiras ainda maiores de públicos pela rede.

A webrádio UEPB visa atender a funcionários, professores, pesquisadores e estudantes da Universidade Estadual da Paraíba, chegando a um público ainda mais amplo, mesmo que esta ação seja gradativa e lenta, o que exige mais investimentos em relação à aproximação da emissora com o ouvinte e investimentos em conteúdos que facilitem o alcance mais amplo de acessos. Fazer uso de ferramentas que unam o novo com o tradicional pode ser uma ótima opção, espalhar caixas de som pelos campus da universidade é uma forma de ir até o ouvinte interno (o acadêmico) que é o alvo principal da webrádio, ampliando a assim a cultura de se ouvir a webrádio da instituição, possibilitando ainda a segmentação desta audição pelo estudante, funcionário e professor em sua convivência social e assim atribuindo o conhecimento da emissora pelo público externo, vindo a aumentar sua visibilidade, tanto auditiva na web como de acessos em seu site.

O espaço web da emissora apresenta uma desatualização em conteúdo e estética, causando uma falta de interesse do público em buscar nele informações relacionadas a emissora e a universidade, se tratando de uma webrádio sua principal ferramenta de transmissão de conteúdo é o sonoro, porém atividades como o uso de podcasts não é feito pela webrádio UEPB o que também atrapalha seu acesso, pois a mesma não possui o armazenamento de conteúdos em som para uma futura pesquisa dos ouvintes e internautas, sendo necessário ai um investimento maior nesta ferramenta que aproxima e promove mais interatividade junto ao ouvinte.

O objetivo das emissoras universitárias não é a audiência, o que pode se justifica os baixos acessos da webrádio estudada, porém se tratando dos conteúdos divulgados que tornam a programação de qualidade, é necessário sim se preocupar com o número de acessos, caso contrário o esforço em se manter uma boa qualidade em programas e demais conteúdos sejam eles musicais e/ou informativos tornam-se um trabalho quase que inútil, pois se tratando de uma distribuição web é estar no mundo todo, e não mais em um espaço delimitado, sendo necessário pensar agora não apenas em seu público alvo.

Se adaptando aos ambientes tecnológicos e sociais, o rádio sempre se renova, mostra sua força e poder diante da comunicação em plena digitalização. Estar na web é mais que a expansão, é proporcionar para todos os seguimentos um espaço de divulgação e permitir ao ouvinte conhecer, participar e integrar as ações universitárias presentes na radiodifusão da rede mundial de computadores.

Esta pesquisa contribuiu de forma positiva para a compreensão histórica do rádio e seu atual momento em que a internet torna-se seu espaço difusor. Diante dos enfoques apresentados em nossa análise bibliográfica e das pesquisas no estudo de caso, podemos concluir que o novo rádio e as emissoras ligadas a universidades, com atuação livre das concessões e influências políticas se aproximam do público, ampliam seus conteúdos, integram novas formas de interação e promovem a comunicação sonora num espaço onde a multimídia é o destaque é precisa, por tanto, de atenção e investimento.

REFERÊNCIAS

FERRARETTO, Luíz Artur; KLOCKNER, Luciano (Org.). **E o rádio?** novos horizontes multimidiáticos. Porto Alegre, RS. Editora Universitária da PUCRS. 2010.

ALMEIDA, Ana Carolina e; MAGNONI, Antônio Francisco. **Rádio e internet:** recursos proporcionados pela web ao radiojornalismo. In: MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de. (Org.). **O novo rádio, cenário da radiodifusão digital.** São Paulo, SP. Editora Senac São Paulo, 2010.

VAMPRÉ, Octavio Augusto. **Raízes e evolução do rádio e da TV.** Porto Alegre: Feplam/RBS, 1979.

LUCENA, Hipólito. **Organograma para a Coordenadoria de Comunicação da Universidade Estadual da Paraíba.** Campina Grande, PB. 2016.

Referências Online

ALENCAR, Marcelo S. ; LOPES, Waslon T. A.; ALENCAR, Thiago T. **O Fantástico Padre Landell de Moura e a Transmissão sem Fio.** Disponível em <http://www.memoriallandelldemoura.com.br/imagen/documentos/fantastico_landell.pdf>. Acessado em 20 de janeiro de 2017.

AMORIM, Polyana, DINIZ, Virginia. **Rádio hertziano x webrádio:** processos de segmentação de conteúdo e crescimento do público participativo. Disponível em <https://www.ufrgs.br/estudioderadio/wpadmin/textos/webradio_novos_generos.pdf>. Acessado em 13 de Maio de 2017.

DEUS, Sandra. **Rádios Universitárias:** compromisso com a sociedade e com a informação. Disponível em <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/129315>>. Acessado em 2 de abril de 2017.

FERRARETTO, Luiz Artur. **De 1919 a 1923, os primeiros momentos do rádio no Brasil.** Disponível em <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0178-1.pdf>>. Acessado em 12 de janeiro de 2017.

FERREIRA, Andréia da Paixão. **A invenção do rádio:** um importante instrumento no contexto da disseminação da informação e do entretenimento. Disponível em <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/view/1967/1237>>. Acessado em 20 de janeiro de 2017.

FUENTES, Emílio (et al). **Planejamento de uma webrádio universitária:** um estudo no contexto da Universidade de Aveiro. Disponível em <<https://radioleituras.files.wordpress.com/2014/03/ano4num2art61.pdf>>. Acessado em 20 de janeiro de 2017.

GODOY, Arilda Schmidt. **PESQUISA QUALITATIVA TIPOS FUNDAMENTAIS.** Disponível em <[file:///C:/Users/win7/Downloads/38200-76053-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/win7/Downloads/38200-76053-1-PB%20(1).pdf)>. Acessado em 20 de janeiro de 2017.

GÜTHER, Hartmut. **Pesquisa Qualitativa Versus Pesquisa Quantitativa:** Esta É a Questão? Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v22n2/a10v22n2>>. Acessado em 20 de Janeiro de 2017.

MAGNONI, Antonio Francisco; RODRIGUES, Kelly De Conti. **O rádio e a adaptação à nova era das tecnologias da comunicação e informação:** contextos, produção e consumo. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-sonora/o-radio-e-a-adaptacao-a-nova-era-das-tecnologias-da-comunicacao-e-informacao-contextos-producao-e-consumo>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

MIRANDA, Gilda Soares (et al). **Educomunicação em Rádio:** uma contribuição para os alunos da Escola Estadual Geraldo Costa Alves na produção e recepção da informação. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2469-2.pdf>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O Rádio na Era da Convergência das Mídias.** Disponível em <file:///C:/Users/win7/Downloads/o%20radio_na_era_da_convergencia.pdf>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

OGLIARI, Celso Luiz; SOUZA, Marcio Vieira de. **Web Rádio:** ondas sem fronteiras. Disponível em <<http://www.labmidiaeconhecimento.ufsc.br/files/2012/07/Web-R%C3%A1dio-ondas-sem-fronteiras.pdf>>>, Acessado em 12 de janeiro de 2017.

PEREIRA, Angélica Moreira. **WEBRADIOS UNIVERSITÁRIAS: REALIDADES, DESAFIOS E POSSIBILIDADES PARA A EDUCOMUNICAÇÃO.** Disponível em <http://coral.ufsm.br/ppgter/images/DISSERTA%C3%87%C3%83O_FINAL_ANG%C3%89LICA_PEREIRA.pdf>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

PIÑEIRO-OTERO, Teresa; RAMOS, Fernando. **Rádios universitárias na Web 2.0:** perspectiva e potencial. Disponível em <<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras/article/view/385/354>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

PONTE, João Pedro da. **O Estudo de Caso na investigação em educação matemática.** Disponível em <[http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/jponte/docs-pt/94-Ponte\(quadrante-estudo%20caso\).pdf](http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/jponte/docs-pt/94-Ponte(quadrante-estudo%20caso).pdf)>. Acesso em 20 de janeiro de 2014.

PRATA, Nair. **Panorama da webradio no Brasil.** Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0095-1.pdf>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

PRATA, Nair. **WEBRADIO: NOVOS GÊNEROS, NOVAS FORMAS DE INTERAÇÃO.** Disponível em <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/AIRR-7DDJD8/nair_prata_tese.pdf?sequence=1>. Acessado em 20 de janeiro de 2017.

QUADROS, Mirian Redin de; LOPEZ, Debora Cristina. **O espaço do ouvinte: uma análise da interatividade nos sites das rádios CBN e Gaúcha.** Disponível em <[file:///C:/Users/win7/Downloads/comunicacao-7661%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/win7/Downloads/comunicacao-7661%20(1).pdf)>. Acessado em 2 de Abril de 2017.

REVISTA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO CIENTÍFICA. **RÁDIO UNIVERSITÁRIA WEB: REFLEXÕES SOBRE UM MODELO EM CONSTRUÇÃO.** Sergipe, 2013. Disponível em <<http://sustenere.co/journals/index.php/rbadm/article/view/ESS2179-684X.2013.002.0015/308>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

ROLDÃO, Ivete Cardoso do Carmo. **O Rádio Educativo no Brasil: uma reflexão sobre suas possibilidades e desafios.** Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0905-1.pdf>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

SANTOS, Adriana Peres Marques dos. **O Direito Fundamental à Internet.** Disponível em <http://www.emerj.tjrj.jus.br/paginas/biblioteca_videoteca/monografia/Monografia_pdf/2013/AdrianaPeresMarquesdosSantos_Monografia.pdf>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

SILVA, Bento Duarte da; TEIXEIRA, Marcelo Mendonça. **A EDUCOMUNICAÇÃO DO RÁDIO.** Disponível em <http://www.agrinho.com.br/site/wp-content/uploads/2014/09/2_15_A-educomunicacao-do-radio.pdf>. Acessado me 20 de janeiro de 2017.

SOUSA, Sandra Sueli Garcia de. **A presença das webrádios nos cursos de Jornalismo: experiências laboratoriais como aprimoramento discente.** Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0971-2.pdf>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

SPENTHOF, Edson Luiz. **A importância das rádios e TVs universitárias como laboratórios.** Disponível em <<https://repositorio.bc.ufg.br/bitstream/ri/1637/1/22755-96132-1-PB.pdf>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

URIBE, Esmeralda Villegas. **Rádio digital e o radio em internet: além das transformações tecnológicas.** Disponível em <http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_102.pdf>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

YOSHIDA, DeisiAkemiIha; LESZCZYNSKI, Sonia Ana Charchut. DEUS, Sandra de Fátima Batista de. **Rádio Web Universitária como artefato tecnológico no processo educacional.** Disponível em <<http://www.esocite.org.br/eventos/tecsoc2011/cd-anais/arquivos/pdfs/artigos/gt010-radioweb.pdf>>. Acessado em 11 de fevereiro.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **As fases da história do rádio brasileiro e as transformações da notícia radiofônica.** Disponível em <http://porteiras.s.unipampa.edu.br/gphm/files/2012/05/gthistoriadamidiasonora_Valci_Zuculoto.pdf>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

Sites acessados

Portal Rádios – Disponível em: <<http://www.radios.com.br>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

Tudo Rádio – Disponível em: <<http://www.tudoradio.com>>. Acessado em 5 de março de 2017.

Empresa Brasileira de Comunocação (EBC) –Disponível em:<<http://www.memoria.ebc.com.br>>. Acessado em 5 de março de 2017.

Ministério das Comunicações do Governo Federal – Disponível em:< <http://www.mc.gov.br>>. Acessado em 5 de março de 2017.

Portal da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) – Disponível em:<<http://www.anatel.gov.br>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e TV (ABERT) - Disponível em: <<http://www.abert.com.br>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

Portal do Rádios – Intercom – Disponível em: <<https://blog.ufba.br/portaldoradio/radios-universitarias/>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

Agencia Brasileira – EBC – Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2017.

APÊNDICE

APÊNDICE A – PAUTAS ELABORADAS PARA ENTREVISTAS NA PESQUISA

PAUTA
Retranca: Webrádio UEPB Data: 20 de março de 2017 Entrevista
ENTREVISTADO
Hipólito Lucena Função: Coordenador de Comunicação da UEPB Formação: Jornalista Contato: (83) 3315-3438/ (83) 3315-3439 Endereço: Rua Baraúnas, 351 - Universitário Campina Grande/PB.
INFORMAÇÕES
Analisar o trabalho desenvolvido pela web rádio UEPB, considerando o contexto online e a nova realidade demarcada pelo ciberespaço. Entender história atuação e funcionamento da Rádios da Universidade Estadual da Paraíba, que atua exclusivamente no ambiente Online. E atente públicos internos e externos ao ambiente acadêmico.
PERGUNTAS
Como surgiu a rádio? Qual objetivo da emissora? Sempre atuou na web? Caso tenha atuado em AM ou FM antes, fale como foi o processo de transição? Como funciona a rádio hoje? Ela atua em parceria com o Curso de Comunicação Jornalismo da universidade? Como é esta parceria? Quais os conteúdos produzidos pela rádio? A rádio tem foco de sua programação apenas para o ambiente acadêmico? Ou também se dedica a uma prestação de serviço para a sociedade? Quais/Qual programas se destacam em relação a conteúdos do ambiente acadêmico? Fale um pouco mais sobre ele? Quais/Qual programas são voltados à sociedade? Fale um pouco mais sobre ele? Conteúdo/ duração/horário de veiculação na programação/ Como se constitui a grade da programação/ possui transmissão ao vivo? Quais os meios que a rádio usa para interação com o público? Como funciona a atuação nas redes sociais? A emissora também atua em parceria com o site oficial da universidade? Qual o fideback que a emissora recebe dos ouvintes? O corpo de funcionários da rádio? Como é o processo de seleção de estagiários? O que os alunos/ estagiários realização na rádio?

PAUTA	
Retranca: Webrádio UEPB / Experiências acadêmicas Data: 12 de março de 2017 Entrevista	
ENTREVISTADAS	
Aline Herculano Função: estagiária Formação: estudante de Comunicação Social – Jornalismo na UEPB Contato: (83) 98714-8528	
Juliana Rodrigues Função: estagiária Formação: Educomunicação – universidade Federal de Campina Grande (UFCG)	
PERGUNTAS	
<ol style="list-style-type: none">1. Nome, idade e curso?2. De que forma o espaço da rádio UEPB contribuiu/contribui para sua formação?3. Como foi a experiência prática na emissora?	

APÊNDICE B – QUESTÕES ELABORADAS PARA O QUESTIONÁRIO DA PESQUISA.

PERGUNTAS DO QUESTIONÁRIO FEITO AOS OUVINTES SOBRE A ATUAÇÃO DA EMISSORA.

Idade?

15 a 22 23 a 30 31 a 45 46 ou mais

Ouve rádio?

sim não

Ouve rádio pela internet?

sim não

Ouve a webrádio da UEPB (Universidade Estadual da Paraíba)?

sim não

Qual sua relação com a UEPB?

Aluno funcionário professor não está ligado à instituição

Com que frequência você ouve a rádio?

menos de uma hora por dia 1 às 2h por dia mais de 2h por dia

Sobre a programação

ruim regular bom ótima

O que VCP procura em conteúdo ao ouvir a rádio. (pode marcar mais de uma alternativa)

música informações sobre a universidade prestação de serviços cultura educação outros

A emissora atende suas expectativas quanto à programação?

sim não

Caso não esteja satisfeito com a programação o que poderia ter?

A estrutura da página da rádio é?

ruim regular bom ótimo

É fácil encontrar o que procura?

sim Não

Faltam informações?

sim não

Sugestões para o site da emissora?

ANEXOS



Computador e mesa de som usados nas produções da Webrádio UEPB. (Foto: Equipe Webrádio UEPB)



Equipe da rádio após a gravação de uma edição do programa por Dentro do Assunto. (Foto: Equipe Webrádio UEPB)



Gravação do Especial sobre o Forró em parceria com a Rádio Freiburg da Alemanha. (Foto: Equipe Webrádio UEPB)



Gravação do programa Por Dentro do Assunto. (Foto: Equipe Webrádio UEPB)



Parte da equipe do projeto Gente Nossa, edição de 2016, junto ao entrevistado do dia, o músico Zé Calixto. (Foto: Equipe Gente Nossa)



Gravação do Programa Gente Nossa, edição 2016. (Foto: Equipe Gente Nossa)