

Panorama da webradio no Brasil

PRATA, Nair¹

Resumo: Está completando 15 anos a primeira transmissão brasileira por uma webradio, a Rádio Totem. Dois anos depois do início das emissões, no primeiro semestre de 1997, apenas nove estações transmitiam on-line. Em setembro de 2000, a web já era o suporte de 191 emissoras e, hoje, milhares de emissoras têm transmissão exclusiva pela internet. O objetivo deste artigo é apresentar indicadores que apontem para um panorama inicial das webrádios brasileiras, por meio de pesquisa no portal www.rádios.com.br, apresentando dados como webrádios mais acessadas, webrádios mais acessadas por região e por segmento, além de um quadro geral de mais de duas mil webrádios do país.

Palavras-chave: WEBRADIO; TRANSMISSÃO ON-LINE; PANORAMA; INDICADORES

Rádio e convergência

Como bem lembrou o pesquisador Mariano Cebrián Herreros, em Recife, na palestra que comemorou os 20 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom, o rádio não é uma ilha e entrou na disputa em um conjunto complexo de plataformas comunicativas, integrando um ecossistema midiático em constante mutação².

O professor destacou que o rádio vive agora a terceira transformação. A primeira foi nos anos 40-50 baseada nas contribuições dos transistores, gravadores magnéticos, etc e a segunda nos anos 80-90 com a digitalização e convergência dos meios. Esta terceira transformação se produz pela presença das plataformas de internet e telefonia e a convergência das plataformas anteriores com as novas até gerar a multiplataforma atual.

Estamos em plena vigência desta terceira transformação, que está mudando a face do rádio como nós conhecemos até agora, num processo que já denominamos de radiomorfose (PRATA, 2009). Muito se discute sobre o que está por vir. Meneses (2007) afirma que, no futuro, o rádio será apenas uma página na internet: “Tudo estará na internet, a começar pelos investimentos e a acabar nos consumidores, passando pela publicidade. Os emissores de rádio no alto das serras serão apenas uma fotografia”³.

Na abertura do livro *La radio en la convergencia multimedia*⁴, o professor Herreros aponta que o futuro do rádio passa pela análise de seis variantes: 1. A evolução da inovação técnica dos meios de comunicação; 2. A evolução da inovação técnica do próprio rádio; 3. As influências

¹ Jornalista, doutora em Linguística Aplicada (UFMG), professora adjunta da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), diretora administrativa da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar) e coordenadora do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. nairprata@uol.com.br

² <http://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/3-cebrian-herreros-pt.pdf>. Data de acesso: 03/06/2013.

³ <http://www.meiosepublicidade.pt/2007/11/a-radio-em-2015-sera-uma-pagina-na-net/>. Data de acesso: 15/06/2013.

⁴ CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa, 2001.

político-ideológicas que envolvem a radiofonia; 4. A situação econômica (publicidade, aquisições, negócios e fusões); 5. O comportamento social do público e 6. O rádio como o grande meio para acompanhar os acontecimentos da atualidade.

O pesquisador destaca que a palavra-chave é a convergência e, no caso do rádio, falar de convergência significa falar de pluralidade. Ele afirma que não se pode mais falar do rádio no singular, mas numa concepção plural. Ferraretto (2007) explica as plurais modalidades radiofônicas:

Escuta-se rádio em ondas médias, tropicais e curtas ou em frequência modulada, mas, desde a década passada, o veículo também se amalgama à TV por assinatura, seja por cabo ou DTH (*direct to home*); ao satélite, em uma modalidade paga exclusivamente dedicada ao áudio ou em outra, gratuita, pela captação, via antena parabólica, de sinais sem codificação de cadeias de emissoras em AM ou FM; e à internet, onde aparece com a rede mundial de computadores ora substituindo a função das antigas emissões em Ondas Curtas, ora oferecendo oportunidade para o surgimento das chamadas webrádios ou, até mesmo, servindo de suporte a alternativas sonoras assíncronicas como o podcasting (p. 2).

Nesta pluralidade, cada vez o suporte importa menos, pois temos agora a diferenciação dos formatos, que se tornam mais híbridos. Saímos de um rádio de massa, com ouvintes passivos e dispersos geograficamente, para chegar a modelos onde a rede é a palavra-chave. Ou como lembra Del Bianco (2012): “É incontestável a tendência atual de adesão dos meios de comunicação tradicionais ao ambiente da internet e dos dispositivos móveis. (...) O rádio nesse ambiente expandiu o *dial*, seu alcance passou a ser mundial (p. 16).

Assim, podemos afirmar que o rádio na era da convergência é mesmo novo, lugar midiático em que a diferenciação se dá não pelo suporte, mas pelo formato e onde coexistem várias lógicas comunicacionais simultaneamente, algumas impensáveis alguns anos atrás. Santaella (2003) lembra que a intensificação dos casamentos e misturas entre linguagens e meios, “funciona como um multiplicador de mídias” (p. 15).

A partir do surgimento das novas tecnologias, Cebrián Herreros (2001) define três modelos de rádio hoje: 1. Modelo generalista: tradicional, com programação de informação, opinião e entretenimento; 2. Modelo temático: compreende as emissoras com programação monotemática: informação, música, economia, esporte, educação, etc; 3. Modelo convergente: onde se integram os serviços sonoros, visuais e escritos, que é o modelo de rádio multimídia ou integrado à internet.

Segundo o professor, este modelo convergente acaba de nascer “pela tendência integradora dos meios, da aproximação e objetivos das empresas por estar presentes em todos os mercados da comunicação. O rádio tem serviços escritos e visuais, além dos sonoros, e se une a outros meios para estar presente nas ações e usos do consumidor multimídia” e lembra que estamos diante do “nascimento do rádio na convergência multimidiática plena” (p. 38).

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

O que é a webradio

Um dos modelos deste novo rádio se destaca por suas especificidades e pelos elementos que agrega: a webradio, que cresce velozmente no país, não pelas mãos de empresas tradicionais, mas também por meio de universidades, associações, comunidades e pessoas isoladas, que têm apenas como motivação o desejo de fazer rádio.

A webradio é um modelo de radiofonia genuinamente digital, não mais acessado por um aparelho de rádio, mas pelo computador ou smartphone; não mais sintonizado por uma frequência no *dial*, mas por um endereço na internet; não mais explorado por uma concessão governamental, mas nascido a partir da livre iniciativa de seus proprietários; não mais de alcance geograficamente limitado, mas com abrangência universal. Kischinhevsky (2007) explica que o rádio via internet “é essencialmente desterritorializado e não-massivo. Permite a recepção a partir de pontos remotíssimos do globo, beneficiando diretamente populações que, por motivos diversos, moram fora de seus países de origem e que antes só dispunham das limitadas ondas curtas” (p. 116). A webradio deve ser entendida, portanto, como uma grande constelação de elementos significantes sonoros, textuais e imagéticos abrigados no suporte internet.

A Rádio Klif, no Texas, Estados Unidos, foi a primeira emissora comercial a transmitir de forma contínua e ao vivo através da internet, a partir de setembro de 1995. A criação desta emissora jogou por terra todos os pressupostos conhecidos até então sobre radiodifusão, como necessidade de concessão, presença de elementos visuais, interação em tempo real e, é claro, a ausência do bom e velho aparelho de rádio.

Aqui no Brasil, a webradio só chegou três anos depois dos Estados Unidos. No dia cinco de outubro de 1998 entrou em funcionamento a Rádio Totem, a primeira emissora brasileira com existência apenas na internet, criada pelo empresário paulista Eduardo Oliva. No início, a rádio disponibilizava aos seus ouvintes apenas áudio de uma programação gerada ao vivo de um pequeno estúdio na sede da empresa, em São Paulo. Com o decorrer do trabalho, foram agregados novos produtos e serviços ao site da rádio, como a criação de onze canais, contendo programação diversificada, abrangendo vários estilos musicais, como *dance*, sertanejo, samba, pagode, pop, rock,

MPB, axé e *reggae*, programas e notícias. Os usuários também podiam acessar canais de vídeo com clipes e entrevistas, além de serviços de e-mail e atendimento via rede (BUFARAH, 2003).

Dois anos depois do início das transmissões da Rádio Totem, no primeiro semestre de 1997, apenas nove estações transmitiam on-line. Em setembro de 2000, a web já era o suporte de 191 emissoras. Hoje é muito difícil precisar o número de webrádios na rede, mas o portal radios.com.br aponta a existência de mais de duas mil emissoras essencialmente on-line.

Uma pesquisa realizada pelo Grupo de Profissionais de Rádio (GPR) dá uma ideia de como é a audiência do rádio na internet⁵. À pergunta “Você ouve rádio na internet?”, 82% dos respondentes disseram sim; “O que você busca nos canais de rádio na internet?” 83% responderam: ouvir a programação de rádio que está no ar; “Com qual frequência você ouve arquivos de áudio ou programas ao vivo de rádio via internet?” 43% responderam: diariamente; “Quando você ouve rádio via internet, quanto tempo costuma permanecer ligado na programação (por dia)?” 41% responderam: muito mais de uma hora.

Uma outra pesquisa⁶ do GPR traça um perfil dos ouvintes de rádio na internet: 77% acessam redes sociais (Facebook, Twitter, etc), 25% acessam a internet do celular, 22% possuem iPhone ou smartphone e 6% possuem tablet. Já um levantamento do Ibope, representando 49% da população brasileira entre 12 e 75 anos, 8%, ou seja, quatro milhões e duzentas mil pessoas, afirmam ter escutado rádio pela internet nos últimos trinta dias, percentual que chega a 11% quando considerado os jovens de 12 a 24 anos.

A internet é um campo fértil para novidades e, com as rádios, não é diferente. Uma das mais recentes criações em emissoras na internet é a Ella, a primeira webrádio com existência exclusiva no Facebook, criada em 16 de julho de 2012⁷. Na página da emissora, o perfil é descrito assim: “Uma rádio feita sob medida para as mulheres, mas que eles também podem curtir. Conteúdos variados, com altas doses de opinião e diversão, recheados com o melhor da música nacional e internacional. Ella FM - o seu melhor momento”.



Imagem da *homepage* da Rádio Ella

⁵ <http://www.gpradio.com.br/con-area.aspx?id=3>, Data de acesso: 31/07/2012.

⁶ <http://gpradio.com.br/90anos/wp-content/uploads/2012/09/IPSOS%20Marplan%20-20Evolu%C3%A7%C3%A3o%20Radio%202012.pdf>

⁷ <https://www.facebook.com/radioellafm>

Uma outra novidade é a webradio Rádio Radinho. Criada em sete de março de 2013, é a primeira emissora da internet com programação voltada para bebês e crianças de até seis anos⁸. O projeto surgiu em 2010 com um trio de amigos paulistanos: o publicitário André Prado, o músico e produtor musical Roberto Coelho (pai de uma menina de cinco anos) e o apresentador de TV e produtor Edgar Piccoli (pai de duas crianças e dois adolescentes). Eles trabalharam durante dois anos para montar o repertório musical da emissora e, em breve, pretendem disponibilizar informações com pediatras, nutricionistas e agenda cultural.



Imagem da *homepage* da Rádio Radinho

Pesquisa: panorama da webradio no Brasil⁹

Não há um instituto, órgão governamental ou não-governamental que reúna as webrádios brasileiras, com informações confiáveis sobre seus proprietários, segmentos, localização, número de acessos, etc. Assim, qualquer pesquisa deve ser feita, pelo menos por enquanto, em portais que disponibilizam estas informações.

Um desses portais é o www.radios.com.br que possui informações sobre o rádio em geral, mas não há qualquer possibilidade de checagem da veracidade dos dados no tocante às emissoras na internet. De qualquer forma, já que não há outro caminho viável, optamos por trabalhar os dados disponibilizados, de modo apresentar um estudo inicial do panorama das webrádios brasileiras.

As informações sobre as webrádios estão disponibilizadas em <http://www.radios.com.br/cnt/resultado/33/web/Brasil> e, no dia 30 de maio de 2013, anotamos os dados disponíveis de todas as emissoras, 2.018 no total. Os dados (nome da emissora, número de acessos, cidade, estado e segmento) foram colocados numa extensa planilha que, depois de pronta, possibilitou algumas inferências interessantes¹⁰. O grande volume de dados da planilha produziu muitas relações entre os dados. No entanto, vamos apresentar aqui apenas os mais destacados para a configuração de um breve e inicial panorama da webradio no Brasil.

⁸ <http://rاديورادinho.com.br/>

⁹ Esta pesquisa faz parte de um projeto de pesquisa, da autora deste trabalho, que tem o objetivo de inventariar as emissoras de rádio brasileiras.

¹⁰ A coleta dos dados e a produção da planilha foram feitas por: Ana Amélia de Melo Maciel, graduanda em Jornalismo (UFOP); Paula Miranda, graduanda em Administração (PUC Minas); Sofia Moreira Martins, aluna do Ensino Médio (Colégio Imaculada Conceição-BH) e Yasmim Moreira Martins, graduanda em Administração (PUC Minas).

1. Número de webrádios

A pesquisa apontou a existência de 2.018 webrádios, distribuídas de forma desigual pelos estados e cidades do país. O cenário na internet repete o quadro hertziano: o Brasil possui 9.479 emissoras de rádio¹¹, mais que o dobro do registrado há dez anos, segundo dados do Ministério das Comunicações¹², também distribuídas desigualmente. O quadro a seguir mostra a evolução do número de emissoras de rádio no país e o número de domicílios com rádio¹³:

	Nº de emissoras	Nº de domicílios com rádio
Anos 20	16	x
Anos 30	83	x
Anos 40	241	x
Anos 50	592	x
Anos 60	848	35,4
Anos 70	1081	58,9
Anos 80	2078	76,2
Anos 90	2859	84,3
2000	2920	86,9
2011	3218	91,3

Fonte: dados do Ministério das Comunicações e do GPR

No meio hertziano, o estado com maior número de domicílios com rádio é São Paulo, com 12.250.000, que corresponde a 95,1% dos lares paulistanos. O segundo colocado é Minas Gerais, com 5.610.000 domicílios com rádio. No Paraná são 3.150.000 lares com rádio, o que corresponde a 94,4% dos domicílios paranaenses¹⁴. Mas está diminuindo o número de lares brasileiros com o rádio tradicional, isto é, o aparelho atingiu a saturação domiciliar¹⁵.

Já na internet, é cada vez maior o número de brasileiros conectados. Segundo a Fundação Getúlio Vargas¹⁶, em três anos o Brasil deve chegar à marca de um computador por habitante, o que aumenta a inclusão digital, isso sem falar nos aparelhos celulares, que somam cerca de 90 milhões no país. Das pessoas que possuem celulares com possibilidade de escuta radiofônica, 49% afirmam utilizá-lo para escutar rádio, número que sobe para 56% entre os jovens de 12 a 24 anos¹⁷.

2. Distribuição geográfica das webrádios

A Região Sudeste apresenta o maior número de webrádios no país, repetindo a configuração da distribuição das emissoras hertzianas. A pesquisa mostra que 590 municípios brasileiros possuem pelo menos uma webrádio. Considerando que o Brasil tem 5.570 municípios, pouco mais de 10% do

¹¹ FM: 2.664, Comunitárias: 4.421, Ondas Médias (AM): 1.785, Ondas Tropicais: 74, Ondas Curtas: 66 e FM Educativa: 469.

¹² <http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/radiodifusao/dados-gerais>. Data de acesso 25/06/2013.

¹³ Fonte: http://gpradio.com.br/90anos/wp-content/uploads/2012/09/Ibope%20Media_Webradio_24_09_12.pdf. Data de acesso: 27/06/2013.

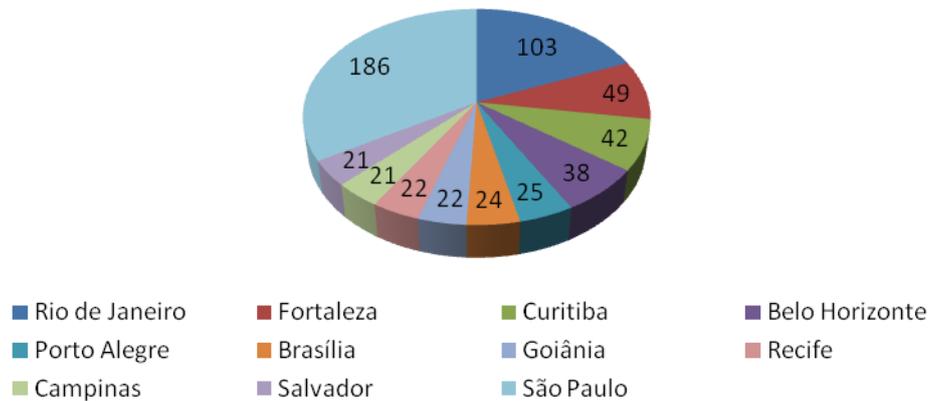
¹⁴ <http://www.audiofive.com/blog/quantas-rádios-tem-no-brasil/>

¹⁵ <http://www.valor.com.br/cultura/3144464/pelas-novas-ondas-do-radio#ixzz2UsPSsz4h> Data de acesso 23/06/2013.

¹⁶ <http://www.conexaominicom.mc.gov.br/noticias/1377-vamos-chegar-a-um-computador-por-habitante>

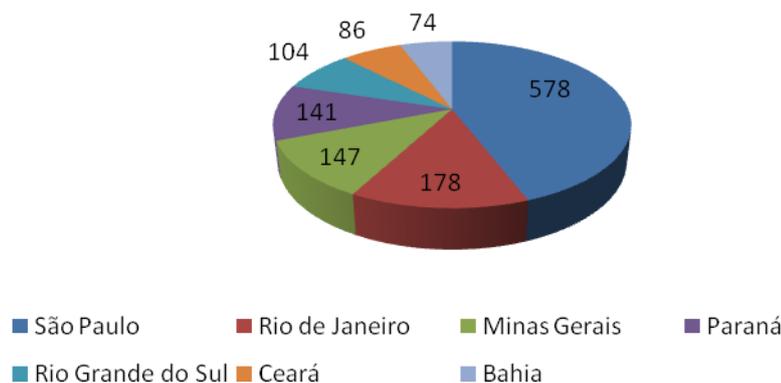
¹⁷ <http://www.valor.com.br/cultura/3144464/pelas-novas-ondas-do-radio#ixzz2UsPSsz4h> Data de acesso 23/06/2013.

total tem sua emissora na internet. Mas a distribuição não é igualitária: 376 cidades têm uma única webradio, 82 têm duas emissoras e 43 têm três. São Paulo é a cidade com o maior número de webrádios, 186 no total, seguida pelo Rio de Janeiro, com 103 e Fortaleza, com 49. O gráfico a seguir mostra a configuração das cidades brasileiras com maior número de webrádios:



Fonte: dados da pesquisa, 2013.

A distribuição geográfica das webrádios brasileiras pelos estados pode ser assim definida: São Paulo é o estado com maior número de webrádios, 578 no total e o Acre e Amapá estão empatados em último lugar, com duas emissoras cada um. O gráfico a seguir mostra os estados brasileiros com maior número de webrádios:



Fonte: dados da pesquisa, 2013.

A distribuição das webrádios pelo país replica o mesmo panorama do rádio hertziano. Segundo o IBGE, o Norte do país é o que mais sofre com a ausência dos serviços radiofônicos: a

região apresenta a menor taxa de aparelhos de rádios por domicílio, 75,6%¹⁸. A seguir, um quadro com a relação dos estados com menor número de emissoras tradicionais¹⁹:

Estado	Nº de emissoras de rádio
Amapá	37
Roraima	43
Distrito Federal	47
Sergipe	77
Piauí	86

Fonte: dados do Ministério das Comunicações

E o quadro dos estados com maior número de emissoras:

Estado	Nº de emissoras de rádio
São Paulo	1.588
Minas Gerais	1.309
Rio Grande do Sul	939
Santa Catarina	828
Bahia	730

Fonte: dados do Ministério das Comunicações

3. Webrádios e número de acessos

Na internet não se fala em audiência, como no rádio hertziano, mas em número de acessos. No meio tradicional, na aferição do desempenho de uma emissora de rádio são levados em conta, além da audiência, também a cobertura, o tempo médio e a fidelidade do ouvinte. Já na radiofonia na internet, além do número de acessos, também fazem parte do desempenho geral da emissora dados como *pageviews*, evolução de visitantes únicos, frequência média, tempo total e tempo médio por visita.

No meio hertziano há indicativos de um recuo entre os ouvintes de rádio: em 2003, o índice de audiência nacional era de 16,82%, entre março e maio, em nove mercados pesquisados, cerca de 300 emissoras. No ano passado, este número caiu para 15,47%, no mesmo período²⁰.

Pela pesquisa realizada neste trabalho, a webrádio mais acessada do país é a Só Flashback e a RockSurf Webrádio é a menos acessada. Mas os números da webrádio são totalmente inexpressivos quando comparados com as emissoras hertzianas. Um exemplo: uma das rádios com maior audiência hoje no país é a paulista Nativa FM, do Grupo Band, que atinge a marca de 272 mil ouvintes por minuto no horário entre 7h e 19h²¹. A Só Flashback registrou 77.438 acessos, no mês de maio/2013, pelo portal www.rádios.com.br. Se forem somadas, as audiências das dez rádios FM mais

¹⁸ <http://www.abert.org.br/site/index.php?/Artigos-Abert/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-radio-e-televisao-licencas-outorgas-taxa-de-penetracao-receitas-e-receptores.html>. Data de acesso: 25/06/2013.

¹⁹ Fonte: <http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/radiodifusao/dados-gerais>. Data de acesso 29/06/2013.

²⁰ <http://www.valor.com.br/cultura/3144464/pelas-novas-ondas-do-radio#ixzz2UsPSsz4h> Data de acesso: 23/06/2013

²¹ <http://noticias.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2012/05/15/fms-mais-ouvidas-do-pais-sao-de-musica-para-povao-veja-ranking.htm>. Data de acesso: 20/05/2013.

sintonizadas em São Paulo atingem a marca de quase dois milhões de ouvintes por minuto. Temos agora, com a internet, um crescimento horizontalizado da plataforma de ouvintes e não mais na vertical, como acontecia com o rádio hertziano.

A webradio mais acessada do país, a Só Flashback²², tem sede em São Luís, no Maranhão e, desde quando foi cadastrada no portal radios.com.br, já teve 1.271.869 visitas. A emissora só toca flashbacks internacionais. Uma rápida navegação pelo site mostra que a rádio demonstra uma preocupação em abrir possibilidades de interação com o usuário, que pode enviar fotos, postar vídeos, pedir música, assinar o livro de visitas, interagir em uma comunidade virtual e até participar de 17 diferentes jogos on-line. A página da Só Flashback no Facebook²³ já foi curtida por 6.038 pessoas. Mas o design do site é absolutamente confuso e mistura publicidade com conteúdo institucional e o som da emissora entra automaticamente, assim que a página é carregada.



Imagem da *homepage* da webradio Só Flashback

Das 20 webrádios mais acessadas no Brasil, o Sudeste tem a maioria, com 14 emissoras; o Sul tem três; o Nordeste, duas e o Centro-Oeste, uma, conforme aponta o quadro a seguir:

Webradio	Cidade	Estado	Segmento	Nº de acessos Maio/2013
Só Flashback	São Luís	MA	flashback e adulta	77.438
Rádio Ricos	São Paulo	SP	samba-pagode e hits	65.313
Sertaneja	Rio de Janeiro	RJ	sertaneja	44.349
Interativa! Pop e Sertanejo	Cândido Mota	SP	hits	31.799
Estação Pop	Curitiba	PR	pop rock	28.696
Rádio Atlanta Sertaneja	Cuiabá	MT	sertaneja	27.583
Lembrança Flashback	Mossoró	RN	flashback e adulta	27.170
Bons Tempos	Rio de Janeiro	RJ	flashback e adulta	24.888
Rádio Cordeiro de Deus	São Paulo	SP	gospel	21.014
Hits Pop Rock	Rio de Janeiro	RJ	pop rock e hits	20.476
Amor	Rio de Janeiro	RJ	românticas e adulta	19.518
A Mais Sertaneja	São Paulo	SP	sertaneja	18.848

²² <http://www.soflashback.net>. Data de acesso: 14/06/2013.

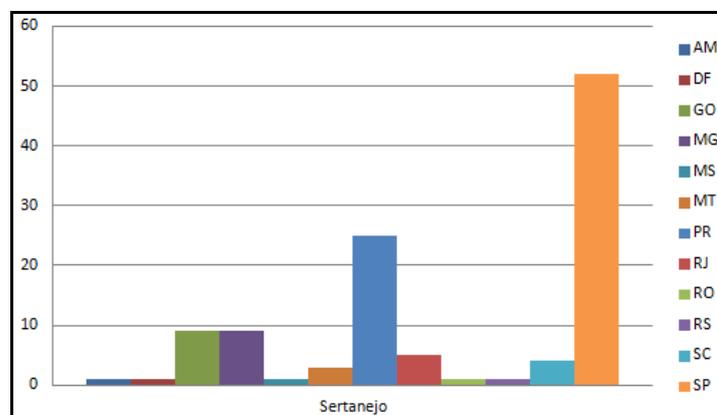
²³ <https://www.facebook.com/pages/R%C3%A1dio-S%C3%B3-FlashBack/206603166026679>. Data de acesso: 03/07/2013.

Samba e Pagode	Rio de Janeiro	RJ	samba-pagode	18.508
Rádio Sara Varginha	Varginha	MG	gospel	15.395
Rádio LouvAção	Indaiatuba	SP	gospel	14.646
Rádio Mega Som	Caxias do Sul	RS	pop rock, jovem, hits	14.404
Mkk Web Rádio	São Paulo	SP	adulta	14.384
Instrumental	Rio de Janeiro	RJ	instrumental e adulta	13.880
Brasil Musical	Rio de Janeiro	RJ	MPB	12.963
Rádio Acervo Web	Porto Alegre	RS	flashback, oldies e adulta	10.510

Fonte: dados da pesquisa, 2013.

4. Segmentos das webrádios²⁴

Existem vários tipos de classificação das emissoras de rádio por tipo de programação. Uma delas aponta seis tipos de estações²⁵: adulta, corporativa, news, pop, popular e religiosa. Nas emissoras populares, a música sertaneja é o carro-chefe de grande parte das rádios hertzianas brasileiras. Nas principais capitais e regiões metropolitanas do país, 47% dos ouvintes de rádio afirmam escutar o gênero com frequência. A classe C é maioria (52%) entre os ouvintes do sertanejo, seguida das classes AB (36%) e DE (12%)²⁶. Algumas emissoras têm feito a opção de focar exclusivamente nesse segmento, que tem atraído grandes audiências. No entanto, nas webrádios brasileiras, o sertanejo não tem grande força, como aponta o gráfico a seguir, pois em alguns estados sequer está presente²⁷:



Fonte: dados da pesquisa, 2013.

Nas webrádios a programação é bem variada, já que a internet é o espaço apropriado para os conteúdos altamente especializados. A pesquisa deste trabalho aponta a existência de 87 segmentos diferentes das webrádios brasileiras. Alguns segmentos, provavelmente, devem ser muito semelhantes, como “rock” e “rock’n roll”, por exemplo, mas achamos melhor não agrupá-los, já que

²⁴ Utilizamos aqui a mesma nomenclatura “segmento” presente no portal radios.com.br, sem fazer qualquer distinção com formato, gênero, etc.

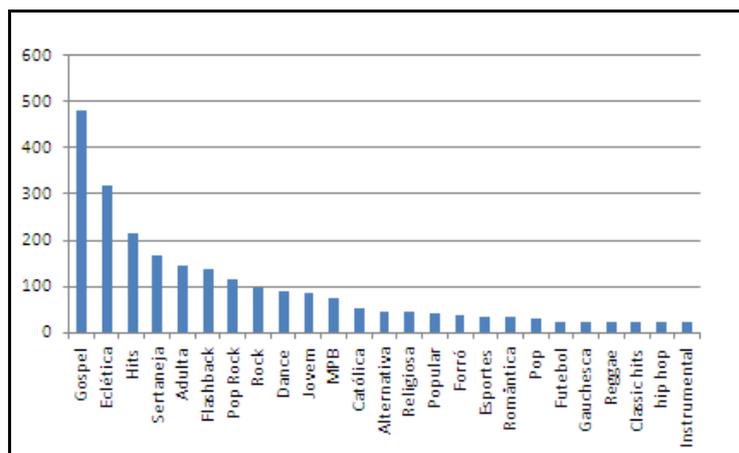
²⁵ <http://gabrielpassajou.wordpress.com/2009/01/23/quantos-tipos-de-radio-existem-no-brasil/>. Data de acesso: 13/06/2013.

²⁶ <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/47-dos-ouvintes-de-radio-escutam-musica-sertaneja.aspx>. Data de acesso: 10/06/2013.

²⁷ Os estados que não aparecem no gráfico é porque não têm qualquer webrádio cujo segmento principal seja o sertanejo.

foi a própria emissora que fez a diferenciação. É a seguinte a lista dos segmentos presentes, por ordem alfabética: Adulta, Alternativa, Blues, Bossa Nova, Brega, Business, Carioca, Católica, CHR, Christian Contemporary, Christian Music, Christian Rock, Classic, Classic Hits, Classic Rock, Classical, Classical Rock, Comedy Show, Comunitárias, Country, Dance, Easy Listening, Eclética, Espanhol, Espírita, Esportes, Étnica, Financial, Flasback, Folclore, Forró, Funk, Funk Carioca, Futebol, Gauchesca, Gospel, Hip Hop, Hits, Indian Music, Infantil, Instrumental, Jazz, Jornalismo, Jovem, Judaica, Latin Hits, MPB, Multi Cultural, New Age, New Rock, Nostalgia, Old School, Oldies, Pagode, Pop, Pop Português, Pop Rock, Popular, Programação Italiana, Programação Asiática, Programação Espanhol, Punk, R&B, Reggae, Religiosa, Rock, Rock'n Roll, Romântica, Samba, Samba-Pagode, Sertaneja, Smooth Jazz, Soft Rock, Soul, Talk News, Techno, Top 40, Trance, Tribal, Trilhas Sonoras, Tropical, Underground Music, University, Urban Contemporary, Variety, World Music.

O gráfico a seguir aponta os segmentos mais presentes nas webrádios brasileiras:



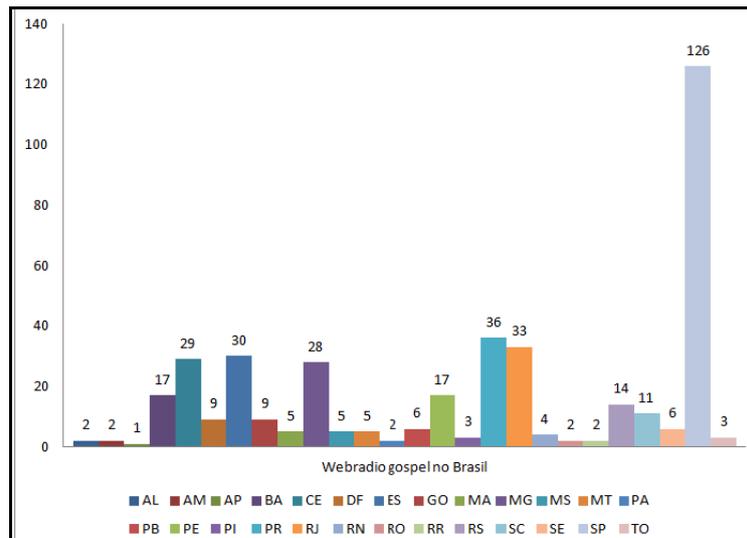
Fonte: dados da pesquisa, 2013.

O sertanejo figura entre os quatro segmentos mais destacados, mas o gospel é a marca predominante da webrádio brasileira, de acordo com a pesquisa. A grande presença de emissoras do segmento gospel é uma tendência não apenas nas webrádios do país, mas também no rádio hertziano em geral. Emissoras tradicionais, tanto no AM, quanto no FM, estão cedendo suas frequências para programações religiosas, principalmente evangélicas. O Censo Demográfico de 2010²⁸ aponta que o número de brasileiros evangélicos aumentou 61,45%, em dez anos, em todo o país. Em 2000, cerca de 26,2 milhões se disseram evangélicos, ou 15,4% da população; em 2010, eles passaram a 42,3 milhões, ou 22,2% dos brasileiros. Mesmo com o crescimento evangélico, o Brasil ainda tem maioria católica, mas o número deles vem diminuindo drasticamente.

²⁸ Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), disponíveis em <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2012/06/numero-de-evangelicos-aumenta-61-em-10-anos-aponta-ibge.html>. Data de acesso: 28/06/2013.

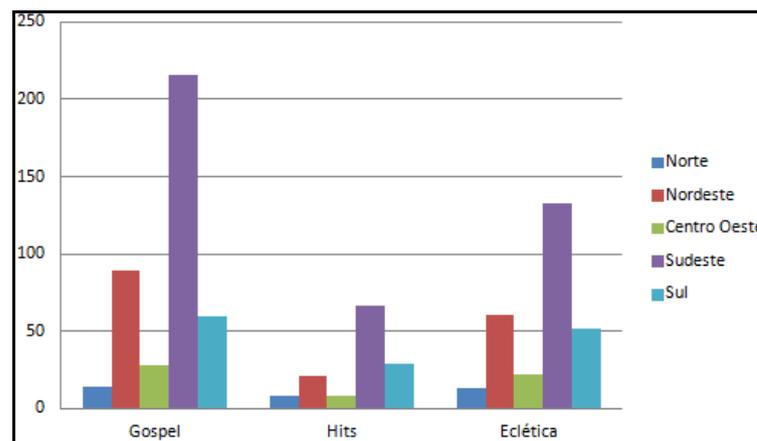
Uma matéria da revista *Veja* sobre o crescimento evangélico, aponta: 66% do público é feminino, 56% são da classe C, pelo menos 600 rádios hertzianas transmitem música gospel no país, há 128 gravadoras gospel no Brasil. Segundo o texto, o gospel apresenta um crescimento de 8% ao ano com relação à venda de CDs é o que menos sofre com a pirataria, pois os cristãos consideram pecado prejudicar o seu artista preferido²⁹.

O gráfico a seguir aponta a presença das webrádios gospel no país por estados, notadamente em São Paulo:



Fonte: dados da pesquisa, 2013.

Além do gospel, dois segmentos têm grande força na webrádio brasileira: hits e eclético. O gráfico a seguir aponta a configuração dos três segmentos mais presentes na webrádio como um todo, por regiões do país:



Fonte: dados da pesquisa, 2013.

Vale a pena destacar também os 17 segmentos que aparecem apenas uma única vez, em uma única webrádio: Business-Financial, Carioca, Classical Rock, Espanhol, Étnica, Indian Music,

²⁹ Fonte: Deus é Pop. Revista *Veja*. 22/05/2012.

Infantil, Judaica, Latin Hits, New Age, Pop Português, Programação Italiana, Programação Asiática, Programação Espanhol, Soft Rock, Tribal e Underground Music. Certamente, estas emissoras representam a própria identidade da webradio, rádios com conteúdo fortemente segmentado, que não encontrariam espaço no meio hertziano.

Uma dessas emissoras é a Show de Negócios, a única webradio brasileira que tem o *business-financial* como segmento principal. O endereço da rádio, com sede em São Paulo, é www.showdenegocios.com.br. Além da programação ao vivo e dos podcasts disponíveis, a rádio oferece vídeos de palestras e enquetes em que os temas principais são negócios, administração, economia e gestão de pessoas.



Imagem da *homepage* da webradio Show de Negócios

Considerações finais

Este panorama inicial da webradio no Brasil nos permite afirmar que é crescente, no país, o número de emisoras de rádio com existência exclusiva na internet, com mais de duas mil estações na rede. Ainda que esta investigação não tenha alcançado os proprietários das emisoras, é possível apontar que não apenas os tradicionais radiodifusores brasileiros estão presentes na webradio, mas também os iniciantes, os pequenos, as escolas, as associações, as minorias e muitos daqueles que não teriam chance de uma concessão e de meios de emissão em espaço hertziano.

Além disso, podemos concluir que a radiofonia na internet repete os modelos existentes no meio tradicional, não sendo possível verificar, por meio da pesquisa, qualquer novidade que se configure como uma webradio em que os usos sonoros, textuais e imagéticos estejam sendo feitos de maneira absolutamente inédita.

A pesquisa aponta que a webradio brasileira, no tocante à localização geográfica e ao número de acessos, replica o mesmo modelo hertziano que privilegia as regiões Sudeste e Sul do país, em detrimento do Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

Já com relação à programação, o gospel é a marca da webradio, certamente o espaço encontrado por igrejas de todas as denominações para chegarem a seus fiéis. Obviamente que esta questão da programação religiosa do rádio brasileiro deve ser melhor analisada numa pesquisa específica, para se verificar a presença da igreja – tanto católica, quanto evangélica – e sua influência nas concessões, programação, força de atração do público, etc.

Por fim, queremos destacar que, aos 15 anos, a webradio brasileira aponta para um crescimento vigoroso, ampliando o leque de segmentos e de emissores, mas que necessita encontrar, urgentemente, os novos modos de fazer rádio de acordo com as amplas possibilidades oferecidas em meio digital.

Referências

BUFARAH, Álvaro. O pioneirismo do rádio levado à Internet brasileira. In: HAUSSEN, Dóris Fagundes e CUNHA, Márgda. *Rádio brasileiro: episódios e personagens*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa, 2001.
_____. *La radio en Internet – de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

DEL BIANCO, Nélia. *Rádio e o cenário da convergência tecnológica*. In: DEL BIANCO, Nélia. (Org.) *O rádio brasileiro na era da convergência*. São Paulo: Intercom, 2012.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21*. Santos: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora, 2007.

<http://gabrielpassajou.wordpress.com/2009/01/23/quantos-tipos-de-radio-existem-no-brasil/>. Data de acesso: 13/06/2013.

<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2012/06/numero-de-evangelicos-aumenta-61-em-10-anos-aponta-ibge.html>. Data de acesso: 28/06/2013.

http://gpradio.com.br/90anos/wp-content/uploads/2012/09/Ibope%20Media_Webradio_24_09_12.pdf. Data de acesso: 27/06/2013.

<http://gpradio.com.br/90anos/wp-content/uploads/2012/09/IPSOS%20Marplan%20-20Evolu%C3%A7%C3%A3o%20Radio%202012.pdf>

<http://noticias.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2012/05/15/fms-mais-ouvidas-do-pais-sao-de-musica-para-povao-veja-ranking.htm>. Data de acesso: 20/05/2013.

<http://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/3-cebrian-herreros-pt.pdf>. Data de acesso: 03/06/2013.

<http://radiatorinho.com.br/>

<http://www.abert.org.br/site/index.php?/Artigos-Abert/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-radio-e-televisao-licencas-outorgas-taxa-de-penetracao-receitas-e-receptores.html>. Data de acesso: 25/06/2013.

<http://www.audiofive.com/blog/quantas-radios-tem-no-brasil/>

<http://www.conexaominicom.mc.gov.br/noticias/1377-vamos-chegar-a-um-computador-por-habitante>

<https://www.facebook.com/pages/R%C3%A1dio-S%C3%B3-FlashBack/206603166026679>. Data de acesso: 03/07/2013.

<http://www.gpradio.com.br/con-area.aspx?id=3>. Data de acesso: 31/07/2012.

<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/47-dos-ouvintes-de-radio-escutam-musica-sertaneja.aspx>.

Data de acesso: 10/06/2013.

<http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/radiodifusao/dados-gerais>. Data de acesso 25/06/2013.

<http://www.meiosepublicidade.pt/2007/11/a-radio-em-2015-sera-uma-pagina-na-net/>. Data de acesso: 15/06/2013.

<http://www.radios.com.br/cnt/resultado/33/web/Brasil>. Data de acesso: 30/05/2013.

<http://www.valor.com.br/cultura/3144464/pelas-novas-ondas-do-radio#ixzz2UsPSsz4h> Data de acesso 23/06/2013.

<https://www.facebook.com/radioellafm>

<https://www.radios.com.br>

<http://www.soflashback.net>. Data de acesso: 14/06/2013.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. *O rádio sem onda. Convergência digital e novos desafios na radiodifusão*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

PRATA, Nair. *Webradio: novos gêneros, novas formas de interação*. Florianópolis: Insular, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das mídias*. 4a. ed. São Paulo: Experimento, 2003.