



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

**CLEONICE EVELLYN OLIVEIRA LIMA**

**AS NOVAS CONFIGURAÇÕES DO RÁDIO EM CAMPINA GRANDE: DO  
ANALÓGICO À WEB**

Campina Grande-PB  
2012

**CLEONICE EVELLYN OLIVEIRA LIMA**

**AS NOVAS CONFIGURAÇÕES DO RÁDIO EM CAMPINA GRANDE: DO  
ANALÓGICO À WEB**

Monografia apresentada ao  
Departamento de Comunicação Social da  
Universidade Estadual da Paraíba como  
requisito necessário para obtenção do  
título de Bacharel em Comunicação  
Social - Habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Goretti Maria Sampaio de Freitas

Campina Grande-PB  
2012

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA SETORIAL CIA 01 – UEPB

L732n Lima, Cleonice Evellyn Oliveira.

As novas configurações do rádio em Campina Grande: do analógico à Web./ Cleonice Evellyn Oliveira Lima . – 2012.  
68f.; il.color

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2012.

“Orientação: Profa. Dra. Goretti Maria Sampaio de Freitas, Departamento de Comunicação Social”.

1. Radio. 2. Internet 3. Campina Grande. I. Título.

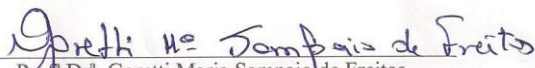
21. ed. CDD 302.234 4

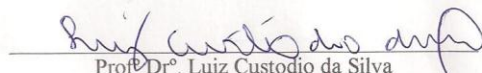
CLEONICE EVELLYN OLIVEIRA LIMA


AS NOVAS CONFIGURAÇÕES DO RÁDIO EM CAMPINA GRANDE: DO  
ANALÓGICO À WEB

Monografia aprovada em 19 / 11 / 2012

Nota: 10,0

  
Prof. Dr. Goretti Maria Sampaio de Freitas  
Orientadora

  
Prof. Dr. Luiz Custódio da Silva  
Examinador

  
Prof. Ms. Manassés Morais Xavier  
Examinador

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho de conclusão de curso, primeiramente à minha família: minha mãe, meu pai, meu irmão e meus avós, pois não poderia ser diferente, tendo em vista que foram estes os principais responsáveis por esta etapa ter chegado ao fim de maneira satisfatória. Dedico também ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, em especial ao Profº Dr. Luiz Custódio da Silva e a minha orientadora Profª Drª Maria Goretti Sampaio de Freitas pela oportunidade de aprender a cada encontro. Sem esquecer os amigos, que souberam suportar ao meu lado os instantes de tensão e me proporcionaram muitos momentos de alegria. E o lugar onde passei os dois últimos anos do Curso, o Sesc Paraíba, em sua unidade em Campina Grande.

## **AGRADECIMENTOS**

O poeta já dizia que não é possível ser feliz sozinho. E realizar sonhos, então? Seria uma missão impossível. Por ter chegado ao fim desta etapa que inicia a busca por realizações maiores, agradeço primeiramente àqueles que dão sentido a todos os meus dias: a minha família e a Deus. Foram eles, meu pai, minha mãe e meu irmão que me apoiaram de todas as formas possíveis, com muito amor e dedicação, não só nesses últimos quatro anos, mas durante toda minha existência até aqui. Podendo contar essa âncora em minha vida, todos os sonhos parecem possíveis. Estendo os agradecimentos também aos professores pelos quais passei nesses 4 anos, cada um com seus erros e acertos, mas que culminaram sempre em aprendizado. Gostaria de destacar a importância do Prof<sup>o</sup> Dr<sup>o</sup>. Luiz Custodio da Silva nessa minha caminhada, por ter sempre me ajudado e acreditado em mim, e por ter estado à disposição para me ajudar em quaisquer que fossem as circunstâncias. Por tudo isso, se tornou o meu exemplo de pessoa e de profissional. Deixo aqui o desejo que esse contato não se esgote com o fim da minha graduação e que possamos ainda nos encontrar nos longos corredores da Universidade. Outro professor que merece ênfase nesses agradecimentos é a minha orientadora Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. M<sup>a</sup> Goretti Sampaio de Freitas por ter aceitado me ajudar na construção deste trabalho e por ter sido uma verdadeira guia para que eu pudesse concluir esta monografia. Destacando também o seu comportamento reto e admirável dentro do Departamento de Comunicação desta Universidade. Agradeço ainda a minha turma, em especial as minhas amigas Raylane Barros, Darciely Medeiros e Ermaela Freire. E a uma amiga, colega de profissão, que acompanhou de perto este processo de conclusão de curso, aguentando os momentos de stress e me acompanhando nos instantes de lazer, Andréia Xavier. A todos os citados e a muitos outros que aqui não estão por questões de espaço, o meu sincero e grato: obrigada.

*“Se os mais afoitos, violentos, e de corações endurecidos ouvissem rádio, o comportamento seria redimido numa proporção descomunal.”*

Antônio Paiva Rodrigues

## RESUMO

Em meio às transformações técnicas e sociais decorrentes das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, o Rádio sofreu reconfigurações a fim de se moldar a esses contextos hodiernos. Partindo desta premissa, este trabalho monográfico tem por objetivo geral analisar as novas configurações do Rádio na ambiência digital, tendo como objeto de estudo a Rádio Campina FM. Para o embasamento teórico desse estudo, foram utilizados PACHECO (2003); LEMOS (2003); BUFARAH (2003); BARBOSA (2006); DEL BIANCO (2004); FREITAS (2006); e demais autores. Conceituar e identificar as principais formas e características do rádio na internet, estudar o processo de produção da grade de programação da Rádio Campina FM e a inclusão da Internet nesse processo, e identificar as ferramentas usadas pela referida emissora para efetuação da interatividade com o ouvinte/usuário se constituem como objetivos complementares. Através de uma revisão de literatura sobre a temática, de entrevistas, de coletas de dados realizadas por intermédio da Internet e suas ferramentas, como as redes sociais, e um Estudo de Caso da emissora radiofônica Campina FM, foi possível traçar um panorama a respeito dessa nova forma de fazer Rádio.

**Palavras-chaves:** Rádio; internet; Campina FM.



## **ABSTRACT**

Amid the technical and social transformations resulting from the New Technologies of Information and Communication, Radio suffered reconfigurations in order to shape these contexts today's. Starting from this premise, this monograph aims at analyzing the new configurations of digital radio in the ambience, where the object of the study Campina FM Radio. For the theoretical basis of this study, we used PACHECO (2003), LEMOS (2003); BUFARAH (2003); BARBOSA (2006); DEL BIANCO (2004); FREITAS (2006), and other authors. Conceptualize and identify key shapes and features Internet radio, studying the production process of programming the FM Radio Campina and the inclusion of the Internet in this process, and identify the tools used by that station for effectuation of interactivity with the listener / user constitute themselves as complementary objectives. Through a review of literature on the subject, interviews, data collection conducted through the Internet and its tools, such as social networking, and a Case Study of Campina FM radio station, it was possible to give an overview about this new way of doing radio.

**Keywords:** Rádio; internet; Campina FM.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Primeiro rádio com transistor do mundo.....	20
<b>Figura 2</b> Diagrama básico de um rádio de galena .....	24
<b>Figura 3</b> Funcionamento de uma Rádio Digital .....	36
<b>Figura 4</b> Tempo total de permanência dos brasileiros na internet e nas mídias sociais.....	41
<b>Figura 5</b> Site da Rádio Campina FM .....	55
<b>Figura 6</b> Perfil da Emissora no Orkut .....	57
<b>Figura 7</b> Twitter da Emissora .....	58
<b>Figura 8</b> Fan Page .....	59
<b>Figura 9</b> Flickr da Emissora .....	59
<b>Figura 10</b> Canal no Youtube .....	60

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> Rádio Analógicas com Áudio pela Internet .....	28
<b>Tabela 2</b> Webrádios de Campina Grande .....	46
<b>Tabela 3</b> Grade de Programação da Rádio Campina FM.....	51

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<i>Caminhos Metodológicos</i> .....	14
<b>1. O Rádio no Mundo e no Brasil: Trajetória histórica, técnica e social</b>	
1.1 A evolução técnica .....	17
1.2 O Rádio no contexto social .....	21
1.3 Os avanços tecnológicos .....	23
1.4 Os tipos de rádio pela internet .....	27
<b>2. O rádio e as novas TICS</b>	
2.1 As reconfigurações do rádio: relações com as novas TICS .....	32
2.2 O Rádio na Era Digital .....	33
2.3 O Sistema Digital de Rádio no Brasil .....	35
2.4 A Webrádio no Brasil: práticas e avanços .....	38
<b>3. Estudo de Caso da Rádio Campina FM</b>	
3.1 O Rádio em Campina Grande: perspectivas históricas.....	43
3.2 Webrádios em Campina Grande: um mapeamento .....	46
3.3 A Rádio Campina FM: do analógico à Web .....	50
3.3.1 A Campina FM no ambiente Web .....	50
3.3.2 As (novas) rotinas de produção .....	55
3.3.3 Mídias Sociais: plataformas para promoção e interação .....	56
<b>CONSIDERAÇÕES</b> .....	61
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	63
<b>REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS</b> .....	65
<b>APÊNDICES</b> .....	66

## INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea é atingida por diversas formas de mídia e inúmeras fontes de informações. Entre os meios de comunicação de massa, o rádio é um dos mais antigos e de maior alcance. Atualmente, ele vem passando por transformações para tentar se adaptar a Era Digital, a qual estamos expostos na contemporaneidade. Surge assim, o rádio na internet. De diversas maneiras, o rádio vem tentando ganhar este espaço se tornando mais segmentado, interativo e atendendo às necessidades deste novo público que está emergindo nos últimos anos.

Para que a introdução da internet nos processos produtivos e de transmissão do rádio se efetive de maneira eficiente, é necessário primeiro, entender como este veículo de comunicação está se comportando nesse novo ambiente. Analisar o percurso percorrido pelo Rádio do analógico à Web, até chegar a esta nova configuração que se apresenta atualmente foi o principal objetivo deste trabalho, combinado com alguns objetivos específicos como o estudo da produção da grade de programação da Rádio Campina FM nesse novo contexto, a categorização das formas de realizar rádio na internet, a identificação das mídias sociais utilizadas para a interatividade, tendo como objeto de estudo a Rádio Campina FM.

O meio de comunicação mais popular e abrangente do Brasil possui uma história particular e paralela aos demais. No Mundo, há mais de um século, o rádio oferece serviços de utilidade pública, entretenimento, informações e conhecimento aos mais diversos e distantes públicos. No Brasil, a primeira transmissão radiofônica aconteceu durante a festa de Centenário da Independência, em 7 de setembro de 1922, na cidade do Rio de Janeiro com o discurso de Epitácio Pessoa e a participação do pioneiro da radiodifusão brasileira, Roquete Pinto.

Como toda nova tecnologia, no início, as transmissões foram escassas devido a falta de projetos específicos e de recursos. A continuidade ocorre apenas no ano seguinte, em 1923, quando o antropólogo Roquete Pinto e o engenheiro Henry Morize criam a Rádio Sociedade do Rio, com uma característica marcadamente educativa. A expansão do rádio se deu devido ao seu baixo custo de aquisição e de manutenção, sua facilidade de uso e alcance, no início restrito, mas que com o tempo passou a ser significativo. No princípio, a programação radiofônica era predominantemente elitista e particular, deixando a cultura popular e a grande massa à margem desse processo comunicacional. As músicas eram clássicas e o conteúdo refinado, atingindo apenas pequena parte da população.

O veículo de comunicação passou a ser pensado como meio de difusão de ideologias, assim os governantes, em especial, Getúlio Vargas<sup>1</sup> começaram a usar o rádio para manifestar suas ideias, influenciar e, por vezes, manipular e controlar a massa.

A partir da formalização e da criação de leis que regularam o fazer radiofônico, o panorama foi modificado. Diante disto, o Rádio se tornou um meio popular e bastante abrangente. Após o Decreto em 1932, que autorizou a inserção publicitária, a indústria e o comércio passaram a controlar a programação do rádio brasileiro, deixando, assim, de ser uma atividade amadora e se tornando um meio de grande importância e influência na sociedade brasileira.

Diversas tecnologias já foram criadas, consolidadas e expandidas e o rádio ainda continua como um dos meios de comunicação de massa, evidentemente que não com a mesma intensidade que apresentava no início, mas tem se reconfigurado para atender aos novos ouvintes e às novas formas e ferramentas de produção radiofônica. Por ser potencialmente um veículo interativo, o rádio tem a capacidade de realizar uma convergência midiática e entrar no mundo da conectividade e da interatividade.

Anteriormente ao processo de digitalização e virtualização das mídias, o rádio já exercia certa relação com os ouvintes, por meio de cartas ou telefonemas, estabelecendo um processo de interatividade. Com o advento das novas tecnologias e a convergência que vêm se configurando, essas características serão ainda mais marcantes. No Brasil, a digitalização desse meio ainda não acontece de fato, pois interfere nos modos de produção e nos equipamentos necessários para transmissão, por diferir do modo convencional. Porém, o que já acontece na maioria das rádios analógicas é a disponibilização de seus conteúdos em seus sites na internet, ou seja, o mesmo conteúdo ouvido no aparelho de rádio pode ser ouvido no computador.

Em concordância com o exposto, pretendeu-se aqui como objetivo geral analisar o processo de convergência da emissora pioneira do rádio analógico campinense para as novas mídias, em especial a internet. Além disso, buscou-se conceituar e identificar as principais características do Rádio na Internet; estudar o processo de produção da grade de programação da Rádio Campina FM; e identificar as ferramentas para a interatividade usada no ambiente digital.

---

<sup>1</sup> Por entender o potencial do meio que estava surgindo, em 1º de março de 1932, Getúlio Vargas assinou um decreto-lei permitindo a veiculação de propaganda pelo rádio.

### *Caminhos Metodológicos*

Para a execução deste trabalho monográfico partimos de uma revisão de literatura de artigos e livros que abordam a cibercultura, o jornalismo online e o rádio na internet, conteúdo encontrado principalmente nas obras de Andre Lemos (2003), J. B Pinho (2003) e Nélia Del Bianco (2004), respectivamente. Durante o apanhado bibliográfico nos deparamos com dificuldades no que concerne a uma literatura que aborde a temática, por isso tivemos que recorrer a artigos científicos e sites especializados utilizados para a realização da pesquisa. O referencial bibliográfico específico sobre rádio na Web em livros é escasso, sendo, por isso, mais utilizados artigos e textos publicados em Congressos de Comunicação.

Posteriormente realizamos um mapeamento da posição das rádios campinenses com relação à Web, construindo tabelas que apresentam o nível de relação entre o rádio e a Internet em Campina Grande. Para a realização destes mapeamentos (número de Webrádios e quantidade de links de rádios disponibilizados na internet) foi preciso efetuar uma procura aprofundada nos sites especializados, nas redes sociais e entrar em contato com pessoas que tinham certa proximidade com o tema, como por exemplo, estudantes de Comunicação.

Após a leitura, a discussão teórica e estes mapeamentos, foi efetuado um Estudo de Caso da Rádio Campina FM. De acordo com Yin (1989), Estudo de Caso consiste na utilização de um ou mais métodos quantitativos de recolha de informação e não segue uma linha rígida de investigação. Caracteriza-se por descrever um evento ou caso de uma forma longitudinal. O caso consiste geralmente no estudo aprofundado de uma unidade individual, neste trabalho, a Rádio Campina FM.

Através da Observação Direta, que segundo Eduardo Barbosa (1998) é uma metodologia que depende da habilidade do pesquisador em captar informação através dos 5 sentidos, julgá-las sem interferências e registrá-las com fidelidade, estando o pesquisador completamente fora das situações, fatos ou pessoas que está observando. Foram estudadas as rotinas de produção de conteúdo dessa rádio e por meio de entrevistas semiestruturadas com os profissionais da respectiva emissora, buscamos entender como e por que ela ingressou na Internet. Posteriormente às etapas acima descritas foi feito um estudo detalhado do site da emissora.

Em visita ao Studio da Emissora e apoiado na entrevista com o Gerente de Programação e Produção foi possível visualizar a postura da rádio frente aos novos desafios e oportunidades propostos pela internet, bem como conhecer como se realiza esta relação atualmente.

Além disto, foi necessário acessar o site da emissora durante sete dias, compreendido de 8 a 14 de outubro, em horários diferentes para ouvir a programação disponibilizada e explorar a plataforma.

Cumprida todas as etapas, buscamos discutir as perspectivas e os cenários futuros do rádio na rede mundial de computadores, como uma nova fonte de comunicação e informação.

Dessa forma, a estrutura monográfica está organizada em três capítulos.

No capítulo I trouxemos a trajetória do meio radiofônico no Brasil e no mundo, enfatizando três aspectos: o histórico, o técnico e o social. Como uma linha do tempo, apresentamos o seu surgimento e a sua situação atual, passando pelas transformações culturais e técnicas pelas quais o veículo passou ao longo de mais de um século e meio de história. Partimos da premissa de que a contextualização histórica do rádio nos possibilitará entendermos melhor as características desse meio e seus propósitos, para assim começarmos a analisar as suas novas configurações. Do analógico à Web, o primeiro capítulo, tem o objetivo de relatar a narrativa de um dos meios de comunicação mais populares da história. Assim, o capítulo foi subdividido em quatro tópicos, a saber: A Evolução Técnica; O Rádio no contexto social; Os Avanços tecnológicos e Os Tipos de Rádio pela Internet.

Já no Capítulo II discutimos o Rádio e as novas TICS – Tecnologia da Informação e Comunicação, portanto, tentamos analisar como um meio de comunicação secular está interagindo com as novas formas de comunicação. Nesse contexto, destacam-se dois conceitos, o de rádio digital e o de rádio na web. Por isso, neste capítulo trouxemos as principais definições e como estas novas formas de se fazer Rádio estão se desenvolvendo no Brasil e no Mundo.

Para aprofundar e aproximar o tema, no Capítulo III realizamos um estudo de caso, tendo como objeto de estudo a rádio local Campina FM. Neste capítulo foi estudado como a rádio se comporta frente ao ambiente Web, as rotinas de produção e as ferramentas utilizadas para a interatividade.

Ao fim deste trabalho foi possível iniciar o entendimento do processo de reconfiguração do rádio. Ao encontrarmos 43 emissoras de rádio com transmissão de áudio via Internet podemos perceber que o Estado já começa a se preocupar com este novo formato de produção, transmissão e recepção da radiofonia. Além deste levantamento foi investigado também o número de emissoras de rádios no nosso diâmetro de estudos, Campina Grande. Ao final, foram elencadas 10 emissoras, sendo 6 comerciais e 4 comunitárias, evidenciando-se também a sua relação com a Internet. Após essas pesquisas, passamos para o estudo do desenvolvimento do formato emergente de rádio, a Webrádio, que são as Rádios produzidas exclusivamente para a Internet. Durante o período pesquisado catalogamos 12



Webrádios produzidas na cidade, o que demonstra que as iniciativas ainda são pontuais, se restringindo a nichos que não têm suas preferências, em maior parte, musicais, atendidas pelas emissoras tradicionais e analógicas da cidade.

## 1. O Rádio no Mundo e no Brasil: Trajetória histórica, técnica e social

### 1.1 A Evolução Técnica

Inicia-se aqui a tentativa de traçar uma breve trajetória do rádio no Brasil e no mundo, em seu contexto sociohistórico. A longa história do rádio tem início em 1831 quando Michael Faraday (1791-1867) descobre o princípio da indução eletromagnética. Em 1863, James Clerk Maxwell demonstrou teoricamente a provável existência das ondas eletromagnéticas.

Vinte e quatro anos mais tarde, Henrich Rudolph Hertz descobriu as ondas de rádio, dando início ao princípio da propagação radiofônica. Ao decorrer dos anos os estudos foram se intensificando. Cientista e inventor atribui-se a Landell de Moura a primeira transmissão da voz humana. Suas experiências foram realizadas a partir de 1892 e 1893, mas as transmissões só vieram ocorrer nos anos 1889 e 1900.

Em 1895, o italiano Guglielmo Marconi, então com 21 anos, fez seus primeiros experimentos com ondas eletromagnéticas, na cidade de Bolonha. Anteriormente, ele já havia realizado outras experiências que provaram ser possível enviar sinais usando ondas eletromagnéticas para conectá-los e transmiti-los por meio de uma antena. Dois anos depois, em 1897, Oliver Lodge inventou o circuito elétrico sintonizado, que possibilitou a mudança de sintonia por meio da seleção da frequência desejada.

Já no século seguinte, em 1916, Lee Forest instalou a primeira "estação-estúdio" de radiodifusão, em Nova Iorque. Assim, foi possível, então, transmitir o primeiro programa de rádio da história. Na programação, havia conferências, música de câmara e gravações. Surgiu também o primeiro registro do *radiojornalismo*, com a transmissão das apurações eleitorais para a presidência dos Estados Unidos.

A chamada "Era do Rádio" destaca-se a partir de 1919 e foi assim denominada devido ao imenso crescimento do rádio nos Estados Unidos ao longo da década de 20. O responsável por esse crescimento foi a invenção de um dos símbolos do rádio, o microfone, criado por engenheiros da Westinghouse em 1920 e que surge por meio da ampliação dos recursos do bocal do telefone. Em 1921, havia quatro emissoras no país, mas, no final de 1922, os norte americanos já contavam com 382 estações. Em 1923, foi feita a primeira transmissão de rádio em cadeia no mundo, envolvendo a WEAf. A "era do rádio" estende-se e tem seus dias de apogeu na década de 30 e 40.

No Brasil, a primeira transmissão radiofônica aconteceu durante a festa do Centenário da Independência, em 7 de setembro de 1922 na cidade do Rio de Janeiro com o

discurso de Epitácio Pessoa e a participação do pioneiro da radiodifusão brasileira, Roquete Pinto. Como toda nova tecnologia, no início as transmissões foram escassas devido a falta de projeto específicos e de recursos. A continuidade só acontece no ano seguinte, em 1923, quando Roquete Pinto e Henry Morize criam a Rádio Sociedade do Rio, com uma característica fortemente educativa.

Apesar de Roquete Pinto e Henry Morize serem figuras imprescindíveis para a história do rádio no País, foi o padre católico, Roberto Landell de Moura, que se consagrou como o Patrono dos Radioamadores no Brasil e o Pai Brasileiro do Rádio.

No princípio a programação radiofônica era predominantemente elitista e particular, deixando a cultura popular e grande massa à margem desse processo comunicacional. As músicas eram clássicas e o conteúdo refinado, atingindo apenas pequena parte da população.

A partir da formalização e da criação de leis que regulam o fazer radiofônico, o panorama foi modificado, e ele foi se tornando um meio popular e amplo<sup>2</sup> Após o Decreto que autorizou a inserção publicitária, em 1932, a indústria e o comércio passaram a controlar a programação do rádio brasileiro. Assim, passou do amadorismo ao profissionalismo, se tornando um meio de grande importância e influência na sociedade brasileira<sup>3</sup>. Um dos marcos da história do rádio no Brasil e que se consolida até os dias atuais, o programa Voz do Brasil, foi ao ar pela primeira vez em 1935, no governo de Getúlio Vargas. BARBOSA (2006) explica essa trajetória:

Nos primeiros 25 anos, o programa divulgava os atos do poder Executivo. Em 1962, o Congresso Nacional passou a fazer parte do noticiário. Desde 1938 até os dias atuais, a transmissão do programa, em rede nacional, por todas as emissoras do país é obrigatória. (BARBOSA, 2006, p. 15)

Na década de 40 é chegada a fase de ouro do rádio, onde o jornalismo começa a ser produzido, tendo como destaque o Repórter Esso. FERRARETTO (2001, p.127) afirma que “a maior contribuição do Repórter Esso foi a introdução de um modelo de texto linear, direto, corrido e sem adjetivações, apresentado em um noticiário ágil e estruturado.”

Os programas de auditório e os cantores de rádio se tornaram febre no país, sendo, os auditórios, lugares de lazer para a população.

---

<sup>2</sup>Em 9 de junho de 1933, foi fundada a Associação Brasileira de Rádio (ABR), contribuindo para a regulamentação do rádio.

<sup>3</sup>Em 27 de novembro de 1962, é criada a Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABERT) e, em 25 de fevereiro 1967, é criado o Ministério das Comunicações

Grandes nomes que fizeram sucesso no cenário musical começaram suas carreiras no rádio, pois o mesmo foi responsável pela criação das divas do rádio que posteriormente fariam sucesso nos demais meios de comunicação.

O rádio foi palco de diversas manifestações das artes brasileiras, como a Rádionovela<sup>4</sup>. Utilizando umas das principais matérias prima do rádio, a imaginação, essas produções contavam com a participação de grandes artistas da época e de elementos do cotidiano para reproduzir os efeitos sonoros necessários às cenas.

Em 1941, foi ao ar 1ª Rádio Novela, intitulada “Em busca da felicidade”, de Leandro Blanco. Mas foi em 1951 que foi ao ar o maior sucesso das radionovelas, em toda a América Latina, a trama O Direito de Nascer. O texto original de Felix Caignet com tradução e adaptação de Eurico Silva, possuía 314 capítulos o que correspondia a quase três anos de irradiação. No elenco estavam Nélio Pinheiro, Paulo Gracindo, Talita de Miranda, Dulce Martins, Iara Sales, entre outros. O Direito de Nascer surpreendeu a todos os críticos e a todas as previsões que afirmavam que o rádio-teatro era um gênero em decadência e que o público brasileiro não se interessaria por longas tramas.

Ao todo, tem-se conhecimento de 807 títulos e 118 autores desta categoria. Desse total de autores, 23 deles foram responsáveis por 71,6% do total das novelas transmitidas através da Rádio Nacional. Os resultados obtidos são os seguintes: Oduvaldo Vianna (75 novelas), Gastão P. Silva (75 novelas), Carlos Gutemberg (64 novelas), Raimundo Lopes (31 novelas), Amaral Gurgel (30 novelas), Ghiaroni (28 novelas), Eurico Silva (28 novelas), Cícero Acaiaba (24 novelas), Otávio Augusto Vampré (21 novelas), Mário Brassini (20 novelas), Hélio do Soveral (18 novelas e mais de 400 histórias para o famoso Teatro de Mistério), Dilma Lebon (18 novelas), Dias Gomes (16 novelas), Mário Faccini (16 novelas), Luiz Quirino (16 novelas), Ivani Ribeiro (16 novelas), Herrera Filho (15 novelas), Janete Clair (13 novelas), Gilberto Martins (12 novelas), Saint-Clair Lopes (11 novelas), Walter Foster (10 novelas), Moysés Weltman (17 novelas) e Álvaro Augusto (10 novelas). (Lia Calabre no artigo *No tempo das Radionovelas*, disponível em: <https://www.metodista.br/revistas>)

Mas após alguns anos, os custos de produção começaram a se tornar inviáveis e a concorrência do meio emergente, a televisão, fez com que as produções fossem diminuindo gradativamente. Ocorreu um fenômeno de migração da verba publicitária para o novo veículo. Isso explica, em grande parte, o abandono do gênero radionovela pelo rádio. Na década de

---

<sup>4</sup>Radionovela é uma narrativa folhetinesca sonora, nascida da dramatização do gênero literário novela, produzida e divulgada em rádio.

1970 o gênero desapareceu, apesar de algumas tentativas isoladas de reavivá-lo. Desta maneira, a radionovela foi, então, se adaptando à nova era das televisões e as radionovelas foram refeitas para as telenovelas. Na década de 70 praticamente elas não existiam mais, só nas cidades do sul, mas aos poucos foram saindo do ar, por causa das adaptações à televisão.

Para que o rádio não perdesse seu espaço para este novo meio, foi necessário fazer algumas modificações. Uma delas foi a criação do transistor, que aconteceu em dezembro de 1947 nos Laboratórios da Beel Telephone e que tornava possível ouvir o rádio em qualquer lugar. Descoberto (fala-se assim porque as pesquisas tinham outro objetivo) por Bardeen e Brattain, recebeu esse nome por conta de suas propriedades, é um "resistor de transferência", em inglês: TRANSfer reSISTOR. Os Laboratórios Bell mantiveram essa descoberta em segredo até junho de 1948. Foi criado ainda, o transistor de junção, havendo então, dois tipos deste dispositivo: o de *ponto de contato* e este último.

Apenas 4 anos da descoberta iniciou-se a industrialização e gradativamente, as válvulas foram sendo substituídas pelo transistor. O do tipo junção tornou-se, rapidamente, muito superior em desempenho, mais simples e fácil de fabricar. Assim, o transistor de ponto de contato ficou obsoleto por volta de 1953 na América e logo depois, na Inglaterra. A grande reviravolta veio em 1954, quando Gordon Teal aperfeiçoou um transistor de junção feito de silício. O silício, ao contrário do Germânio (matéria-prima primária do transistor), é um mineral abundante, só perdendo em disponibilidade para o oxigênio. Tal fato, somado ao aperfeiçoamento das técnicas de produção, baixou consideravelmente o preço do transistor. Isto permitiu que ele se popularizasse e viesse a causar uma verdadeira revolução na indústria dos computadores.



Figura 1: *Primeiro rádio com transistor do mundo*

Outra novidade do meio foi a intensificação da produção de programas de utilidade pública. Mais tarde, as agências de produção radiofônica foram outro impulso para a

consolidação do rádio. Nos anos 80, outro momento decisivo foi o surgimento das redes de rádio. A Rádio Bandeirantes AM, de São Paulo, começa a gerar o radiojornal Primeira Hora em rede nacional. Na década de noventa, outras redes nacionais vão surgindo no cenário da radiodifusão brasileira.

Após traçar esse panorama sobre a trajetória histórica/técnica do rádio no Brasil e no mundo, partimos agora para uma discussão voltada ao seu contexto social, e, a posteriori, falaremos sobre os avanços tecnológicos, onde elencaremos as principais invenções que modificaram o modo de fazer e transmitir rádio.

### ***1.2 O rádio no contexto social***

A evolução técnica e operacional é imprescindível para contar a longa história do rádio no Brasil e no mundo. Mas são as mudanças na esfera social que validam a importância desse meio de comunicação. Cada modificação no contexto técnico acarretou também em uma transformação na relação rádio/sociedade.

As primeiras transmissões radiofônicas ocorridas em esfera mundial, só poderiam ser acessadas pelos ouvintes por meio de receptores que não possibilitavam a locomoção do aparelho. Essa tecnologia refletia diretamente na forma como os indivíduos se relacionavam com este meio. Desta forma, as famílias se reuniam nas salas das casas para, juntos, ouvirem as vozes encantadoras que saíam daqueles fones. Era, portanto, uma prática coletiva.

Aqueles que não queriam apenas ouvir o rádio, mas queriam ver, poderiam ir aos auditórios das grandes rádios que nas décadas de 40/50 se tornaram opções de lazer para os casais e para as famílias. Nos auditórios era possível assistir a gravação das radionovelas, às apresentações musicais de orquestras e de cantores e cantoras, além de visualizar a fisionomia dos tão imaginados locutores.

Um dos marcos desta fase do rádio brasileiro foi a Rádio Nacional (ou Radiobrás) e os seus programas. A Rádio Nacional (Radiobrás) é uma rede de rádio brasileira pertencente a EBC (Empresa Brasil de Comunicação) que possui as seguintes emissoras: Rádio Nacional Rio de Janeiro; Rádio Nacional Brasília; Nacional FM Brasília; Rádio Nacional da Amazônia; Rádio Nacional São Paulo (atual Rádio Globo São Paulo) e Nacional FM do Rio de Janeiro (atual 93 FM). Vários e significativos momentos da história radiofônica perpassam as ondas desta rádio. Por ela foram ouvidas as grandes estrelas da música e do teatro nacional (através das radionovelas), além de ter consolidado a maneira de se fazer rádio no Brasil, mesclando música, humor, informação, dramaturgia, esporte e programas de auditório e, por isso, tornou-

se o veículo mais plural e popular, sendo, portanto, referência quando se trata do Rádio Brasileiro. Apesar de possuir diversas emissoras, a que tomou maior destaque foi a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, criada em 1936 e uma das primeiras a cobrir praticamente todo o Brasil. Até 1975 operava em 980 kHz e, desde então, opera na faixa de 1130 kHz, com o prefixo ZYJ-460. Há várias razões para a emissora ter se tornado este ícone do rádio brasileiro. Em 1941, a Rádio Nacional apresentou a primeira radionovela do país, "Em busca da Felicidade" e criou também o pioneiro do radiojornalismo, o Repórter Esso. Em 1942, inaugurou a primeira emissora de ondas curtas, fato que deu aos seus programas uma dimensão nacional, além de apresentar aos ouvintes programas como o "Balança mais não cai" e o "PRK-30".

Além de ser um espaço de lazer para os ouvintes, nesta época, o rádio também era um espaço para os artistas iniciantes apresentarem os seus talentos, em especial, os cantores. Assim, os grandes nomes que compõem o cenário musical nacional iniciaram suas carreiras nos palcos das emissoras de rádio.

Com a introdução do transistor, esta relação sofreu uma adaptação. Esta nova tecnologia permitia que o rádio acompanhasse o ouvinte nas suas tarefas diárias. Com isso o ouvir rádio passou a ser atividade individual e que cumpria um papel vital: fazer companhia ao ouvinte solitário. O rádio agora estava nas salas, nas cozinhas, nos quartos, ou seja, onde o ouvinte estava o rádio também se fazia presente.

Nos últimos anos, mais uma modificação tecnológica causou uma readaptação dessa antiga relação ouvinte/rádio. Foi a inserção do virtual no modo de transmissão do rádio. Hoje, os usuários podem ter acesso à mesma programação veiculada pelo rádio, através da internet, de maneira rápida e facilitada, pois o usuário/ouvinte pode montar a sua programação, ou seja, ele pode ouvir o seu programa favorito na hora que lhe for mais conveniente. Além desta vantagem, quando as emissoras radiofônicas começaram a migrar para a internet \_ o que ainda está acontecendo\_ novos mecanismos de interação foram agregados ao rádio. Nos sites das emissoras, os ouvintes podem interagir com os locutores, os jornalistas, e com os demais ouvintes, fazendo do processo de produção, uma prática colaborativa. Estas modificações se firmam em todas as esferas que compõem o social e que, agora, com a revolução digital, se tornaram mais evidentes, como menciona URIBE (2006):

[...] como afirmam Cláudio Prado e Francisco Caminati, “as novas tecnologias de informação e comunicação devem ser compreendidas no atual contexto de transformações radicais na esfera social, a partir do surgimento do que se poderia chamar de cultura digital.” Para os autores, a cultura

digital“representa um conjunto de transformações radicais na esfera social, e não uma mera conversão de artefatos analógicos para equivalentes digitalizados”. (URIBE, 2006, pag. 2)

Atualmente, o que antes se constituía em uma relação unilateral, pode ser uma via dupla, onde os produtores e os consumidores da informação podem trocar experiências colaborativas. Nos últimos anos, mais uma discussão que modificou o contexto social do rádio, se inicia. É o rádio digital. Esta revolução tecnológica, assim como todas as outras, também implicará em readaptação no contexto social do rádio.

### ***1.3 Os avanços tecnológicos***

Para se apresentar como o conhecemos hoje, o rádio passou por inúmeras transformações, principalmente no tocante aos mecanismos tecnológicos utilizados para sua produção e transmissão. Os primeiros estudos principiaram em 1831 quando Michael Faraday (1791-1867), um físico e químico inglês, considerado um dos cientistas mais influentes de todos os tempos, descobriu o princípio da indução eletromagnética. Em seguida, em 1863, James Clerk Maxwell demonstrou teoricamente a provável existência das ondas eletromagnéticas. Em 1887, foi a vez de Henrich Rudolph Hertz descobrir as ondas de rádio, dando início ao princípio da propagação radiofônica. Já em 1895, foram feitos os primeiros experimentos com ondas eletromagnéticas. Dois anos mais tarde, foi inventado o circuito elétrico. Chegamos, então, em 1923 quando houve a primeira transmissão em rede de rádio no mundo.

Anterior à existência das válvulas e dos transistores, o rádio era ouvido de uma maneira muito simples através do que ficou conhecido por rádio “de galena” ou de “cristal”. Para funcionar não precisava de transistores, de circuitos integrados, não era ligada na tomada e não necessitava de pilhas. Utilizava poucos componentes, sendo por isso, fácil de ajustar e de montar e funcionava com a própria energia das ondas captadas. O elemento principal, um cristal de galena, derivado do chumbo, permitia detectar os sinais de rádio, extraindo as informações das ondas de rádio. Composto o sistema, havia uma grande antena externa que captava as ondas de rádio e transmitia as correntes pelo fio até chegar ao circuito do rádio. O sinal selecionado era levado ao detector, que era justamente o cristal de galena. O circuito era simples e de fácil funcionamento, como já colocamos e como explica Newton Braga:

A detecção é um processo que separa os sinais de alta frequência dos sinais de baixa, que correspondem aos sons. Estes sinais de baixa frequência eram



então levados ao fone de ouvido, onde se fazia a conversão em som, de modo que a pessoa pudesse ouvir as estações. É claro que estes sons, pela não existência de qualquer amplificação, eram muito baixos.<sup>5</sup>

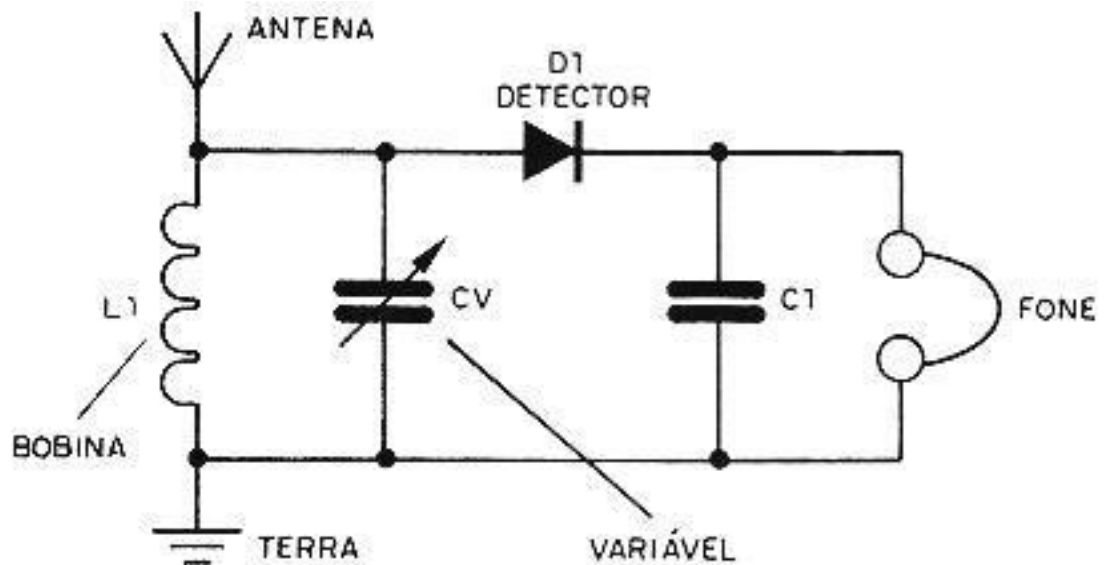


Figura 2: Diagrama básico de um rádio de galena

Após a fase apresentada acima, chegou a vez da criação da válvula, que pouco tempo depois seria também introduzida ao rádio. Em 1904, John Fleming, consultor de Marconi, construiu uma primitiva válvula. A denominação “válvula” foi dada por ter o funcionamento semelhante ao de um registro hidráulico. A válvula como um componente usado nos primeiros aparelhos, foi idealizada e construída pelo norte-americano Lee De Forest, em 1907, inserindo mais um elemento, uma grade. A partir de então, foram fabricados diversos tipos de válvulas. A UV200 Radiotron, foi construída para a RCA pela General Electric com o bulbo cheio do gás Argônio. Foi a primeira válvula comercializada pela Radio Corporation of América.

Mas a invenção que revolucionou o meio radiofônico ocorreu na década de 40, foi a invenção do transistor. O transistor é um componente eletrônico, principal responsável pela revolução da eletrônica. É utilizado principalmente como amplificador e interruptor de sinais elétricos. O termo provém de *transfer resistor* (resistor/resistência de transferência), como era conhecido pelos seus inventores.

O transistor de silício e germânio foi inventado nos Laboratórios da Bell Telephone por Bardeen e Brattain em 1947 e, inicialmente, demonstrado em 23 de

<sup>5</sup>Rádio de Galena ou Cristal – Newton C. Braga, disponível em: <http://www.newtoncbraga.com.br>

Dezembro de 1948, por John Bardeen, Walter Houser Brattain e William Bradford Shockley, que foram laureados com o Nobel de Física em 1956. A grande reviravolta veio em 1954, quando Gordon Teal aperfeiçoou um transistor de junção feito de silício. Assim, ele começou a se popularizar e a ser introduzido nos meios de comunicação. A função do receptor de rádio é a decodificação dos sinais eletromagnéticos recebidos do espaço, captados pela antena, transformando-os em ondas sonoras, sinais digitais e/ou analógicos. Ele proporcionou uma das características mais positivas do rádio: poder ser ouvido de qualquer lugar, não precisa ser fixo.

Outros aparelhos foram criados dando agilidade à produção radiofônica e melhorando as formas de se ouvir rádio, como expõe BARBOSA (2006):

Em 1946, surgiram os gravadores de fita, que transformaram as rádios, dando mais ritmo às programações. Na década de 70, o walkman, aparelho para ouvir fitas k7 e rádio com fone de ouvido acoplado de tamanho reduzido, foi inventado pela Sony. Esse aparelho permitia grande mobilidade ao ouvinte. Com a chegada e domínio do CD (CompactDisc) no mercado, no final dos anos 80 e início dos anos 90, surgiu o Diskman, com a mesma finalidade do walkman, só que para ouvir CDs. (BARBOSA, 2006, p. 26)

Chegando a década de 80, no Brasil, encontra-se outro avanço tecnológico, o Satélite. A partir dessa tecnologia, foi possível iniciar o processo de transmissão de rádio em rede, ou seja, os sinais são enviados para o espaço e retransmitidos para várias rádios, localizadas em diversos lugares.

O radiotransmissor converte sinais sonoros, analógicos ou digitais em ondas eletromagnéticas, enviando-os para o espaço através de uma antena transmissora, para serem recebidos por um radioreceptor, por exemplo, emissoras de AM e FM. Já o transceptor funciona das duas formas, como transmissor e receptor, alguns exemplos de transceptor são o telefone celular (telemóvel), os radares nos aeroportos, os equipamentos de comunicações em veículos oficiais, e de empresas particulares.

Quanto à classificação, o rádio pode ser dividido em AM e FM. Em FM (Frequência Modulada) o comprimento de onda é de alguns cm (FM utiliza VHF e UHF para transmitir) e, portanto, qualquer objeto com este tamanho é suficiente para refletir a onda. Por outro lado, ela é bem penetrante e pouco reflexiva nas camadas da atmosfera. Reflete-se nas camadas da ionosfera, que estão muito mais altas. FM, sem repetidoras, só tem alcance da linha do horizonte, por isso, normalmente, as antenas das estações de FM estão localizadas em morros. Já em AM (Amplitude Modulada), o comprimento é da ordem de metros. Portanto, ela usa muito bem as camadas atmosféricas, para se propagar, por reflexão AM não necessita de

repetidoras e se propaga por saltos reflexivos, entre camadas atmosféricas e terra (ou, melhor ainda, mar).

Mais recentemente, na década de 90 ocorreu o boom da Informática que trouxe mudanças principalmente nas rotinas de produção das redações de rádio. Os roteiros começaram a ser digitados e impressos para acompanhamento dos locutores. O áudio passou a ser editado em programas específicos.

Além da utilização da informática, outra tecnologia iniciada na década de 50, que vêm auxiliando na produção radiofônica é a rede mundial de computadores, a Internet. Com origem na área militar, o sistema criado para facilitar a comunicação entre os soldados garantia a integridade da informação caso uma das conexões da rede sofresse um ataque inimigo. Em 1991, durante a Guerra do Golfo, certificou-se que esse sistema realmente funcionava, devido à dificuldade dos Estados Unidos de derrubar a rede de comando do Iraque, que usava o mesmo sistema.

O uso do termo "Internet" para descrever uma única rede TCP/IP global se originou em dezembro de 1974, com a publicação do RFC 685, a primeira especificação completa do TCP, que foi escrita por Vinton Cerf, Yogen Dalal e Carl Sunshine, na Universidade de Stanford. Durante os nove anos seguintes, o trabalho prosseguiu refinando os protocolos e os implementando numa grande variedade de sistemas operacionais. A abertura da rede para interesses comerciais começou em 1988, dando início a popularização da rede mundial de computadores, que hoje, é acessível à parte da população mundial.

A internet se tornou mais um canal com o ouvinte e mais uma fonte de informação, tendo surgido efetivamente com esta nomenclatura em 1982, como explica BARBOSA (2006):

O nome Internet começou a ser utilizado em 1982. Em 1983, foi estabelecido o TCP/IP (TransmissionControlProtocol/Internet Protocol), a linguagem comum usada por todos os computadores conectados à rede até hoje. (BARBOSA, 2006, p. 27)

No novo século, o XXI, tem início a discussão do Rádio digital que ainda está sendo testado e experimentado e que apresenta como características principais: várias formas de transmissão; segmentação de conteúdo e público; especialização. O que se discute por enquanto não são mudanças na forma de produção ou de comercialização dos produtos radiofônicos, mas sim uma gradual mudança tecnológica, na qual o rádio passará do analógico para o digital. O que ainda falta para a sua implementação é decidir qual tecnologia será utilizada nessa conversão e conceber os requisitos básicos para que ela seja realizada, “A

digitalização dos transmissores das emissoras implicará na substituição gradual dos receptores por outros aparelhos digitais” (MAGNONI, 2010, p.119)

Apesar de toda discussão sobre o rádio digital existente entre as altas camadas sociais envolvidas, esta pauta ainda não está na agenda da grande massa de ouvintes, que não compreende como se dará essa transformação, que além de provocar mudanças na maneira de transmitir e receber o rádio provocará mutações também na maneira de produzi-lo.

Feito esse apanhado tecnológico, desde o descobrimento da indução eletromagnética até o Rádio Digital, parte-se para uma classificação conceitual dos tipos de rádio que podem ser encontrados na internet: rádio off, rádio on e webrádio. Esta diferenciação é fundamental para que possamos dar continuidade aos nossos estudos.

#### ***1.4 Os tipos de rádio pela internet***

Como apontam os dados a seguir, o Brasil é um país com forte potencial para utilização e o desenvolvimento da internet. Grande porcentagem da população já faz uso da internet durante a maior parte do seu dia.

Se aposta no potencial do Rádio na internet no Brasil, em suas diversas formas, devido aos crescentes números de internautas; de domínios registrados; de computador, Internet e banda larga no domicílio e o tempo médio de acesso. Segundo os dados disponibilizados no site Secundados (<http://www.secundados.com.br>), de acordo com o PNAD\_ Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios realizada pelo IBGE, o Ibope, o TechmetricsBrazil, a previsão IAB Brasil e a CETIC.br, os números que seguem apontam que a internet é o meio comunicacional vigente e com o maior potencial de avanço se comparado aos meios tradicionais. Entre 2008 e 2012 o número de internautas no Brasil (em milhões) passou de 55,9 para 81,0, ou seja, em quatro anos, mais de 25 milhões de pessoas começaram a navegar pela rede. Já o número de domínios registrados (também em milhões) foi de 1, 53 para 2,79, o que demonstra o interesse crescente em produzir conteúdo para a internet. Para estas ações se concretizaram (navegar e registrar domicílios) é necessário um aparelho imprescindível, o computador. Em 3 anos (2008 a 2011) o número de computadores por domicílio aumentou 27% (de 28 a 55%), embora a porcentagem de internet por domicílio tenha tido um crescimento mais tímido, registrando um aumento de 18% entre os anos de 2008 a 2011 (passou de 20% para 38%). E quando se fala em Banda Larga por domicílio, os números são ainda mais discretos. Nesse mesmo período o acréscimo foi apenas de 10% (de 58 a 60%). Enquanto o tempo de navegação do brasileiro por mês cresceu exponencialmente, de

22min50s para 48min04s, validando assim a hipótese de que a internet é, nos dias atuais, o meio comunicacional mais atraente.

Assim, com tantos usuários, a internet se tornou o meio ideal para a remodelação do rádio e atração de novos ouvintes/usuários. O rádio se reconfigurou no ambiente virtual, fortalecendo algumas características e ganhando outras novas.

Diante destes dados é possível afirmar que o rádio na internet é uma aposta segura, desde que realizado de forma profissional e eficiente. É o que a Paraíba, com 43 emissoras de rádio com transmissão de áudio via Internet pretende concretizar. Abaixo segue um quadro com todas estas emissoras, suas respectivas cidades sedes e endereços eletrônicos.

<b>RÁDIO</b>	<b>CIDADE</b>	<b>ENDEREÇO/LINK</b>
<b>Clube FM</b>	João Pessoa	<a href="http://www.clubejp.fm">www.clubejp.fm</a>
<b>CPAD FM</b>	João Pessoa	<a href="http://musikcity.mus.br">musikcity.mus.br</a>
<b>Vida FM</b>	João Pessoa	<a href="http://www.vidafm.fm">www.vidafm.fm</a>
<b>Mix FM</b>	João Pessoa	<a href="http://www.mixfm.com.br">www.mixfm.com.br</a>
<b>Sucesso FM</b>	João Pessoa	<a href="http://www.sucesso92fm.com.br">www.sucesso92fm.com.br</a>
<b>Paraíba FM</b>	João Pessoa	<a href="http://tunein.com/radio">tunein.com/radio</a>
<b>98 Correio FM</b>	João Pessoa	<a href="http://www.correiosat.com.br">www.correiosat.com.br</a>
<b>Pocinhos FM</b>	Pocinhos	<a href="http://www.pocinhosfm.com">www.pocinhosfm.com</a>
<b>Arapuan FM</b>	João Pessoa	<a href="http://www.arapuanfm.com.br">www.arapuanfm.com.br</a>
<b>Cabo Branco FM</b>	João Pessoa	<a href="http://www.cabobranco.fm.br">www.cabobranco.fm.br</a>
<b>Jovem Pan AM</b>	João Pessoa	<a href="http://www.correiosat.com.br">www.correiosat.com.br</a>
<b>Campina FM</b>	Campina Grande	<a href="http://www.campinafm.com.br/">www.campinafm.com.br/</a>
<b>CBN</b>	João Pessoa	<a href="http://cbn.jornaldaparaiba.com.br/">cbn.jornaldaparaiba.com.br/</a>
<b>Nova Tambaú FM</b>	João Pessoa	<a href="http://www.fmtambau.com.br/">www.fmtambau.com.br/</a>
<b>Miramar FM</b>	João Pessoa	<a href="http://www.miramarfm.com.br/">www.miramarfm.com.br/</a>
<b>98 Correio FM</b>	Campina Grande	<a href="http://www.correiosat.com.br">www.correiosat.com.br</a>
<b>Rádio Rural</b>	Guarabira	<a href="http://tunein.com">tunein.com</a>
<b>Sanhauá</b>	João Pessoa	<a href="http://www.radios.com.br">www.radios.com.br</a>
<b>Tabajara</b>	João Pessoa	<a href="http://radiotabajara.pb.gov.br/">radiotabajara.pb.gov.br/</a>
<b>Panorâmica FM</b>	Campina Grande	<a href="http://www.panoramicafm.com.br/">www.panoramicafm.com.br/</a>

<b>Sousa 104 FM</b>	Sousa	<a href="http://www.sousa104fm.com.br/">www.sousa104fm.com.br/</a>
<b>Patamuté FM</b>	Cajazeiras	<a href="http://www.patamutefm.com.br">www.patamutefm.com.br</a>
<b>Serra Branca FM</b>	Serra Branca	<a href="http://www.serrabrancafм.com.br/">www.serrabrancafм.com.br/</a>
<b>Maringá 98 FM</b>	Pombal	<a href="http://www.maringa98fm.com.br">www.maringa98fm.com.br</a>
<b>FM Itatiunga</b>	Patos	<a href="http://102fmpatos.com.br/">102fmpatos.com.br/</a>
<b>Arapuan FM</b>	Cajazeiras	<a href="http://www.arapuanfm.com.br">www.arapuanfm.com.br</a>
<b>Liberdade FM</b>	Pombal	<a href="http://www.liberdade96fm.com.br/">www.liberdade96fm.com.br/</a>
<b>São Bento</b>	São Bento	<a href="http://www.radiosaobento.com/">www.radiosaobento.com/</a>
<b>Correio da Serra</b>	Solânea	<a href="http://www.correiosat.com.br">www.correiosat.com.br</a>
<b>PB FM</b>	Areia	<a href="http://www.radiopbfm.com.br/">www.radiopbfm.com.br/</a>
<b>Rádio Progresso</b>	Sousa	<a href="http://www.portalprogresso.com/">www.portalprogresso.com/</a>
<b>Constelação FM</b>	Guarabira	<a href="http://constelacaofm.com.br/">constelacaofm.com.br/</a>
<b>Correio do Vale FM</b>	Mamanguape	<a href="http://correiosat.com.br">correiosat.com.br</a>
<b>Correio do Vale AM</b>	Itaporanga	<a href="http://correiosat.com.br">correiosat.com.br</a>
<b>Itabaiana FM</b>	Itabaiana	<a href="http://www.fmitabaiana.com.br/">www.fmitabaiana.com.br/</a>
<b>Rádio Santa Maria</b>	Monteiro	<a href="http://www.correiosat.com.br">www.correiosat.com.br</a>
<b>Cidade</b>	Piancó	<a href="http://www.radiocidadepianco.com.br/">www.radiocidadepianco.com.br/</a>
<b>Rádio Clube</b>	Campina Grande	<a href="http://www.diariosassociados.com.br">www.diariosassociados.com.br</a>
<b>Rádio Cidade</b>	Campina Grande	<a href="http://radiocidadecampina.blogspot.com.br">radiocidadecampina.blogspot.com.br</a>
<b>Rádio Cultura</b>	Guarabira	<a href="http://www.cultura790.com/site/">www.cultura790.com/site/</a>
<b>Rádio Sociedade AM</b>	Soledade	<a href="http://www.sociedadeam.amaisouvida.com.br">www.sociedadeam.amaisouvida.com.br</a>
<b>Rádio Boa Esperança</b>	Cajazeiras	<a href="http://www.radiosnet.com">www.radiosnet.com</a>
<b>Rádio Cariri AM</b>	Campina Grande	<a href="http://radiocariri.com/">radiocariri.com/</a>

Tabela 1 (Cidades e Rádios acessadas no site <http://tudoradio.com/> e Endereços pesquisados pelo autor)

Porém, na internet, o rádio pode ser encontrado em três categorias, como afirma BUFFARAH (2003):

No ambiente virtual (internet) é possível encontrar três categorias de rádio. De acordo com Trigo-de-Souza (apud BUFFARAH JUNIOR, 2003), são as rádios offline, emissoras online e as webrádios, cada uma com a sua especificidade. (BUFFARAH, 2003, p.6)

### ***Rádio off***

Iniciaremos nossa diferenciação pelo tipo mais comum e um dos primeiros surgidos, o rádio offline. As rádios off's funcionam como um portal institucional com informações sobre a estação, a grade de programação, além de funcionar como um canal de contato com o ouvinte/usuário, como explica PACHECO (2009):

As emissoras offline estão na rede, porém não fazem a transmissão de áudio de maneira regular. São páginas virtuais com informações institucionais e o objetivo de divulgar a emissora, a sua programação e seus comunicadores. Bufarah Junior (2003, p. 3) afirma que nessa categoria as emissoras “usam seus sites como mais um canal de comunicação com seus ouvintes, variando os níveis de interatividade, onde o usuário participa mais da programação através de chats, e-mails, promoções. (PACHECO, 2009, p. 5)

Neste tipo de rádio na internet, as rotinas de produção não são voltadas para o ambiente virtual, o que acontece é uma transposição do que ocorre no rádio analógico para o sítio<sup>6</sup> da internet. Por seu baixo custo, precisando apenas comprar um domínio, muitas estações de rádio optam por esse tipo para não ficarem ausentes dessa modernização pela qual o rádio está passando gradativamente.

### ***Rádio online***

Já a rádio online difere um pouco do tipo explicado anteriormente. Nela, o ouvinte/usuário pode encontrar um pouco mais de opções do que na radio off. Algumas disponibilizam os programas já transmitidos nesse portal ou dispõem de um link para que o ouvinte/usuário possa acompanhar a programação que está sendo veiculada.

Diferentes são as rádios on-line que disponibilizam o sinal de áudio na rede. Nesse caso, potencializando abrangência e a cobertura do sinal, apesar da importância de se manter uma programação local, voltada ao público do entorno. Os “ouvintes fiéis podem continuar acessando sua programação mesmo quando estiverem no exterior ou em outra cidade fora da cobertura da transmissão. (BUFARAH *apud* PACHECO, 2003, p. 3)

Esta categoria de rádio conquista novos ouvintes/usuários e fideliza os antigos que estão migrando para o ambiente online, pois é um meio termo entre o sistema convencional e o ambiente da internet.

---

<sup>6</sup> Esse termo é utilizado como sinônimo de *Website* ou simplesmente, Site.

### ***Webrádio***

O rádio encaminha-se para este último tipo de rádio: a rádio pensada exclusivamente para o ambiente virtual. O número de rádios dessa categoria vem aumentando devido há alguns fatores favoráveis, BARBOSA (2006, p. 31) aponta dois deles: “Dois fatores que contribuíram para a explosão da webrádio foram: a melhoria da qualidade nas conexões dos servidores de internet e o início da comercialização da banda larga no Brasil.”

A *webrádio* é pensada exclusivamente para o espaço online e só existe nele. Isso proporciona ao ouvinte/usuário um meio de comunicação com linguagem apropriada para o ambiente no qual está inserido e com uma programação segmentada. Esta rádio, baseada em softwares e microcomputadores, pode manter uma programação (preestabelecida) 24 horas por dia no ar, promovendo a alteração da ordem do material veiculado. (BUFARAH *apud* PACHECO, 2003, p. 3)

Desta forma, a webrádio concentra o maior número de ouvintes/usuários, com uma grande porcentagem de jovens que buscam esse tipo de rádio porque nele encontram conteúdo do seu nicho de interesse, como afirma ainda PACHECO (2003, p. 4): “São os ciberouvintes, que, na rede mundial, buscam uma nova forma de comunicação e na plataforma multimídia, algo diferente do que está sendo colocado à disposição por uma emissora convencional.”

De baixo custo e fácil criação, as webrádios estão se espalhando por todas as cidades brasileiras e a cada dia estão se profissionalizando e se segmentando, como afirma PACHECO (2003, p.7): A rádio on-line, emissora especificamente com a estrutura voltada à rede mundial, não precisa de autorização para o funcionamento e, por isso, é de fácil criação.

A partir dessa categorização seguimos para o Capítulo II deste trabalho, onde nos concentramos nos estudos das diferenças entre a Rádio Digital e as Webrádios, suas especificações e as principais características de cada modalidade.



## 2. O Rádio e as Novas TICS

### 2.1 As reconfigurações do Rádio: relações com as novas TICS

Já é visível que as novas Tecnologias da Informação e da Comunicação – as TICS não puseram fim aos meios comunicacionais que já existiam há várias décadas. Os jornais impressos, o Rádio, a Televisão tiveram que se adaptar e utilizar as novas ferramentas disponíveis para a otimização da produção jornalística, incorporando-as às rotinas de produção. A inserção dessas novas ferramentas tecnológicas foi acontecendo gradualmente, começando pela utilização do computador e chegando ao usufruto da rede mundial de computadores, a Internet.

Entende-se por **Novas Tecnologias de Informação e Comunicação** (NTICs ou resumidamente, TICS) as tecnologias e métodos surgidos no contexto da Revolução Informacional, Revolução Telemática ou Terceira Revolução Industrial, desenvolvida desde a segunda metade da década de 1970 e, principalmente, nos anos 1990, tendo como principal finalidade a Comunicação. A maioria delas se caracteriza por agilizar, horizontalizar e diminuir a quantidade de papéis necessários, tendo em vista que todos os documentos são digitalizados e a comunicação é efetuada através de redes (mediada ou não por computadores) para a captação, transmissão e distribuição das informações (texto, imagem \_animada ou não, vídeo e som).

Podemos aqui, para facilitar a compreensão do que são essas novas tecnologias, citar superficialmente alguns exemplos, como: os computadores pessoais; a telefonia móvel; o correio eletrônico (*e-mail*); as listas de discussão (*mailing lists*); a própria internet e a sua principal interface gráfica, a world wide web (www); os websites e *home pages*; o *streaming* (fluxo contínuo de áudio e vídeo via internet); o *podcasting* (transmissão sob demanda de áudio e vídeo via internet); a fotografia, o vídeo, o cinema, o som, a TV e o Rádio digitais; e as tecnologias de acesso remoto (sem fio ou *wireless*).

Com todas essas novas possibilidades, podemos afirmar que nos últimos anos, os indivíduos estão convivendo com a *Sociedade da Informação* ou também com a *Era da Cibercultura*, que de acordo com Pierre Lévy (*apud* LEMOS, 2004, p.11) não pode ser tratada como uma “subcultura particular, a cultura de uma ou algumas „tribos” . Ao contrário, a cibercultura é a nova cultura”<sup>7</sup>. É assim, a cibercultura, algo que envolve todas as esferas e extratos sociais, sejam elas, ativas ou inativas nesses processos virtuais que se efetivam na

---

<sup>7</sup>Citação feita por Ricardo Oliveira no livro *Blogs: Cultura Convergente e Participativa*, 2010, p.13.

Internet. O fluxo de mensagens/informações é cada vez mais avolumado e rápido, exigindo dos viventes uma agilidade quase que sobre-humana para receber e assimilar os conteúdos. Mas além dessa nova capacidade exigida, essas novas tecnologias ajudam a facilitar o dia-a-dia de todos, seja no âmbito profissional, ou no pessoal.

Por ser um fenômeno ainda recente, é arriscado afirmar os impactos e as transformações que essas NTICs causaram, mas é evidente que todas as formas de produção e distribuição de conteúdo estão sendo modificadas, como também a rotina dos profissionais que trabalham diretamente com a Comunicação e a Informação, como é o caso do mais tradicional dos meios de comunicação, o Rádio. E é na busca por compreender essas transformações no ambiente radiofônico que o nosso trabalho caminha.

## ***2.2 O Rádio na Era Digital***

No contexto da convergência das mídias, os precursores do jornalismo nas redes digitais foram os jornais impressos que migraram para a internet, disponibilizando o mesmo conteúdo impresso, em uma versão digitalizada na rede mundial de computadores. Por esse motivo se torna conveniente, antes de definirmos o que é o Rádio na *Web*, conceituar primeiramente o jornalismo na *Web*.

A introdução de novas ferramentas e novos meios de acesso às informações ocasionou uma modificação nas rotinas de produção e nos contextos de recepção, como explica PALACIOS (2002):

Antes da invenção da *World Wide Web* (*www* ou *web*), a rede já era utilizada para a divulgação de informações jornalísticas, porém os serviços eram direcionados para públicos muito específicos e funcionavam através da distribuição de e-mails e boletins (...) ou de recursos semelhantes. A internet passa a ser utilizada, de forma mais expressiva, para atender finalidades jornalísticas, a partir de sua utilização comercial, que se dá com o desenvolvimento da *web* no início dos anos 90. (PALACIOS, et alii, 2002, p.2)

Primeiramente, eram apenas disponibilizadas versões digitalizadas, porém, posteriormente, as empresas de comunicação começaram a perceber a necessidade de produzir algo direcionado a esse público que se informa através da *Web*. Por já existirem inúmeros sítios de notícias, as empresas de comunicação, responsáveis pelos diários e revistas então no ciberespaço, tiveram que direcionar a produção para as redes digitais a fim de não

correr o risco de perder o leitor para outras páginas da *web* que já começavam a evoluir por explorar melhor as ferramentas oferecidas pela rede.

Diante da necessidade de outro formato, a produção dos impressos na *web* teve que ser redirecionada e ganhou modo próprio. Entretanto, apesar do formato diferenciado, é preciso salientar que se trata apenas de um produto discursivo em um novo suporte. Dessa forma, pode-se partir para uma definição do que vem a ser o jornalismo digital, proposta por GONÇALVES (2000):

É todo produto discursivo que constrói a realidade por meio da singularidade dos eventos, que tem como suporte de circulação as redes telemáticas ou qualquer outro tipo de tecnologia por onde se transmitam sinais numéricos e que incorpore a interação com os usuários ao longo do processo produtivo. (GONÇALVES, 2000, p.19)

A transmissão por sinais e a interatividade se constituem como os pré-requisitos básicos para que se tenham um jornalismo digital. No entanto, essa definição é muito ampla. A estudiosa Lizy Navarro Zamora estreita a especificação do jornalismo digital ao citar as quatorze características da modalidade. Para a autora, o jornalismo digital possui ou é:

1. **Leitura não-sequencial** – o leitor pode estabelecer a ordem que mais lhe for conveniente;
2. **Mundial** – pode ser acessado por qualquer pessoa em qualquer parte do planeta;
3. **Instantâneo** – pode disponibilizar informações no momento em que os eventos estão acontecendo;
4. **Atualizável** – pode renovar a informação à medida que os fatos vão evoluindo ou sendo substituídos;
5. **Interatividade** – permite o diálogo com o leitor;
6. **Profundidade** – pode explorar, sem limites de espaço, os temas a serem disponibilizados;
7. **Personalização** – possibilita que cada um dos usuários do serviço receba e escolha em uma ampla gama de possibilidades somente o que lhe interesse;
8. **Disponibilidade** – é possível ter o jornal a qualquer momento, em todo lugar, sempre, pelo fato de o produto estar disponível na *web* para o leitor que tiver interesse em consultá-lo, acessa-lo no momento em que determinar;
9. **Multimídia** – o jornal digital disponibiliza informações em diferentes formatos: texto, som e imagem;

10. **Confiabilidade** – a importância do jornal na internet está ligada ao prestígio que possui, os meios de comunicação já conhecidos serão fontes mais fidedignas;
11. **Novo desenho** – os sítios possuem arquitetura e navegabilidade que buscam facilitar a vida do leitor;
12. **Serviços gratuitos** – a maioria dos serviços informativos de jornais que estão na *web* é gratuita, como, por exemplo, o acesso às últimas notícias (conhecido também por *plantão*), a consulta a banco de dados e a anúncios classificados;
13. **Nova retórica** – todas as características citadas promovem um novo meio informativo que precisará encontrar sua nova linguagem;
14. **Tela** – a leitura se dá por meio da tela do computador e não em papel de jornal.

Dessa maneira, tem-se que jornalismo digital é todo processo discursivo que permite estabelecer a ordem mais conveniente ao leitor, traz as informações na hora em que acontecem e garantem ao leitor/navegador interagir com os conteúdos de forma colaborativa. Partindo desta definição sobre jornalismo na web será possível nesta monografia estudarmos o nosso foco, o rádio, na sua modalidade virtual.

Para que se consiga praticar o radiojornalismo digital em sua faceta plena, é preciso, primeiramente, efetivarmos a implantação do sinal do Rádio Digital, que, no Brasil ainda está em fase de discussão técnica e aprimoramento.

### ***2.3 O Sistema Digital de Rádio no Brasil***

Os primeiros testes com o Sistema de Rádio Digital começaram a ser realizados em meados dos anos 80 na Europa com o sistema **DAB- Digital Áudio Broadcasting**, para transmissões via satélite de áudio e dados. Após o início das primeiras experiências alguns países, a exemplo de Portugal<sup>8</sup>, EUA, Canadá, Jamaica, México, Panamá e o Brasil começaram a investir nessa tecnologia.

Existem no mundo, alguns padrões para o serviço de Rádio Digital, a saber: o americano Iboc (In-Band In-Channel) ou HD Rádio, sistema híbrido que transmite sinal digital de áudio e analógico das rádios AM e FM; o Europeu DAB (Digital Áudio Broadcasting) ou Eureka 147; o Japonês ISDB –TSB (Integrated Services

---

<sup>8</sup>Um dos pioneiros na Europa investiu cerca de 4 milhões de Euros, para a distribuição do sinal DAB. O seu projeto esteve orçado em cerca de 11 milhões e 500 mil Euros, inteiramente financiado pela RDP (Rádio Difusão Portuguesa). (Dados do Artigo: Rádio Digitais – uma nova forma de emitir conteúdos, Dr. A.Will Bento Tonet).

Digital Broadcasting, Terrestrial, Segmented Band); existindo ainda outros padrões, como o rádio via satélite por assinatura e o Rádio via internet.

No Brasil, a grande problemática com relação ao tema é a definição, por parte do Governo, do padrão tecnológico que será utilizado para a transição do sistema analógico para o digital. Mas algumas rádios já realizam esta transmissão de forma experimental.

Para avançar nos estudos sobre o Rádio Digital é preciso que se entenda como ocorre o processo de transmissão com esta nova tecnologia. No analógico a informação não é convertida em *bits*, o que acontece no Rádio Digital. Em seu artigo *Rádios Digitais: uma nova forma de emitir conteúdos*, o professor Dr. A. Will Bento Tonet nos apresenta de forma simples a ilustração que se segue para que possamos compreender como funciona o rádio digital.

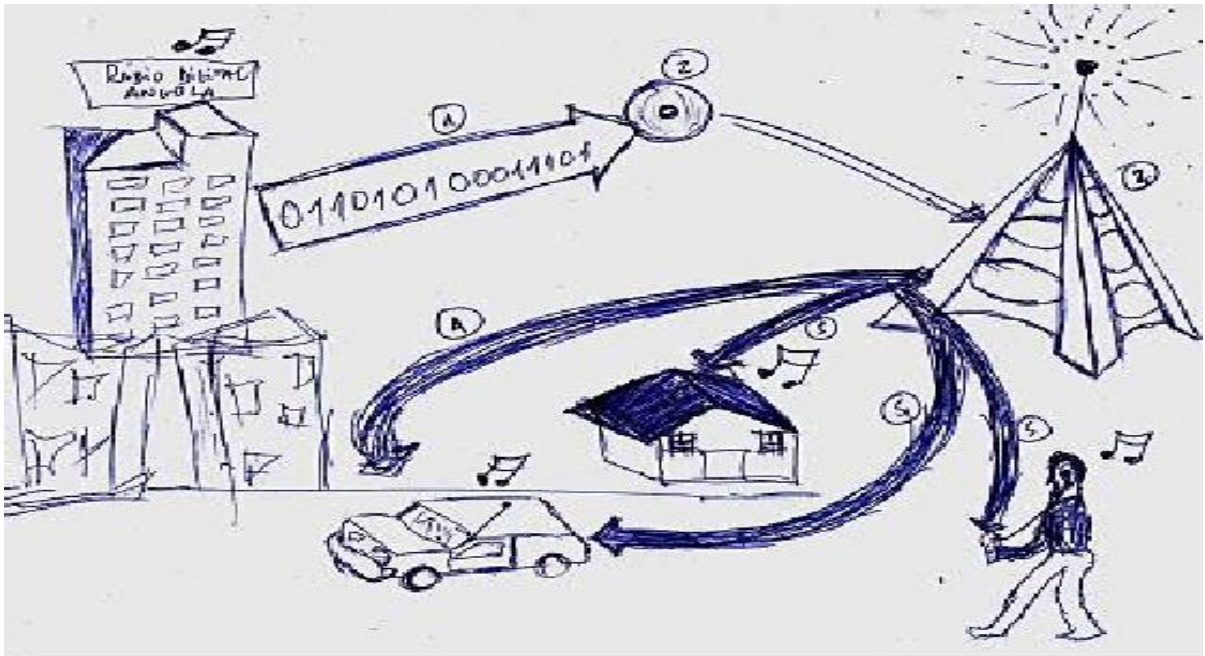


Figura 3: Funcionamento de uma Rádio Digital

- (1) Emissoras de rádio produzem sinais analógicos e digitais para veiculação (comandos de texto, como identificação dos artistas, informações meteorológicas e de trânsito, entre outras).
- (2) Os sinais digitais (sequências de bits 0 e 1) são comprimidos por meio de softwares de compressão de informações.
- (3) Um sinal combinado analógico e digital é transmitido.
- (4) As formas mais comuns de interferências, como as distorções por reflexão dos sinais em obstáculos, e que chegam aos receptores com pequenas diferenças de tempo em relação ao sinal principal, são muito reduzidas nos receptores digitais, porque estes são projetados para desconsiderar os sinais refletidos.
- (5) O sinal chega aos receptores, que decodificam a informação digital e promovem a decompressão dos sons e das informações de texto e de imagens associadas.

A principal mudança que esta nova tecnologia trará é na qualidade do som que será transmitido. O digital permitirá que o som seja ouvido de forma mais „limpa“, com menos ruídos, como explica BARBOSA (2006):

A vantagem desse sistema é que os ouvintes poderão ouvir rádios FM com qualidade de CD e rádios AM, com qualidade de FM. Não haverá as interferências tão comuns nas rádios analógicas. (BARBOSA, 2006, p.48)

A qualidade do som transmitido é a principal, mas não a mais revolucionária transformação trazida pelo Rádio Digital. Relacionar-se com o rádio não será apenas uma prática auditiva, mas será também visual, como acrescenta BARBOSA (2006):

[...] os aparelhos vão receber textos e imagens. Assim, o ouvinte também pode ler informações complementares às notícias transmitidas pela emissora - cotações, previsão do tempo, notícias de trânsito etc. - bem como detalhes da programação musical - autor, título da música. Futuramente, aparelhos digitais mais modernos transmitirão vídeos. O rádio digital também permitirá a transmissão de até três programas simultâneos, na mesma frequência, para públicos diferentes. Os melhores modelos têm recursos como a gravação de músicas com registro de informações como autor e intérprete e a possibilidade de "voltar" para o começo de um programa que se pegou no meio. (BARBOSA, 2006, p.49)

Para iniciar as experiências com transmissões digitais, o Brasil escolheu o padrão de rádio digital americano Iboc (In Band OnChannel), sistema este que foi aprovado nos Estados Unidos em 2002 pelo FCC (Federal Communications Commission), órgão regulador da radiodifusão no País. A escolha se deu pela característica deste sistema de permitir a transmissão simultânea da programação em analógico e digital. Para que, assim, as pessoas que não possuem condições para adquirir os aparelhos digitais, não percam as transmissões de rádio.

Para além das discussões técnicas pertencentes a essa modificação (analógico para o digital), é pertinente, ainda, avaliar as mudanças no processo de produção de conteúdo que também existirão e serão guiados pelas quatorze características citadas no início deste texto. A produção de conteúdo de forma ágil, criativa e diversificada já apresentada nos contextos atuais para o rádio analógico, deve ser acentuada quando se trata do Rádio Digital, além de existir a necessidade de criá-los para os diversos suportes que o Digital alcançará.

Desta forma, como todos os suportes comunicacionais, o Rádio Digital apresenta vantagens e desvantagens. De acordo com o pesquisador A.Will Bento Tonet, as vantagens envolvem a melhor qualidade do áudio, a ampliação de opções de acesso à informação (inserção de textos e imagens), economia de potência na transmissão, *multicasting* (transmissão de diversas programações simultaneamente), convergência, interatividade e demais vantagens secundárias. Esta nova tecnologia não é composta apenas por vantagens, alguns desafios também são propostos por A.Will Bento Tonet. Entre eles, podemos citar a necessidade de uma nova legislação; a adoção de um padrão de transmissão digital;

capacitação técnica e comportamental dos profissionais e do público; acesso a aparelhos receptores adequados; e tendo como maior obstáculo, a popularização desta nova tecnologia.

Diante das vantagens e desvantagens do Rádio Digital, entende-se que é preciso que haja mais avanços e experiências para que esta tecnologia seja implantada com êxito no Brasil, otimizando e melhorando os processos de produção dos profissionais do Rádio, como também oferecendo aos fiéis ouvintes do rádio um meio que proporcione informação e entretenimento de maneira moderna e adequada às novas demandas da sociedade no último século.

Entretanto, existem ainda questões de ordem política e comercial que se apresentam como forte entrave para a efetiva utilização do sinal de Rádio Digital no Brasil. O dilema está na maneira como o rádio comercial foi desenvolvido no país ao longo de sua história: as rádios comerciais pelas ondas hertzianas funcionam por meio de concessões, geralmente concedida por políticos. Assim, com a chegada do Digital, esse negócio terá que ser remodelado, e talvez por isso, o sinal Digital ainda não vigore. DEL BIANCO (2003) inicia a discussão desta hipótese:

A escolha, provavelmente, não será balizada unicamente por critérios técnicos. Levará em conta a tradicional posição conservadora dos radiodifusores brasileiros em relação às inovações tecnológicas, com forte tendência à preservação dos negócios e da marca, os condicionantes da indústria de radiodifusão para investir na produção de equipamentos a preços acessíveis e a capacidade do público de adaptar-se às mudanças, aceitando trocar seus aparelhos para receber som de melhor qualidade. (DEL BIANCO, 2003, p. 5)

Após apresentarmos alguns aspectos sobre o almejado Rádio Digital, partimos agora para um detalhamento, sobre o novo rádio que já está sendo praticado no Brasil, o Webrádio, produto que une um recente suporte, a Internet, e um dos mais tradicionais meios de comunicação, o Rádio.

#### ***2.4 A Webrádio no Brasil: práticas e avanços***

Desde 1990, a internet vem conquistando o seu espaço no cenário nacional, modificando os processos comunicacionais e alterando o modo como a recepção é realizada. E com o rádio não foi diferente. A partir desta década, multiplicaram-se no País os sites das emissoras de rádio pelas ondas *hertzianas* e começaram a surgir diversas *webrádios* (as rádios virtuais). *Webrádio* é o serviço de transmissão de áudio via Internet através da

tecnologia *streaming* gerando áudio em tempo real, podendo transmitir programação ao vivo ou gravada.

Segundo PALÁCIOS (2002), a *Web* apresenta algumas características basilares, sendo estas:

- **Multimedialidade ou convergência \_ a hipertextualidade:** união de todos os meios de comunicação em um único, a internet;
- **Customização ou personalização do conteúdo:** o conteúdo da internet é determinado pelo interesse de nichos específicos de receptores;
- **Capacidade de armazenamento ou de memória:** a internet possibilita o armazenamento de memória muito maior que os dispositivos analógicos;
- **Interatividade:** troca e compartilhamento de informações.

Como todo novo suporte comunicacional que surge, a internet, inicialmente provocou certo receio aos meios de comunicação tradicionais. Entretanto, mesmo que a digitalização transforme significativamente o rádio, ele continuará a ser um veículo predominantemente sonoro, portanto, o seu fim não está próximo.

Dois aspectos podem ser analisados quando se trata da relação entre o rádio e a internet: ação complementar e ação concorrente. A primeira permite ao rádio o acesso a uma plataforma multimídia que complementar o seu conteúdo radiofônico. A segunda suscita uma concorrência entre as duas esferas, pois surgem rádios essencialmente virtuais, ou seja, que nasceram na internet e para ela são produzidos.

A realidade das rádios virtuais se configura de maneira diferente e de certa forma mais facilitada que a das rádios convencionais. As rádios virtuais não dependem de autorização ou concessão oficial, precisam de poucos recursos de custeio e se beneficiam da cultura criativa e colaborativa dos internautas, facilitada pelas ferramentas de interatividade.

A grande vantagem que o rádio na internet apresenta em detrimento do rádio convencional, é a possibilidade de transmitir conteúdo simultâneo ou por demanda, ou seja, o ouvinte/internauta pode acessar qualquer conteúdo a qualquer momento, mesmo que ele já tenha sido veiculado ao vivo. Além de outros benefícios como a substituição do sistema de ondas hertzianas, a webrádio viabiliza ainda a transmissão via celular e o conteúdo pode ser ouvido a qualquer momento.

A *web* permite ainda a construção da imagem das emissoras radiofônicas. Um site bem produzido oferece aos ouvintes a possibilidade de conhecer detalhadamente uma equipe, os produtores e apresentadores de um programa, dando cara aos que, para os ouvintes, antes só



tinham voz. É possível também introduzir informações sobre como anunciar, quem procurar, como entrar em contato e até mesmo quais os preços de cada horário.

As tecnologias decorrentes da Internet podem ser usadas em favor da radiofonia. Uma delas é o RSS (*Rich Site Summary*) que possibilita ao ouvinte receber informações dos portais, blogs, e como no caso aqui estudado, dos sites das emissoras de rádio, sem precisar visitá-los um a um. Outra alternativa bastante válida nesse contexto é o *podcast*, tecnologia específica para mídias digitais (áudio, vídeo, fotos, etc.). Sem esquecer a tecnologia WAP, protocolo para utilização de aplicativos na internet sem fio.

A primeira experiência pode ser vista em Março de 1993, quando Carl Malmud, que liderava a *Columbus Internet Engineering Talk Force* criou, de maneira simplificada através de *podcasting*, um talk show semanal chamado *Internet Talk Rádio*. Em escala mundial, a primeira emissora comercial a transmitir ao vivo e de forma contínua pela Internet foi a rádio KLIF de Dallas, Texas (EUA), em setembro de 1995. No Brasil, a evento ocorreu um ano mais tarde, em 1996, quando a rádio Itatiaia de Minas Gerais começou a realizar o mesmo serviço.

Estas foram as primeiras tentativas para que chegássemos a prática da *webrádio* atual. Para tanto, é necessário, primeiramente, a digitalização da fonte sonora, caso ela seja analógica, depois uma compressão do sinal digital, utilizando um software específico, de forma a transformá-lo no formato de streaming (forma de distribuir informação multimídia numa rede através de pacotes, geralmente por intermédio da Internet) pretendido e por último, a disponibilização deste ficheiro num servidor web, assim, tem-se uma transmissão radiofônica via Internet, uma Webrádio.

Para se fazer rádio na Internet é indispensável a utilização de softwares, que ao longo dos anos foram sendo aperfeiçoados, como o Real Audio Player que facilitou a sintonia de sinais sonoros em tempo real. Diferente do rádio pelas ondas hertzianas, a Webrádio não demanda de grandes aparelhos para operar, sendo a peça principal os computadores e algumas tecnologias digitais, como o Cd e o DVD (também utilizados pelo rádio tradicional), e algumas adaptações nos formatos de áudio.

Para efetivar a transmissão online é necessário um servidor de streaming, software que permite que os dados digitais sejam acessados na Internet e tocados assim que os dados chegarem ao receptor. E um servidor Web para arquivar e disponibilizar o *website* que suportará as informações veiculadas pela rádio, aumentando assim, a possibilidade de opções para transmitir as informações. Com o site é possível utilizar-se não só de áudio, mas também de texto e imagem, alcançando-se assim, a convergência midiática, que integra e

interliga os conceitos de mídias convencionais, tornando mais complexo e completo o processo comunicacional, como explica CORDEIRO (2004): Na Internet, o rádio reúne música, informação e publicidade, ao mesmo tempo em que transmite outros componentes tais como animação, imagem (em movimento ou estática). (CORDEIRO, 2004, p.4)

O número de rádios que possuem serviço online disponível na Internet vem crescendo, sendo que grande parte ainda faz uso do rádio off, ou seja, possuem apenas páginas institucionais no ambiente virtual. Muitos sites de rádios tradicionais exercem essa função institucional, pois traz somente informações sobre a história da rádio e os seus profissionais, sem realizar uma transmissão contínua e ao vivo.



Figura 4: Tempo total de permanência dos brasileiros na internet e nas mídias sociais. Fonte: comScore

Esta nova configuração radiofônica se estabelece como um espaço de liberdade de expressão e de conteúdo, pois não possuem as amarras que encontramos no rádio tradicional. Hoje, qualquer ouvinte pode realizar um serviço de rádio, basta possuir os equipamentos e softwares que detalhamos acima. Desfez-se, então, a estrutura que se tinha no rádio convencional. Porém, apesar do crescente número de usuários, da permanência cada vez maior dos indivíduos na rede e da potencialização de distribuição de conteúdos e atração de ouvintes/usuários oriunda das mídias sociais (ver Figura 4), a webrádio assim como todos os empreendimentos que se fazem na esfera virtual ainda encontra o obstáculo de se manter financeiramente de forma lucrativa.

Como se percebe, a tecnologia, em especial, a Internet, deve ser encarada como auxílio a um dos mais antigos meios de comunicação, permitindo a ele alcançar os novos públicos e ampliar suas ferramentas de interatividade e de geração de conteúdo, prolongando assim, sua vida dentro dos meios de comunicação de massa.

Na Paraíba, as rádios já começam transmissões de áudio via Internet como pôde ser visto no Capítulo I deste estudo. A maior concentração está na Capital do Estado, João Pessoa, mas muitas cidades do interior já sinalizam a preocupação de estarem presentes na internet. No terceiro capítulo deste trabalho desenvolvemos um estudo de caso de uma destas rádios, a Campina FM.

### **3. Estudo de Caso da Rádio Campina FM**

#### ***3.1 O Rádio em Campina Grande: perspectivas históricas***

A história do rádio na cidade de Campina Grande tem início em meados de 1930, com os trabalhos dos radioamadores, serviço que existe até os dias atuais e que começou relatando os fatos acerca da Segunda Guerra Mundial. Apesar da repercussão diminuta, os radioamadores ainda dão continuidade ao seu trabalho na cidade, como destaca FREITAS (2006, p. 125): “Convém ressaltar que esse tipo de transmissão continua a funcionar na cidade ainda nos dias atuais através do Clube de Radioamadores que fica localizado na Rua Getúlio Vargas.”

Os primeiros relatos do início do rádio semelhante ao que concebemos atualmente ocorreram em 1936 quando o gaúcho Jovelio Farias instalou um alto falante na Rua Marques do Herval. Quatro anos depois, em 1940, o cearense José Jataí montou a difusora A Voz de Campina Grande. A difusora foi excessivamente utilizada no movimento político da época como microfone para os candidatos e políticos proferirem seus discursos.

Ao logo de alguns anos, a difusora foi próspera e atuante até que em 13 de maio de 1948 foi criada a primeira rádio da cidade, a Rádio Cariri. A emissora tinha como proprietário o político Eпитacinho Pessoa e permanece ativa até os dias atuais, hoje denominada Nova Cariri. Após a instalação desta primeira emissora, já nos anos 50, duas novas rádios foram criadas, a Borborema e a Caturité.

Nos anos 60, a rádio Cariri que depois das mãos de Eпитacinho Pessoa já havia passado por Severino Cabral, agora pertencia ao Diário dos Associados, assim como a Rádio Borborema, que a partir de 20 de agosto de 2008 mudou seu nome para Rádio Clube AM. Ainda nos anos 80, a rádio Cariri começou a ser chamada de Rádio Sociedade, pois pela legislação, um único grupo não podia possuir duas emissoras de rádio (no caso, a então Rádio Borborema e a Rádio Cariri).

No início de suas atividades, a programação dessas rádios era quase que exclusivamente musical, mas paulatinamente foram inseridos programas de auditório e as famosas radionovelas. Nesse período, o rádio não era apenas um aparelho pelo qual as pessoas podiam escutar informações e músicas, mas era também um espaço de lazer e entretenimento. O auditório da Rádio Borborema, por muitos anos, foi opção de lazer para os campinenses. No palco do auditório passaram grandes artistas locais que posteriormente

tiveram sucesso nacional, assim como também inúmeros artistas de outros estados que iniciaram suas carreiras no auditório da Rádio Borborema.

Uma das rádios comerciais, a Rádio Cariri AM conta um pouco de sua história, em seu slogan *A primeira em Campina*. Foi em 13 de maio de 1948 que José Jataí, Hilton Motta, Gil Gonçalves e mais alguns radialista da época se reuniram no bairro de Bodocongó para iniciar as transmissões da emissora. Depois de passar por algumas dificuldades financeiras, a rádio teve que ser fechada e posteriormente vendida ao senador Eptácio Pessoa Cavalcanti. Depois de fechar suas portas pela segunda vez, em 1959 a emissora foi comprada por Severino Cabral, mas não chegou a funcionar. No dia 7 de maio de 1982, a Rádio Cariri mudou seu nome para “Rádio Sociedade”. Finalmente, em 1996, voltou a ser Cariri e em 1999, foi arrendada a Igreja Universal do Reino de Deus. Em 2008, Enivaldo Ribeiro assumiu o controle da Rádio que reabriu e funciona até a data atual. Pode ser ouvida através do endereço: [radiocariri.com/](http://radiocariri.com/).

Outra emissora comercial AM tem suas origens na Rádio Borborema, uma das mais marcantes da história campinense. A Rádio Clube AM Campina Grande (também conhecida como Clube AM ou Super Rádio Clube) pertence ao grupo Diários Associados. Entrou no ar em 8 de dezembro de 1949, sendo a segunda rádio mais antiga da cidade com o nome de Rádio Borborema AM, e a partir de 20 de agosto de 2008, passou a se chamar Rádio Clube AM Campina Grande. A Emissora integra a Rede Clube Brasil e opera em 1350 KHz.

Sobre as rádios que operam em Amplitude Modulada (AM), Campina Grande abriga ainda a Rádio Caturité. A mais recente das rádios AM de Campina Grande foi fundada no dia 07 de abril de 1951. Seus primeiros estúdios estavam localizados a Rua Maciel Pinheiro, depois foram instalados na Peregrino de Carvalho, até chegar a Rua João Pessoa, 313, no centro da cidade onde permanecem até os dias atuais. Mesmo não se caracterizando como uma emissora religiosa, desde os anos 50 a Rádio pertence à Diocese de Campina Grande. Recentemente, a Rádio passou a cobrir uma área de 80% dos Municípios Paraibanos, chegando inclusive, a atingir outros Estados, como Pernambuco, Rio Grande do Norte, Ceará e Bahia. Ela também pode ser ouvida pela internet, através do site: [www.radiocaturite.com.br/](http://www.radiocaturite.com.br/).

Em 1978 foi fundada a primeira emissora FM da Paraíba e a segunda no Nordeste, a Campina FM. A emissora está localizada na rua 15 de novembro no bairro da Palmeira e funciona com o prefixo 93,1. Os ouvintes podem ouvi-la também através do site: [www.campinafm.com.br](http://www.campinafm.com.br). E será esta, o foco do estudo de caso que será apresentado no último tópico deste capítulo.

Em 06 de junho de 1983, foi inaugurada a rádio Correio FM de Campina Grande que faz parte do Sistema Correio de comunicação. Com o prefixo 98,1, a emissora foi a segunda FM da cidade. Desde o seu surgimento a rádio passou por três fases distintas: o início pop/rock, de 1983 a 1991, com sua programação voltada ao modelo norte americano, com muita música pop/Rock e alguma MPB; a fase muito popular, de 1991 a 1998, na qual toda a programação foi trocada por músicas de segmentos populares, como o axé, a lambada, o brega e o sertanejo; e a terceira fase, a partir de 1998, com programas de pop, rock e dance. Com sede localizada no Centro da cidade, disponibiliza também o áudio via internet através do site: [www.correiosat.com.br](http://www.correiosat.com.br).

Já a rádio Panorâmica FM, com prefixo 97,3 iniciou suas transmissões em junho de 1995, mas sua fundação ocorreu em 08 de agosto de 1991. Hoje a emissora abrange 150 municípios nos estados da Paraíba, Rio Grande do Norte e Pernambuco. De estilo popular, o slogan *A Rádio que todo mundo ouve!* transmite o espírito da rádio. A rádio mantém um site [www.panoramicafm.com.br](http://www.panoramicafm.com.br), no qual ouvinte/usuário tem acesso à programação, promoções, fotos.

Além das rádios comerciais, em Campina Grande pode-se encontrar quatro rádios comunitárias, a saber: Ariús FM, Galante FM, Lagar FM e Shalom FM.. A Rádio Comunitária Ariús FM situa-se na frequência 87.9 Mhz e está localizada na Av.Elpidio de Almeida, número 1821 no bairro do Catolé. O diretor é o professor do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, Massilon Gonzaga. O site da rádio já existe e pode ser acessado pelo [www.ariusfm.com.br](http://www.ariusfm.com.br), mas atualmente encontra-se em fase de desenvolvimento.

A Rádio Lagar FM, *A Rádio da Família Feliz*, fica localizada no bairro das Malvinas, o mais populoso de Campina Grande, e por isso consegue através de suas ondas sonoras alcançar várias comunidades, como Dinamérica, Novo Cruzeiro, Conj. Mariz, Conj. Humberto Lucena, Cinza, Conj. Rocha Cavalcanti, conj. Santa Mônica, Conj. Raimundo Asfora, Conj. Santa Bárbara, Conj. Grande Campina, Conj. Alto das Malvinas e vários outros bairros adjacentes.

A rádio comunitária Shalom FM, a mais nova rádio da cidade de Campina Grande, está localizada no bairro do Jeremias e apresenta uma programação com 80% de músicas gospel e 20% de músicas variadas. Apesar de ser recente, a rádio já utiliza a internet com o endereço: [radioshallonfm.com.br](http://radioshallonfm.com.br).

A quarta rádio comunitária está localizada no Distrito de Galante, é a Galante FM com prefixo 87,9. Possui o blog [galantefm.blogspot.com.br/](http://galantefm.blogspot.com.br/) com áudio e informações sobre a rádio.

Com esta longa história, iniciada na década de 40, o rádio ainda exerce grande influência no dia-a-dia comunicacional da população campinense. Muitos ainda pautam suas agendas de diálogos baseados nas informações veiculadas pelas emissoras locais e fazem dos programas matutinos seus companheiros no caminho para o trabalho ou para a universidade. Ou ainda se entretêm com as programações musicais vespertinas e/ou noturnas. Atualmente a cidade conta com 10 emissoras de rádio, sendo 6 comerciais e 4 comunitárias. Conhecida todas as rádio de Campina Grande, partimos agora para um mapeamento das webrádios da cidade.

### ***3.2 Webrádios em Campina Grande: um mapeamento***

Já apresentamos no Capítulo I as rádios que disponibilizam áudio pela internet, totalizando cinco (5) emissoras comerciais, as quais citamos no texto anterior. Agora, neste tópico tentaremos realizar um mapeamento das webrádios que são produzidas na cidade. As webrádios (aquelas que existem exclusivamente na internet) ainda tem pouco espaço na cidade, mas algumas iniciativas já podem ser encontradas. Pode-se a partir desta catalogação observar que as rádios comerciais da cidade estão ausentes desta modalidade.

Iremos neste momento observar como está o desenvolvimento deste tipo de produção na cidade de Campina Grande. Se existe e se é efetivamente desenvolvido. Até a data desta pesquisa, foram catalogados doze trabalhos que se enquadram na categoria de Webrádios e que são produzidas na cidade de Campina Grande. Abaixo segue uma tabela com as referidas Webrádios e seus endereços:

<b>Webrádio</b>	<b>Endereço</b>
<b>Rádio Mizera Sonora</b>	<a href="http://webradiomizerasonora.blogspot.com.br/">http://webradiomizerasonora.blogspot.com.br/</a>
<b>Rádio Vinyl Zipado</b>	<a href="http://radiovinylzipado.blogspot.com.br/">http://radiovinylzipado.blogspot.com.br/</a>
<b>Estação Paraíba Webrádio</b>	<a href="http://EstacaoParaiba.com">http://EstacaoParaiba.com</a>
<b>Sintoniza Campina</b>	<a href="http://www.sintonizacampina.com.br">www.sintonizacampina.com.br</a>
<b>Virtual Webrádio</b>	<a href="http://www.radiovirtualhd.com/">http://www.radiovirtualhd.com/</a>
<b>Webrádio da Uepb</b>	<a href="http://radio.uepb.edu.br/">http://radio.uepb.edu.br/</a>
<b>Webrádio da Ufcg</b>	<a href="http://artemidia.ufcg.edu.br/radio.html">http://artemidia.ufcg.edu.br/radio.html</a>
<b>Colibi FM</b>	<a href="http://colibrifm.com.br/">http://colibrifm.com.br/</a>
<b>Garotos de Programa</b>	<a href="http://www.radiogarotosdeprograma.blogspot.com.br/">http://www.radiogarotosdeprograma.blogspot.com.br/</a>
<b>Portal Papo Jovem</b>	<a href="http://portalpapo jovem.net/">http://portalpapo jovem.net/</a>

**Future the Gothicstation  
Taligado**

<http://future.listen2myradio.com/>  
<http://future.listen2myradio.com/>

O recente movimento de criação de webrádios na cidade se dá através de diversos gêneros. Os primeiros trabalhos tiveram início a partir da primeira década do Século XXI e vem se intensificando e se desenvolvendo no decorrer dos anos. Parte das rádios é de iniciativa de grupos que participam de alguns nichos do mercado que não tem visibilidade nas mídias tradicionais, como é o caso das Webrádios: Rádio Mizera Sonora, Rádio Vinyl Zipado e a Future The GothicStation.

Essas Webrádios funcionam em sua maioria hospedadas em blogs<sup>9</sup>, como é o caso das duas primeiras. São eminentemente musicais, dedicam os espaços da rádio para o rock, o heavy metal, a música gótica, e as produções de bandas e artistas independentes que não estão no *mainstream*<sup>10</sup> local. As músicas veiculadas fazem parte uma *playlist*<sup>11</sup> produzida pelos administradores/locutores das Webrádios construídas de acordo com as suas afinidades pessoais, bem como também para ocupar um espaço que as mídias tradicionais deixam vazio. São músicas que não são populares, que não fazem parte do gosto da massa, mas que têm um público específico. Essa preocupação em trazer para os ouvintes/usuários algo novo, diferente pode ser entendida desde o slogan de uma das Webrádios, a Mizera Sonora que se intitula como *a rádio mais insana da net*. Já a Vinyl Zipado, como o próprio título já indica, tem a proposta de levar ao usuário/ouvinte músicas do cenário musical internacional e nacional de décadas anteriores, principalmente MPB, Pop Rock, Blues, Ska, Brega. As músicas são intercaladas com comentários dos locutores, em sua maioria jovens, a respeito dos artistas, músicas e épocas vividas pela música brasileira e internacional e que já não estão mais na lista de reprodução das rádios, ou nas pautas das TV's.

Saindo do estilo ousado e independente das Webrádios já citadas, a Estação Paraíba Webrádio também é musical, mas trabalha com as canções que já fazem parte do gosto popular, tendo como slogan um já conhecido jargão do rádio: *A Estação de Músicas da PB que tocam no Seu Coração*. Porém no período pesquisado, não foi possível acessar a rádio, pois o link que é disponibilizado não é encontrado pelo navegador.

A Sintoniza Campina também mantém a mesma linha, com canções do Forró local e Pop Rock. Embora tenha 1 ano e 2 meses de existência também não foi possível localizá-la, assim como ocorreu com a Estação Paraíba e a Garotos de Programa.

<sup>9</sup>Blogs são páginas interativas na Internet que permitem publicações em forma de texto, imagem, áudio e vídeo, em ordem cronológica.

<sup>10</sup>Termo em inglês que significa o gosto da maioria.

<sup>11</sup>Usualmente é sinônimo de lista de músicas.



Apesar de completar apenas 1 ano de existência em novembro deste ano, a Webrádio Tá Ligado é uma das mais estruturadas. A rádio reproduz as músicas de Forró Eletrônico das bandas locais e nacionais, intercalando com contribuições do locutor do dia que interage com os ouvintes através das redes sociais, mandando os “alôs” já corriqueiros quando se trata de rádio. O site funciona como um portal de divulgação dos próprios programas apresentados ao vivo, além de ter uma galeria de fotos e vídeos com as coberturas realizadas pela equipe do site, e notícias sobre os principais eventos e festa da cidade que representam o estilo musical da Webrádio. A equipe é formada por um Administrador Geral, um Design Gráfico e um Técnico de Transmissão.

Já a Virtual Webrádio Campina Grande faz parte do Sistema Virtual de Comunicação e assim como as demais transmite programas musicais, mas atualmente está em manutenção e o link não reproduz a transmissão.

Com uma proposta mais ampla, encontramos duas iniciativas das Universidades Públicas da cidade, a Webrádio da UEPB e a da UFCG, produzida pela Unidade Acadêmica de Arte e Mídia. Diferente das propostas citadas até o momento a Rádio UEPB oferece, além de uma programação musical, uma grade jornalísticas com as principais notícias locais, nacionais, internacionais, e informes institucionais, disponíveis 24 horas. Para ilustrar o trabalho dessa Rádio, podemos citar o programa Infocom, produzido por estudantes de Comunicação da Universidade e supervisionado pela Professora Maria Goretti Sampaio de Freitas. O Programa é produzido em forma de Rádio-revista e reúne notícias locais e nacionais, dicas culturais, entrevistas sobre temas variados e um perfil musical a cada edição sobre artistas paraibanos e nordestinos de destaque. Já a da UFCG é uma transmissão experimental da unidade acadêmica de Arte e Mídia, a qual não conseguimos acessar até o fim desta pesquisa.

A Webrádio Papo Jovem segue a mesma linha das rádios comerciais locais, portanto transmite as músicas que fazem parte do atual gosto popular, como as do Sertanejo Universitário, as do Forró Eletrônico, entre outros e com programas voltados basicamente para o público jovem. Atualmente está sendo preparado um novo site.

Por fim, a recente Colibri FM, é um esforço individual do idealizador e administrador da rádio em divulgar a MPB e os artistas locais. Transmite uma *playlist* pré-selecionada e não tem intervenção de locutores. Além da transmissão das músicas o site possui também espaço para fotos, vídeos e recados.

Como estão ambientadas na Internet, e um dos principais destaques da Web nos últimos anos são as redes sociais, as Webrádios locais também estão presentes nessas novas plataformas de comunicação. Analisamos, dentre as webrádios catalogadas, como se apresenta o nível de participação e presença nas redes sociais. Observamos a partir das duas plataformas mais populares desta época, o Facebook e o Twitter. Com relação ao Facebook, das 12 Webrádios apenas 3 não estão presentes nesta rede. Dentro dessa rede social, existem duas possibilidades principais, as *FanPages*<sup>12</sup> e os Perfis<sup>13</sup>, além dos Grupos.

Quantitativamente, 3 possuem *FanPages*, 5 possuem Perfis e 2 possuem Grupos, sendo que a Papo Jovem possuem as duas possibilidades. Com relação ao *Twitter*, 6 webrádios estão presentes no microblog.

Entretanto, apesar de estarem presentes nas redes, a maioria não utiliza esta presença de forma potencialmente adequada. Muitas páginas e perfis estão desatualizados e não apresentam informações básicas sobre as emissoras, como o endereço do seu site. E quando se trata de interação com o ouvinte a situação é ainda mais preocupante, pois como foi analisado, essas redes não funcionam como canais de ligação entre a Webrádio e os usuários/ouvintes, embora seja este o objetivo maior de sua existência.

São plausíveis as iniciativas da cidade para que o rádio se adapte às novas configurações trazidas pela Internet, principalmente por meio da criação de Webrádios. Porém, alguns aspectos precisam ser revistos por parte daqueles que as produzem, pois ao longo da pesquisa foram encontradas algumas dificuldades como links não disponíveis, sites em manutenção, programações e redes sociais desatualizadas entre outras que não cabem nesta discussão.

Partiremos agora para o foco deste estudo. Analisaremos como uma das mais antigas rádios comerciais de Campina Grande, Campina FM, se comportou diante das novas configurações trazidas pelo ambiente Web, e quais as mudanças que isso trouxe nas rotinas de produção e na relação com os ouvintes.

Apesar de não ser caracterizada como uma Webrádio, a emissora é a que representa de forma mais completa este processo de reconfiguração sofrido pelo Rádio em Campina Grande.

---

<sup>12</sup>FanPages ou páginas de fãs são espaços destinados às empresas, organizações, celebridades e bandas para transmitir informações ao público que a seguir.

<sup>13</sup>Os perfis contêm espaços para fotos, vídeos, lista de interesses pessoais, troca de mensagens privadas e públicas.

### **3.3 A Rádio Campina FM: do analógico à web**

#### ***3.3.1 A Campina FM no ambiente Web***

Apesar dos seus 34 anos de história, nos últimos anos, principalmente a partir de 2009, a Rádio Campina FM começou a compreender que a produção e a recepção no meio radiofônico estavam sofrendo transformações. Foi a partir desta percepção que começaram a ser pensadas estratégias de renovação.

Para dar início à nova fase da emissora, os primeiros passos foram criar sistemas estratégicos para alcançar novos objetivos. Desde o seu surgimento, a rádio tinha um público-alvo e uma direção na produção de conteúdo que era voltada para o atendimento das classes mais altas e de faixa etária mais elevada da cidade, com a apresentação de conteúdos condizentes com essa parcela da população.

Assim, a Rádio procurou se tornar mais jovem para atender aos novos públicos que estavam surgindo. Atualmente, o seu público-alvo são pessoas de 15 a 35 anos das classes A, B e C. De acordo com o Gerente de Programação e de Produção, Alan Ferreira, a programação é produzida para satisfazer o gosto popular jovem, principalmente na esfera musical.

Desta forma, a programação é pensada com base nas informações repassadas pelo público à emissora e norteadas pela experiência dos profissionais que fazem parte da equipe. “Antigamente, o rádio era ativo, enquanto os ouvintes eram passivos. Hoje acontece totalmente o contrário”, destaca Alan Ferreira em entrevista realizada em 10 de outubro deste ano.

Além desta reformulação nos objetivos e na programação da emissora, a estrutura física passou por uma modernização, na qual os aparelhos utilizados na produção e transmissão dos programas foram substituídos. Acompanhando estas reconfigurações, o layout dos studios de gravação foi reorganizado.

Segundo o Gerente de Programação, hoje a rádio, apesar de ser precursora, consegue ser uma rádio jovem, que atende às demandas da sociedade campinense através da sua programação que é composta, basicamente, por programas jornalísticos e musicais. Embora haja produções na área jornalística, a programação da emissora gira em torno dos programas musicais, sendo estes o gerador de maior audiência e os mais expressivos canais de interação com o ouvinte, como podemos observar na grade que segue.

<b>DIA</b>	<b>HORA</b>	<b>PROGRAMA</b>
<b>SEGUNDA</b>	04h às 06h 06h às 08h 08h às 09h 09h às 12h 12h às 13h 13h às 14h 14h às 17h 17h às 18h 18h às 19h 19h às 20h a partir das 20h 00h 00:05h às 01h 01h às 04h	<b>Desperta campina</b> <b>Jornal integração</b> <b>A música do ouvinte</b> <b>Alegria geral</b> <b>Campina grande notícia</b> <b>Fala paraíba</b> <b>Making mix</b> <b>A música do ouvinte</b> <b>O fino da mpb</b> <b>A voz do brasil</b> <b>93 by night</b> <b>Jazz masters</b> <b>Roteiro classe a</b> <b>Madrugada alegre</b>
<b>TERÇA</b>	04h às 06h 06h às 08h 08h às 09h 09h às 12h 12h às 13h 13h às 14h 14h às 17h 17h às 18h 18h às 19h 19h às 20h a partir das 20h 22h às 23h 00h 00:05h às 01h 01h às 04h	<b>Desperta campina</b> <b>Jornal integração</b> <b>A música do ouvinte</b> <b>Alegria geral</b> <b>Campina grande notícia</b> <b>Fala paraíba</b> <b>Making mix</b> <b>A música do ouvinte</b> <b>O fino da mpb</b> <b>A voz do brasil</b> <b>93 by night</b> <b>Voltaí a mim</b> <b>Jazz masters</b> <b>Roteiro classe a</b> <b>Madrugada alegre</b>
<b>QUARTA</b>	04h às 06h 06h às 08h 08h às 09h 09h às 12h 12h às 13h 13h às 14h 14h às 17h 17h às 18h 18h às 19h 19h às 20h	<b>Desperta campina</b> <b>Jornal integração</b> <b>A música do ouvinte</b> <b>Alegria geral</b> <b>Campina grande notícia</b> <b>Fala paraíba</b> <b>Making mix</b> <b>A música do ouvinte</b> <b>O fino da mpb</b> <b>A voz do brasil</b> <b>93 by night</b>

	a partir das 20h 00h 00:05h às 01h 01h às 04h	<b>Jazzmasters</b> <b>Roteiro classe a</b> <b>Madrugada alegre</b>
<b>QUINTA</b>	04h às 06h 06h às 08h 08h às 09h 09h às 12h 12h às 13h 13h às 14h 14h às 17h 17h às 18h 18h às 19h 19h às 20h a partir das 20h 00h 00:05h às 01h 01h às 04h	<b>Desperta campina</b> <b>Jornal integração</b> <b>A música do ouvinte</b> <b>Alegria geral</b> <b>Campina grande notícia</b> <b>Fala paraíba</b> <b>Making mix</b> <b>A música do ouvinte</b> <b>O fino da mpb</b> <b>A voz do brasil</b> <b>93 by night</b> <b>Jazz masters</b> <b>Roteiro classe a</b> <b>Madrugada alegre</b>
<b>SEXTA</b>	04h às 06h 06h às 08h 08h às 09h 09h às 12h 12h às 13h 13h às 14h 14h às 17h 17h às 18h 18h às 19h 19h às 20h a partir das 20h 22h à 01h 00h 00:05h às 01h 01h às 04h	<b>Desperta campina</b> <b>Jornal integração</b> <b>A música do ouvinte</b> <b>Alegria geral</b> <b>Campina grande notícia</b> <b>Fala paraíba</b> <b>Making mix</b> <b>A música do ouvinte</b> <b>O fino da mpb</b> <b>A voz do brasil</b> <b>93 by night</b> <b>Via satélite</b> <b>Jazz masters</b> <b>Roteiro classe a</b> <b>Madrugada alegre</b>
<b>SÁBADO</b>	01h às 04h 04h às 06h 06h às 08h 08h às 13h 13h às 14h 14h às 15h 15h às 18h	<b>Madrugada alegre</b> <b>Desperta campina</b> <b>Debate integração</b> <b>Música pra pular</b> <b>brasileira</b> <b>As 12 mais da net</b> <b>Sábado especial</b> <b>Memories</b>

	18h às 19h 19h às 22h 22h à 01h	<b>Made in brasil</b> <b>Dancing night</b>
<b>DOMINGO</b>	01h às 05h 05h às 05:30h 05:30h às 06h 06h às 07h 07h às 08h 08h às 12h 12h às 13h 13h às 14h 14h às 17h 17h às 18h 18h às 20h 20h às 01h 01h às 04h	<b>Madrugada alegre</b> <b>1900 e antigamente</b> <b>Música divina música</b> <b>Caleidoscópio</b> <b>Clássicos eternos</b> <b>Pagode e cia.</b> <b>Campeões do ouvinte</b> <b>Pode cast + ação</b> <b>Top hits</b> <b>As 12 mais da net</b> <b>Arte e som</b> <b>Noite dos namorados</b> <b>Madrugada alegre</b>

*Grade de Programação da Rádio Campina FM disponível no site da emissora ([www.campinafm.com.br](http://www.campinafm.com.br))*

As primeiras mudanças, após a reformulação na programação e no público alvo, foram a informatização da redação e a inserção dos computadores nos estúdios, sendo este um processo gradual em todas as emissoras da cidade, acompanhando, assim, a nova fase pela qual passou e vem passando toda a sociedade.

Porém, a grande mudança ocorreu em 2002 quando foi criado o primeiro site da emissora. Nesta época, o objetivo era colocar o áudio na internet, ou seja, disponibilizar os programas no ambiente digital, através de um *Website*. Era até então apenas mais um canal para que o ouvinte pudesse ouvir os programas da emissora em outro suporte, contado também com textos de algumas notícias que eram veiculadas ao longo da programação. Após este primeiro site houve outros dois. Segundo o entrevistado, esses três sites foram oportunidades para que a emissora pudesse testar a eficiência de determinadas estratégias e tecnologias para que fosse possível chegar ao site que se tem atualmente.

O site da Campina FM, que pode ser visualizado através do endereço [www.campinafm.com.br](http://www.campinafm.com.br), é categorizado por Alan Ferreira como Portal (diferente do site por

conta do maior número de opções), pois além do áudio da programação semanal da rádio, internauta/ouvinte pode ter acesso a notícias, imagens e vídeos.

A *Homepage*<sup>14</sup> da emissora apresenta as seções, os *hotsites*<sup>15</sup>, as enquetes, link de transmissão ao vivo de áudio, links para notícias e vídeos, atualizações do Twitter da Rádio, links para os *podcasting*<sup>16</sup> dos programas especiais, mensagens dos ouvintes, além das imagens de publicidade.

Com relação às seções, o site é organizado em nove (9), a saber: Home, Institucional, Comercial, Programação, Promoções, Notícias, Flash Show, Antenados e Contato. Na primeira delas, a *Home*, visualiza-se todo o conteúdo disponibilizado pela emissora, desde as notícias do dia até as enquetes e os *hotsites*. Além de apresentar o link para que o usuário possa ouvir em tempo real a programação. Na Institucional pode-se conhecer a história da emissora, a equipe que a compõe e uma apresentação do departamento de Jornalismo, o endereço eletrônico e os números de telefones para contato. Já a Comercial é quase um novo site, onde o internauta pode ter acesso a inúmeras informações a respeito da abrangência, da audiência, das ações, da estrutura de transmissão e da programação da Emissora. Na seção Programação o ouvinte/usuário pode conferir a programação produzida, organizada pelos dias da semana, de Segunda a Sexta, e Sábado e Domingo. A Rádio realiza promoções diariamente que podem ser conhecidas na aba Promoções, bem como os ganhadores de cada dia. Em Notícias são publicadas as matérias transmitidas pelo rádio convencional, além daquelas produzidas apenas para o site que versam principalmente sobre os fatos que envolvem as celebridades nacionais e internacionais. Uma das inovações da Rádio é a produção de vídeos sobre as diversas ações da Emissora que são disponibilizados na Flash Show. Como forma de interagir com os ouvintes, existe ainda a Seção Antenados, onde os ouvintes enviam recados que podem ser lidos pelos demais ouvintes/usuários neste seção e também na Home. Por fim, em Contato os interessados podem enviar e-mails para a equipe da Rádio.

A Emissora utiliza *hotsites* para dar destaque no site a seis programas, sendo eles: Alegria Geral, Making Mix, By Night, Jornal Integração, Agenda Cultural e As 12 Mais. Nestas abas são publicadas as notícias que têm relação com a editoria de cada produção, e que são produzidas apenas para o site, como também as transmitidas ao longo da programação. O último programa citado, As 12 Mais é produzido com a *playlist* construída pelos internautas.

---

<sup>14</sup>Página de entrada ou página principal de um site, onde estão os links para as demais páginas do site.

<sup>15</sup>Pequenos sites planejados para apresentar e destacar uma ação ou determinada parte de um site.

<sup>16</sup>Forma de publicação de arquivos de mídia digital.

Neste link, os ouvintes/usuários podem votar nas canções que gostariam de ouvir no Programa e as mais votadas são veiculadas.

Outro instrumento utilizado pela Emissora que faz parte desse novo contexto tecnológico é o *Podcasting*. Atualmente, somente os programas Especiais são disponibilizados em *Podcast*, através dos quais o ouvinte pode ouvir os programas mesmo depois de já terem sido transmitidos. Os Especiais são: Rio 2016, Luiz Gonzaga 100 Anos, Podcast e Copa 2014.

Ainda podemos citar o Campina TV onde são armazenados os vídeos produzidos para o Programa exclusivo para a Internet, o Tirando Onda. E a possibilidade do ouvinte cadastrar seu e-mail e receber as publicações do site, através de RSS<sup>17</sup>.



Figura 5: Site da Rádio Campina Fm

### 3.3.2 As (novas) rotinas de produção

A influência das novas tecnologias surgidas nos últimos anos, baseadas eminentemente na primeira delas, a Internet, não determinou mudanças apenas de ordem técnica, mas também, e de maneira contundente, na forma de produzir dos meios de comunicação existentes. E, evidentemente, as rotinas de produção radiofônica foram modificadas.

<sup>17</sup> Subconjunto de "dialetos" XML que servem para agregar conteúdo ou "Web syndication", podendo ser acessado mediante programas ou sites agregadores. É usado principalmente em sites de notícias e blogs.



Em consonância com Alan Ferreira, essas novas ferramentas à disposição, a Internet e suas derivadas, impuseram um ritmo bastante acelerado às produções de Rádio. É o que ocorre com a Campina FM. A facilidade e a rapidez proporcionada pelas Novas TICS diminuíram o tempo necessário para a produção dos programas. Assim, os produtores têm mais tempo para realizar outras produções. De modo que, para o Gerente de Programação e Produção, as Novas TICS trouxeram a possibilidade de multiplicar a quantidade de trabalhos produzidos.

Além de agilizar o processo de produção, esse novo componente dos setores de Produção das rádios, a Internet, também possibilitou a inclusão do público neste processo. Ampliando as possibilidades de comunicação com a rádio, que antes eram restritas a cartas e telefones, agora, este contato pode ser efetivado através de correio eletrônico e redes sociais. É por meio desses canais de ligação com o ouvinte/usuário que o Departamento de Produção pode receber o feedback e pensar em programas que respondam de maneira satisfatória às necessidades deste público.

Apesar de ainda não existir uma programação produzida exclusivamente para a Internet, a emissora já demonstra uma preocupação em se adaptar ao formato Web. As notícias lidas durante a programação da emissora são revisadas e readequadas de acordo com as normas do Webjornalismo, para que, assim, possam ser publicadas no Portal.

Não se pode deixar de destacar que a gradativa digitalização das redações facilitou as coberturas jornalísticas, pois a Internet coloca à disposição dos profissionais de forma simples um grande número de informações que para serem encontradas anteriormente, demandava muito tempo, assumindo também a função de facilitar o contato com as fontes. Além de produzir, o departamento coordenado por Alan Ferreira é responsável por alimentar o site da rádio.

Entretanto, as mudanças não se deram somente no que concerne às rotinas de produção. Houve também uma substituição dos aparelhos utilizados nesta atividade e na transmissão da programação da emissora, no intuito de modernizar as instalações.

### **3.3.3 Mídias Sociais: plataformas para promoção e interação**

Como já destacamos nos tópicos anteriores, uma das possibilidades mais significativas proporcionadas pela inserção da Internet nas emissoras de rádio foi a ampliação dos canais de interação com o ouvinte. Um dos responsáveis mais evidentes para essa ampliação foram as mídias sociais.

Além de ser um hábito já embutido no cotidiano de grande parte da população, predominante entre os jovens, o uso das redes sociais trouxe relevantes transformações no campo da Comunicação. Por meio delas é possível promover o veículo de comunicação, através de ações de Marketing Institucional, e cumprir o seu objetivo principal de existência que é manter uma relação próxima com o público-alvo, gerando conteúdo e realizando atendimento deste público.

A Emissora estudada possui cinco mídias sociais dentre as opções disponíveis atualmente. Cada mídia desempenha uma função diferente no processo de promoção da Rádio e de relação com o ouvinte. Conforme Alan Ferreira houve certa resistência em aderir a essas novas plataformas de comunicação. “Procuramos primeiro entender como funcionava, e se realmente trazia resultados positivos, para depois ingressar”, explica.

Uma das primeiras mídias a receber um perfil da emissora, foi o Orkut. Esta mídia possibilita ao usuário, neste caso, a Rádio Campina FM, a postagem de fotos, troca de mensagens (chamados Recados), participação em grupos e comunidades especificados em determinados assuntos. Apesar de ter sido a primeira, esta mídia não tem muita atenção da emissora, pois atualmente a grande audiência concentra-se em outra mídia, o Facebook.

The image shows a screenshot of the Orkut website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Você', 'Pesquisar', 'Mapas', 'Notícias', 'Shopping', 'Orkut', 'Gmail', and 'Mais'. The user's email 'evelynlmaa@gmail.com' and 'configurações' link are visible in the top right. The main content area is titled 'orkut' and includes a search bar and navigation tabs for 'Home', 'Perfil', 'scraps', and 'Comunidades'. The profile for 'Campina FM - 93.1' is the central focus, featuring a logo with 'LUIZ EDUARDO GONZAGA' and a 'Participar da comunidade' button. The profile details include: Idioma: Português (Brasil); categoria: Música; tipo: público; visível por: público; criada em: 20/07/2005; local: Campina Grande, Paraíba, Brasil; proprietário: Gilberto Mota & Haydée Almeida; moderadores: \*Marcela - Deus me ilumina..., ALAN FERREIRA PAULINO. Below the profile information, there is a forum section with several posts, including 'MANDE SEU ALÔ.' (179 respostas), 'a melhor' (1 resposta), 'Conselho' (1 resposta), 'Olá pessoal estou aqui para divulgar!!!' (1 resposta), and 'alo galera de campina grande eu valden estou liga' (1 resposta). To the right of the profile, there is a 'membros (3525)' section displaying a grid of member avatars with names like Dirrba, Paulo Ricardo, Laércio B., Johan, JP, Daniel, Etz Cris, Michelle Ramos, and Neisina. At the bottom right, there is a 'comunidades semelhantes' section with icons for 'CADE A MICARANDE' (3101), 'MSN Campina Grande' (6846), and 'Festa!!! Onde? Quando?' (22047).

Figura 6: Perfil da Emissora no Orkut

Após o Orkut, a emissora criou uma conta no *Twitter*. Esta mídia é um microblog, onde os usuários respondem em 140 caracteres a seguinte pergunta: O que está acontecendo? A partir desta interrogação surgem narrativas que trazem desde as atividades pessoais de cada usuário até links para notícias e reportagens. Através desta conta, a rádio posta os links para as matérias publicadas no Portal, fotos, realiza promoções e recebe o *feedback* dos ouvintes. Até a data da pesquisa, o *Twitter* Campinafm (@campinafm) contava com 8.412 seguidores<sup>18</sup> e havia realizado 15.567 postagens.



Figura 7: *Twitter da Emissora*

Por sua explosiva e abrangente repercussão no cotidiano da grande maioria da população com acesso à Internet, o *Facebook* é a mídia que atualmente recebe grande atenção por parte da emissora. O *Facebook* é essencialmente uma mídia de relacionamento, em que os usuários que possuem Perfis nessa mídia podem compartilhar conteúdos com os demais usuários (denominados Amigos), além de poderem também gerar conteúdo, através de texto, imagem e vídeo. São inúmeras as ferramentas disponíveis nessa mídia. Para as empresas, como é o caso do nosso objeto de estudo, o *Facebook* viabiliza a criação de Página, as denominadas *FanPages*, ou Páginas de Fãs. Semelhante aos já consolidados sites, nas *FanPages* a empresa pode gerar conteúdo para os seus clientes, neste caso, os ouvintes/usuários. Fotos, links para as matérias postadas no Portal e Promoções são os conteúdos mais comuns na página da Emissora que até a data da pesquisa contava com 4.688 fãs.

<sup>18</sup> Pessoas que seguem a emissora, ou seja, usuários que querem visualizar em seus perfis as postagens do *Twitter* da Campina FM.



Figura 8: Fan Page

Outra mídia utilizada é o Flickr. O objetivo principal dessa mídia é a publicação de imagens. Nela são postadas fotos feitas nas ações da Emissora, como a Gincana do Conhecimento, imagens fotojornalísticas e imagens produzidas pela equipe da rádio para saudar os ouvintes.

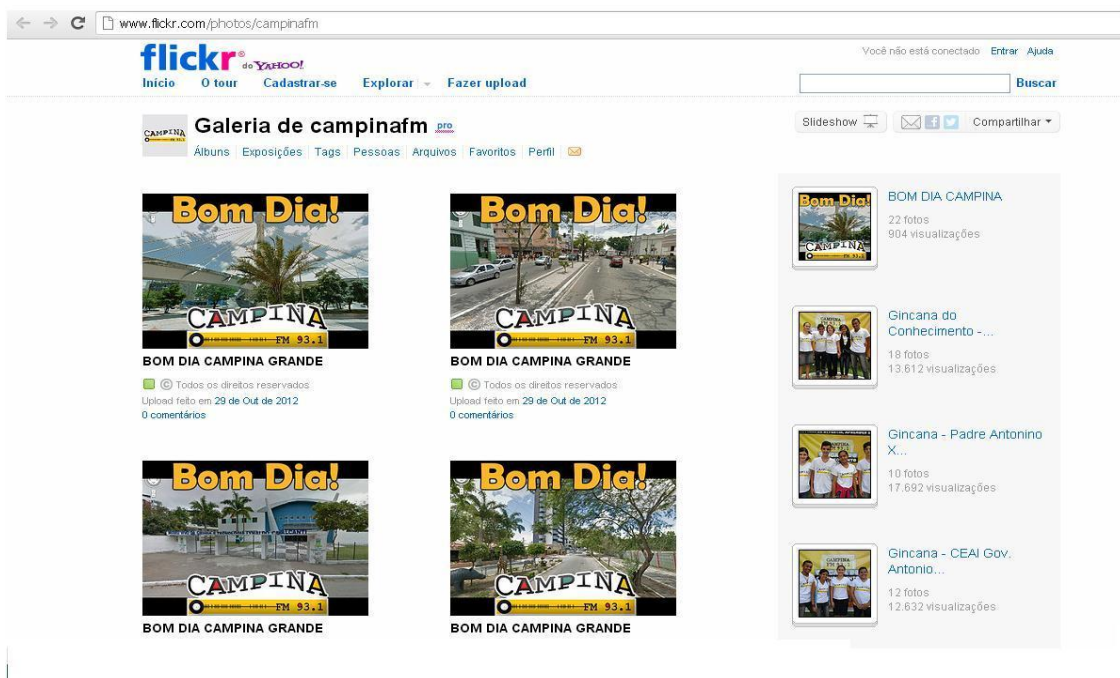


Figura 9: Flickr da Emissora

Todavia, a prática mais ousada e diferenciada da Emissora foi a criação em vídeo do Programa Tirando Onda, apresentado por Alan Ferreira e convidados. Os vídeos podem ser vistos no Canal da Emissora no *Youtube*. Por ser uma empresa de Rádio, produzir vídeos se torna uma atitude de vanguarda, na tentativa de atender aos novos públicos moldados pela Internet. Neste Canal, além do Programa Tirando Onda, podem ser vistos também outros vídeos, como os de sorteios das Promoções e de ações como as Gincanas e as coberturas especiais de eventos, como O Maior São João do Mundo.



Figura 10: Canal no Youtube

## CONSIDERAÇÕES

O interesse por investigar as novas configurações que o rádio veio apresentando nos últimos anos parte da preocupação em entender como esse meio de comunicação secular está se adaptando às novas práticas radiofônicas. As novas tecnologias pensadas para aperfeiçoar os processos comunicacionais foram criando volume e se internalizando nas rotinas de produção e o rádio ao longo do tempo vem tentando se moldar a esta recente prática para que possa resistir e alcançar novas plateias. Este estudo teve por objetivo principal evidenciar as novas reconfigurações do rádio, a partir do analógico até a sua chegada à Web.

Após todo o caminho percorrido podemos inferir que o processo de remodelação do Rádio no Brasil para permanecer na lista de meios de comunicação de massa está sendo gradual. Apesar de já terem sido iniciadas discussões acerca da implementação do Rádio Digital no Brasil, entendemos que há uma grande estrada a desbravar, pois quando partimos para uma análise local percebemos que ainda há muito a aprender com o binômio Rádio e Internet. É notório que ainda não se faz uso de todas as possibilidades trazidas pela Internet e que podem ser utilizadas e apropriadas ao fazer radiofônico.

Grande parte das emissoras do Estado não se comporta de forma positiva diante deste processo, tendo em vista que aquelas que apresentam uma preocupação em se colocar na ambiência virtual não o fazem de forma satisfatória. Uma significativa parcela das rádios catalogadas durante o estudo tem endereços na Internet, como sites, mas apresentam deficiências, como não abastecer frequentemente estes endereços, não realizar manutenções de ordem técnica, não modernizar e otimizar seus layouts e de maneira mais preocupante, não dialogar com seus ouvintes/usuários através desses canais.

Quando partimos, então, para a análise da prática de Webrádios, o cenário é ainda mais inquietante. O número encontrado foi pequeno e de baixa qualidade, talvez porque a maioria das iniciativas seja de ordem individual ou de grupos formados pelos nichos que não são atendidos pelas rádios comerciais. De modo que estes agentes não dispõem de estrutura e formação adequadas para utilizar de forma apropriada todo o potencial desse tipo de rádio.

Observamos que tanto no ambiente analógico quanto na Web, as emissoras não demonstram inclinação para a produção de conteúdos jornalísticos. A rádio analisada durante a pesquisa apresenta uma programação eminentemente musical, enquanto os programas jornalísticos ocupam uma pequena parte dessa grade. Ao focarmos a atenção nas Webrádios, o volume de material jornalístico é ainda menor.

De maneira otimista acreditamos que se os profissionais souberem utilizá-la, a Internet ainda trará muitos benefícios ao rádio. Sem deixar de ser um meio eminentemente sonoro, por meio destas novas possibilidades o rádio pode agregar diversas formas de transmissão de mensagens e continuar fazendo parte do cotidiano de todas as gerações. Informação, música, emoção e imaginação continuarão fazendo parte da alma do rádio seja pelas ondas hertzianas ou pelos sinais digitais, pois fazer Rádio é criar um universo de possibilidades.

Ao finalizarmos este estudo, além da evidente contribuição para a nossa formação acadêmica, compreendemos que o tema estudado poderá ainda demandar diversas outras produções científicas no intuito de aprofundar a problemática. A partir deste trabalho será possível desenvolver outros estudos com os desdobramentos deste tema, com a finalidade de analisar diversos aspectos que não cabiam na discussão desta Monografia. Por ser uma prática em desenvolvimento recente e contínuo, a realização de constantes investigações sobre o universo digital e seus reflexos na esfera comunicacional se fazem válidas na busca por compreender os meandros do processo comunicacional na contemporaneidade.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Raquel Porto Alegre dos Santos. **Radiojornalismo nas Redes Digitais: um estudo do conteúdo informativo de emissoras presentes no ciberespaço**. Universidade Federal da Bahia, 2004.
- BARBOSA, Mariana Petraglia. **O Rádio Na Internet: Do Ouvinte Ao Usuário**. 2006. Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora - MG.
- BUFARAH, Álvaro JUNIOR. **Rádio Na Internet: convergência de possibilidades**. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte –MG, 2003.
- CALABRE, Lia. **No tempo das radionovelas**. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, PósCom-Methodista, a. 29, n. 49, p. 65-83, 2º sem. 2007.
- CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**, São Paulo: *Summus*, 1998.
- CORDEIRO, Paula. **Rádio e Internet : Novas perspectivas para um velho meio**. In: VI LUSOCOM e II IBÉRICO, v. I, 2004.
- CUNHA, Mágda. **Rádio e Internet: o Encontro de Duas Grandes Invenções**. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Porto Alegre-RS, 2004.
- D'AQUINO, Sabrina Brognoli. **Perspectivas do Radiojornalismo e do Rádio Informativo na Internet**. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte – MG, 2003.
- DEL BIANCO, Nelia R. **Radiojornalismo em Mutação na Era Digital**. In: IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Porto Alegre – RS, 2004.
- \_\_\_\_\_. **Tudo vai mudar quando o digital chegar**. 2003.
- FARIAS, Gerson Mario de Abreu. **Linguagem e jornalismo na rádio convencional, rádio on-line e webrádio: uma reflexão do discurso radiofônico no ciberespaço**. 2008. Universidade De Taubaté, Taubaté - SP
- FERRARETTO, Luiz Artur. **O veículo, a história e a técnica**. 2º ed. Porto Alegre, Sagra Luzzatto, 2001.
- FERREIRA, Gisele Sayeg Nunes. **Remediações e reconfigurações do rádio na web**. In: VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo – SP, 2009.
- GODOYET, Éssio de, *alii*. **Rádio e Internet: Uma nova Perspectiva a Serviço da Educação**. 2007. Pontífice Universidade Católica do Rio de Janeiro, Maringá – PR.
- GONÇALVES, Elias Machado. **La estructura de la noticia en las redes digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo**. (Tesis Doctoral). Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000, p. 19.
- LEMONS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.



LIMA, João Marinho; Marronato, Grazielle. **O Rádio Na Internet: História, conceito, aspectos técnicos e propostas para o futuro**. 2003. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo-SP.

MAGNONI, Antônio Francisco. **Um Estudo Inicial da Cadeia de Valor do Rádio Digital Brasileiro**. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos- SP, 2007.

MAGNONI, Dino; CARVALHO, Juliano Maurício de. **O Novo Rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Editora Senac, São Paulo, 2010.

OLIVEIRA, Ricardo. **Blogs: cultura convergente e participativa**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2010.

OLIVEIRA, Nilthon Fernandes De. **Rádio on-line como ferramenta da comunicação corporativa participativa: uma proposta para a porto seguro**. 2002. Centro Universitário Nove de Julho, São Paulo.

PACHECO, Alex. **A estrutura da Webrádio**. 2009. Universidade do Constatado, Santa Catarina.

PALACIOS, M. *et alii*. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo on-line brasileiro**. Trabalho apresentado ao XXIV Intercom. Salvador, 2002.

PRADO, Magaly. **Rádio Na Web: Sua implantação é viável?** Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, São Paulo.

SIQUEIRA, Gabriele Fernandes; ZANELLA, Gislaiane; PAZ, Camila Candeia. **Um estudo da Adequação do Rádio na Internet: o Surgimento das Webrádios**. In: XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Novo Hamburgo – RS, 2010.

SOARES, Cybele; COSTA, Thalyta; MEIRELES, Norma. **A Web Rádio na Era da Inclusão Digital: Uma Reflexão Sobre o Meio Web Rádio e Sua Dimensão Pedagógica**. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul - RS, 2010.

SOUSA, Lúcia Maria Trigo de. Rádios.Internet.br: o rádio que caiu na rede. **Revista USP**, São Paulo-SP, n.56 p. 92-99, dezembro/fevereiro. 2002-2003

FREITAS, Goretti Maria S.; In: **História da Midia Regional: o rádio em Campina Grande**. 1ª. ed. Campina Grande: EDUFCEG-Editora da Univ.Federal de Campina Grande, 2006.

URIBE, Esmeralda Villegas. O rádio digital e o radio em internet: além das transformações tecnológicas. **UNÍrevista**, Vol. 1, nº 3, julho. 2006.

VELHO, Ana Paula Machado. **A Linguagem do Rádio Multimídia**. 2009. Universidade Estadual de Maringá, Maringá-PR.

YIN, Robert K. **Case Study Research - Design and Methods**. Sage Publications Inc.,USA, 1989.

## Referências Eletrônicas

A Internet no Brasil. Disponível em: <http://www.secundados.com.br/>. Data de acesso: 8 de maio de 2012.

História do Rádio. Disponível em: <http://grupo5.wikispaces.com/Hist%C3%B3ria+da+R%C3%A1dio> Data de acesso: 15 junho de 2012.

Evolução Histórica dos Meios de Comunicação. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/4001889/Evolucao-historica-dos-meios-de-comunicacao>. Data de acesso: 10 de setembro de 2012.

Rádios Digitais – Uma Nova forma de emitir conteúdos. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/64546180/Radios-Digitais>. Data de acesso: 25 de setembro de 2012.

## Sites visitados

Tudo Rádio. Endereço: <http://tudoradio.com/>.

Empresa Brasileira de Comunicação – EBC. Endereço: <memoria.ebc.com.br>.

Rádio Campina FM. Endereço: [www.campinafm.com.br](http://www.campinafm.com.br)

Panorâmica Fm. Endereço: [www.panoramicafm.com.br](http://www.panoramicafm.com.br)

## LINHA CRONOLÓGICA DA HISTÓRIA DO RÁDIO NO BRASIL E NO MUNDO

Ano	Acontecimento
1831	Michael Faraday descobre o princípio da indução eletromagnética
1863	James Clerck Maxwell demonstrou teoricamente a existência das ondas eletromagnéticas
1887	Henrich Rudolph Hertz descobre as ondas de rádio
1895	Primeiros experimentos com ondas eletromagnéticas
1897	Invenção do Circuito Elétrico
1916	Primeira transmissão radiofônica nos EUA
1919	Início da Era do Rádio
1922	Primeira transmissão radiofônica no Brasil
1923	Primeira transmissão em rede e criação da primeira estação de rádio brasileira, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro
1933	Criação da ABR (Associação Brasileira de Rádio)
1935	Primeira transmissão do programa Voz do Brasil
1941	1ª radionovela brasileira
1951	Transmissão da radionovela de maior sucesso, O Direito de Nascer
1962	Criação da ABERT (Associação Brasileira de Rádio e TV)
1967	Criação do Ministério das Comunicações
1970	Popularização do transistor
1982	Estabelecimento da linguagem TCP/IP
1990	Uso do computador de mesa, ou desktop
2000	Início das discussões sobre o Rádio Digital

## Roteiro de Entrevista

### PAUTA

**Retranca:** Estudo de Caso da Campina FM

**Deadline:** 10 de outubro de 2012

O roteiro de entrevista que segue tem o objetivo de esclarecer dados acerca da Rádio Campina FM e o seu processo de inserção no ambiente virtual. Serão analisados três aspectos: a **programação**, o **jornalismo** e o setor **técnico-operacional**, enfatizando o site da emissora.

#### Entrevistado:

Alan Ferreira  
Gerente de Programação/Produção

Contato: (83) 2102-9301 – Rádio Campina FM

**Endereço:** Rua 15 de novembro, 1151 – Palmeira – Campina Grande-PB

#### ROTEIRO DE PERGUNTAS:

##### Programação

1. De que maneira é pensada e construída a programação da emissora?
2. Há alguma influência do público nessa construção?
3. Qual o principal público-alvo atingido pela rádio?
4. Houve mudanças na produção dessa programação nos últimos dez anos?
5. Quais os programas de maior feedback?
6. Existe uma programação produzida exclusivamente para a internet?
7. Qual o impacto da internet na constituição programacional da rádio?
8. Quais os temas que aparecem com maior frequência na programação?
9. A inserção do universo virtual, por meio do site, trouxe alguma influência na programação?
10. Como está composta a grade de programação da rádio?

##### Jornalismo

1. Quais os gêneros radiofônicos mais trabalhados na emissora?
2. Como a introdução do computador, e posteriormente da internet, modificou a rotina de produção na redação?
3. Qual o papel da área jornalística no site da emissora?

4. Existem temas que são trabalhados especificamente para a internet?
5. A internet facilitou de alguma forma as coberturas jornalísticas?
6. Quais os principais programas jornalísticos que atualmente compõem a grade de programação?
7. Quais as pretensões da rádio com relação ao ambiente web?
8. Quais as ferramentas utilizadas para a interação com o ouvinte?
9. A internet ajudou a aumentar o alcance da rádio, quando nos referimos a número de ouvintes/usuários?
10. Breve comentário sobre a rádio antes e depois da internet e sobre a criação do site.

#### **Técnico-operacional: O Site**

1. Quais as circunstâncias (quando, como, por que) da criação do site?
2. Como é realizada a alimentação do site?
3. Quais as ferramentas/programas/softwarewares utilizados para garantir a transmissão de áudio via internet?
4. A Rádio se categoriza como uma Rádio Online?
5. O objetivo da emissora é fazer com que a mesma programação ouvida pelas ondas hertzianas possa ser ao mesmo tempo ouvida através da internet? Isso se efetiva?
6. Existe uma equipe específica dedicada ao site?
7. Como é realizada o atendimento ao ouvinte demandado por meio do site?
8. Houve alguma dificuldade nesse processo de inserção na internet?
9. Como foi idealizado o layout do site? Por que ele se apresenta desta forma?
10. Como foram pensadas as seções do site?