# RadCom nas infovias: estudo da transposição de rádios comunitárias do Estado de São Paulo para a Internet[1] [2]

Gisele Sayeg Nunes FERREIRA[3]

**RESUMO**
O artigo apresenta dados de pesquisa realizada junto a 304 rádios comunitárias autorizadas a operarem no Estado de São Paulo e que também estão presentes na Internet. O objetivo é ampliar as discussões relacionadas ao papel e ao funcionamento das rádios comunitárias, agora na ambiência da Internet, verificando quais as novas possibilidades de interação e participação e discutindo seu papel no processo de redefinição de espaços na contemporaneidade. Entre outros pontos, o estudo demonstra que, na Internet, as RadCom 1) ainda trabalham a interface, predominantemente, a partir da tela estática, reproduzindo aspectos gráficos dos modelos impressos; 2) apesar de a maioria divulgar o áudio transmitido no dial, poucas emissoras publicam arquivos sonoros; 3) apesar dos novos espaços de participação propiciados pelo ambiente digital, essa participação ainda é restrita e controlada.

**PALAVRAS-CHAVE**: Internet; rádio comunitária; transposição; interface; participação.

Este artigo apresenta dados de pesquisa realizada junto a 304 RadCom autorizadas a operar no dial mas que também possuíam *sites* na Internet, localizadas no período de junho de 2010 a 16 de janeiro de 2012. Esse número representa 53,15% das 572 autorizadas ou com processo em andamento, até a data final estabelecida para levantamento do *corpus*. Todas foram acessadas e analisadas ao menos três vezes, até junho de 2012, em dias e horários distintos, para aplicação de pesquisa-questionário quanti-qualitativa, com distintas questões distribuídas em cinco eixos centrais: *design* da página; domínios; produção de conteúdo e outros serviços (como uso de aplicativos e marcadores); presença nas redes sociais; e identificação da emissora. Durante o levantamento, o nosso objeto impôs a sua fluidez e descontinuidade, o seu deslocamento em aceleração. No entanto, mesmo sendo registro de um período específico, aponta tendências sobre as RadCom na Internet que estão na ordem do dia.

No que diz respeito ao *domínio*, a maioria das emissoras (84,54% delas, 257 RadCom) utiliza *sites* pagos, predominantemente com terminação *.com.br*. Há exceções, e algumas

[1] Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Manaus, AM, de 1 a 7/9/2013.
[2] Este artigo apresenta dados de pesquisa que compõe a Tese de Doutorado "Do *dial* para a *web*: as RadCom legalizadas nos fluxos dos espaços em rede", defendida em outubro de 2012 na PUC-SP (FERREIRA, 2012).
[3] Jornalista, Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, integrante do Grupo de Pesquisa ESPACC (Espaço-Visualidade / Comunicação-Cultura). E-mail: gisele.sayeg@gmail.com.

chamam a atenção, como a Voice FM (87,9 MHz, < http://voicefm.in/ >, Mendonça-SP), por exemplo, que utiliza extensão *.in*, da Índia, provavelmente em função do preço do servidor de *streaming* e hospedagem. Sem dúvida, causam certa estranheza o nome em inglês e o domínio indiano da rádio, cujo endereço na *web* só foi possível localizar por meio da página da Prefeitura da cidade.

Apenas cinco das emissoras pesquisadas possuem domínio URL (sigla em inglês de *Uniform Resource Locator*) *.org* que, apesar de ser usado por *sites* pessoais e comerciais, é reconhecido como domínio de confiança, tendo sido inicialmente destinado a organizações sem fins lucrativos ou de caráter não comercial, em contraposição ao comercial *.com* (e, por extensão o *.com.br*). Outras oito emissoras utilizam a extensão *.fm.br*, também paga, normalmente relacionada a projetos ligados a rádios e *webradios*.

Embora os registros *.com* tenham sido, em seus primórdios, oficialmente destinados a designar entidades comerciais, eles acabaram se popularizando, sendo usados, hoje, por toda a sorte de instituições, até mesmo, como percebemos neste levantamento, pela maioria das RadCom na *web*, do Estado de São Paulo. No entanto, sua escolha para identificação do *site* (o endereço) na Internet, não reflete e não coaduna com o que as emissoras legalizadas representam no *dial*, ou seja, entidades não comerciais, sem fins lucrativos.

Outras onze disponibilizam o áudio transmitido no *dial* ou mesmo algum tipo de conteúdo graças às parcerias que estabelecem com jornais impressos, portais de Prefeitura ou mesmo de igrejas com as quais as emissoras e fundações estão ligadas, por exemplo a página da rádio Manancial FM (104,9 MHz, <http://igrejapenielpp.com.br/>, Presidente Prudente-SP). O *player* da emissora está publicado na página da Igreja evangélica Peniel, sediada na mesma cidade, cujo pastor, José Batista, é o representante da Associação Comunitária Educacional, Cultural e Beneficente Manancial, responsável pela manutenção da RadCom.

Nesse caso, há claramente uma associação de caráter religioso, o que é proibido por Lei. Para ouvir a emissora é preciso clicar sobre o ícone que abrirá o *player* em nova aba. Mas, ouvir a emissora não significa abandonar a página da igreja: a sonoridade da RadCom é apenas mais um dos elementos que compõem a visualidade do *site* e a sua sonoplasticidade (FERREIRA, 2012) se constrói, em grande medida, contida e moldada por esses elementos.

Finalmente, entre os domínios não pagos predominam as páginas na plataforma gratuita de *blogs* Blogger.com. O sistema oferece endereço gratuito (subdomínio), o chamado

*blogspot.com.br*[4], e também oferece registro próprio. Trata-se de uma das ferramentas de publicação mais utilizadas na Internet, por ser de fácil usabilidade e *design* simples, dispensando a codificação manual das postagens. Das 36 páginas de RadCom em plataformas gratuitas, 17 delas são no Blogger.

As RadCom analisadas possuem um *design* de página bastante conservador, na medida em que ainda trabalhaM a interface[5] a partir da tela estática[6], em especial com a reprodução dos aspectos gráficos que caracterizam modelos de meios impressos. A diagramação em colunas (246 emissoras, 80,92% dos casos), predominantemente em três (47,04% das emissoras), o uso do texto escrito sobre a página em branco e a hierarquia de conteúdo (NELSON, 2000) corroboram essa reprodução.

Adotamos nesse trabalho os termos *off-line* e *off-line e on-line* em seu sentido estrito, como critérios de análise que dessem conta de abarcar duas experiências distintas do nosso objeto, relativas à forma de apresentação na *web*. As RadCom *off-line* são aquelas autorizadas a operar no *dial*, que possuem página no *www*, mas não disponibilizam o áudio, podendo ou não divulgar arquivos sonoros. Já as *off-line e on-line* são as legalizadas que estão na rede e que também disponibilizam o áudio da programação da emissora, divulgando ou não arquivos sonoros. Em nosso levantamento, detectamos 16,45% (ou 50 emissoras) de RadCom *off-line*. Em mais da metade desses casos há o ícone oferecendo o áudio, mas o botão *player* está inoperante. Ou seja, nesses casos o *player* confere visibilidade à sonoplasticidade ausente da RadCom.

Apenas 41 emissoras (13,49%) dispensam o uso do Menu na composição das interfaces, muito provavelmente por falta de conteúdo a oferecer. A maior parte das RadCom utiliza o Menu horizontal, quase sempre, centralizado (111 emissoras, 58,55% do total). Esse formato tem como propósito organizar o conteúdo e guiar o usuário em sua navegação. O *player*, por outro lado, na maior parte das vezes, está instalado no canto superior esquerdo da página, pouco acima do menu horizontal e central e, na maioria delas, é acionado ao ser carregado (167 emissoras, 54,93%). Em 58,27% das emissoras *off-line* e *on-line* (148 RadCom), o *player* não abre janela ou aba, mas permite a navegação pelas páginas. Nesses

[4] Desde o dia 16 de março de 2012, todos subdomínios do Blogger tiveram adicionado o *.br* a seus endereços.

[5] Interface aqui entendida não como superfície, mas como *softwares* que atuam como tradutores entre computador e usuário, mediando as duas partes e tornando uma sensível à outra (JOHNSON, 2001, p. 17, 2003, p. 79-80). Nessa perspectiva, temos uma relação semântica com a interface.

[6] Ou seja, fortemente centrada na representação de uma mídia em outra (BOLTER; GRUISIN, 2000), constituindo-se, muitas vezes, ainda em mera reprodução de apresentação em PowerPoint: "Often these media types – which may include text, graphics, photographs, video, 3D scenes, and sound – are situated within what looks visually as a two-dimensional space. Thus a typical web page is an example of multimedia; so is a typical PowerPoint presentation. Today, at least, this is the most common way of structuring multimedia documents" (MANOVICH, 2008, p. 73)

casos, o espaço liso e contínuo do som contrasta e ultrapassa a hierarquização e a diagramação estática das páginas, que funcionam como demarcações. Em contrapartida, em 14,57% das emissoras pesquisadas, o *player* funciona apenas na interface principal, sendo interrompido durante a navegação no *site*.

A maioria das emissoras localizadas em nossa pesquisa (254 emissoras, 83,55%) pode ser classificada como *off-line e on-line*, isto é, publica *on-line* o áudio transmitido pelo espectro eletromagnético, não sendo necessário, na maior parte dos casos (54,93% do total das RadCom na *web*) clicar em qualquer ícone ou mensagem para ouvi-la. Na quase totalidade dos *sites*, a programação do *dial* é fornecida em Windows Media Player, entrando em simultaneidade com a abertura da página. Grosso modo, isso significa que, na Internet, há uma similaridade com o modo de acesso da programação radiofônica transmitida pelo espectro na medida em que, nos dois casos, o ouvinte-internauta acaba por perfazer os mesmos passos básicos: 1) ligar o suporte (receptor de rádio ou computador); 2) localizar a emissora (procurar a frequência no *dial* ou digitar o endereço na *web*).

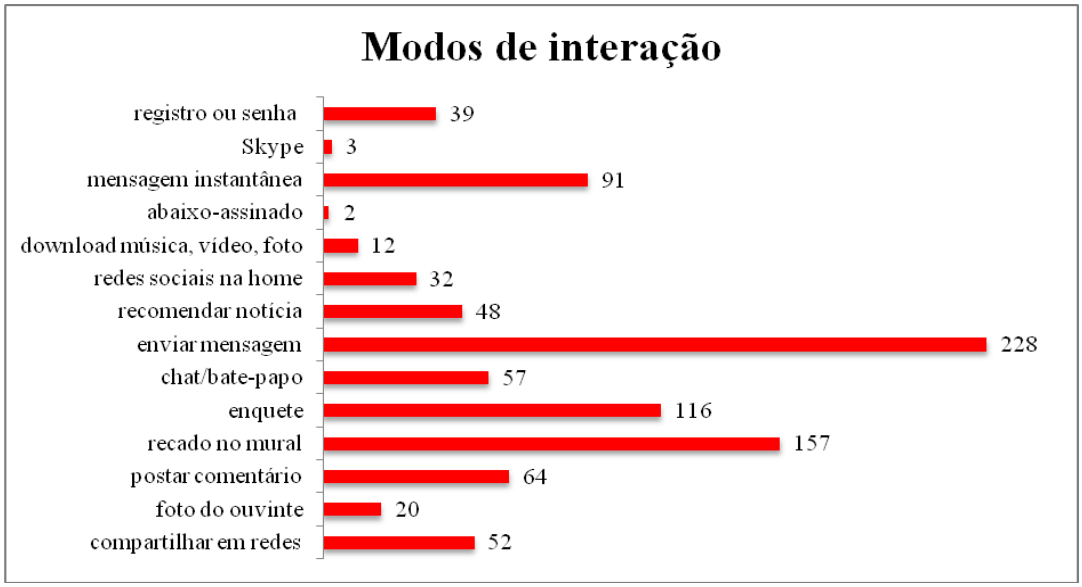
Em 34,25% das 254 RadCom que disponibilizam o áudio na *web* (ou 28,62% do total), no entanto, incorpora-se um passo a mais a esse processo: após ligar o computador (passo 1) e digitar o endereço (passo 2) é preciso ainda localizar e clicar sobre o ícone que leva ao *streaming* de áudio (passo 3). Se, no primeiro caso, ou seja, quando a programação sonora da emissora surge concomitantemente ao carregamento da página, a importância da força do áudio é preservada, no segundo caso, isto é, aquele que exige clicar sobre o ícone, a programação analógica também está hierarquicamente subordinada em relação aos demais elementos, por exemplo, textos escritos, vídeos, fotos etc.

A força do sonoro não se restringe aos *sites* que têm o áudio da emissora como único e/ou principal elemento. Outras onze RadCom (quase 4% do total) lançam mão da sonorização[7] do *site* como elemento de construção de sentido. São casos em que algum tipo de som (vinhetas da própria emissora, trilhas sonoras ou ruídos) é utilizado para composição da página, na maioria das vezes por meio do seu disparo automático (quando o elemento sonoro é acionado assim que o usuário acessa a página) ou mesmo do disparo localizado (quando o elemento sonoro vem à tona com a ação do usuário), geralmente, com a característica da repetição sonora (quando o mesmo elemento sonoro aparece a cada ação do usuário na página).

[7] Não consideramos "sonorização" a publicação do áudio da emissora nem a publicação de arquivos sonoros (com música ou programas), que podem ser acessados por meio de *links* específicos.

Por outro lado, em 280 emissoras pesquisadas (92,10% do total) há alguma possibilidade de participar ou até mesmo de interagir no *site* (ver modalidades no Gráfico 1), embora essa participação ainda esteja fortemente restrita aos mesmos níveis observados nas RadCom do *dial* (FERREIRA, 2006; FERREIRA, 2012). Na maioria dos casos (71,05% das emissoras), o usuário envia *e-mails*, *mensagens escritas privadas* (não são publicadas) com sugestões, pedidos de música etc. Do mesmo modo que os *recados no mural* ou os *comentários*, as mensagens escritas não se diferenciam, em essência, da participação no *dial* por meio de recados, cartas ou mesmo por telefone.

**Gráfico 1 – Modos de interação**




Em outras 157 (mais de 51% do total), o usuário pode publicar *recados* em espaços específicos, normalmente denominados "Mural de Recados", no qual é possível pedir músicas, apresentar reclamações e sugestões, mandar recomendações etc. Os recados são, usualmente, dispostos em cronologia reversa e podem ou não trazer nome, *e-mail* e localização do internauta. Eles podem ser exibidos com destaque na interface principal, ou ficarem "escondidos" em uma página interna, uma segunda camada, exigindo, para serem acessados, clicar em um dos ícones do *menu*.

Outra modalidade de participação é a postagem de *comentários*, disponível em 21,05% das RadCom na *web* (64 emissoras). A diferença dos *comentários* em relação aos *recados* é que, no primeiro, o usuário apresenta sua opinião sobre textos, fotos ou vídeos predeterminados pelo administrador da página, enquanto, no segundo caso, ele pode opinar

sobre qualquer tema de seu interesse. Nas duas modalidades, com raras exceções, trata-se de um ambiente de participação controlada, uma vez que cabe ao administrador autorizar ou não o que será publicado. Porém, apesar da possibilidade de controle por parte do administrador da página, estamos diante de espaços que podem propiciar trocas e embates, tanto entre seus usuários quanto entre usuários e dirigentes/locutores da emissora.

Por outro lado, também muito comuns no *dial*, 116 RadCom (38,16% do total) divulgam *enquetes* com toda a sorte de temas, desde o estilo musical preferido pelo ouvinte e os melhores programas, até questões relativas ao cotidiano da comunidade, por exemplo, leis que estão sendo votadas pelos vereadores, decisões tomadas pela prefeitura etc.

Os diferentes tipos de articulações que emergem dos *recados*, *e-mails*, *comentários* postados e até mesmo das *enquetes* nas RadCom na *web*, de certo modo, podem ser associados às múltiplas possibilidades de interlocução propiciadas pelo uso do telefone no *dial*, em mensagens ao vivo ou gravadas, editadas ou não.

No que diz respeito às *mensagens*, *recados* ou *comentários*, o modelo de operação em sistema fechado, adotado pela maioria absoluta das RadCom do Estado de São Paulo localizadas na *web*, permite fácil associação com os quatro tipos de interlocução apontados por Fernández (1994) em relação ao uso do telefone no *dial*. De modo semelhante à sua dinâmica no *dial* (FERREIRA, 2006), o modelo adotado na Internet parece confinar o ouvinte/usuário ao *segundo* nível de participação delineado por Peruzzo (1998), ou seja, à participação nas mensagens, sem qualquer ingerência sobre a produção e definição de conteúdo, compartilhamento etc.

Certamente, trata-se de um paradoxo, pois a "vida digital" não se resume a isso. Na cultura de redes o ouvinte dá lugar ao *prosumer* ou *produser*, não apenas um ouvinte/receptor, mas também um interator, produtor e multiplicador de conteúdo. A própria configuração da Internet abre múltiplas cenas de interlocução, favorecendo a imprevisibilidade daquela articulação que se dá por meio da "nivelação, por baixo, emissor-receptor" (FERNÁNDEZ, 1994) ou mesmo de sistemas emergentes *bottom-up* (JOHNSON, 2003) que operam em contraposição aos sistemas *top-down* das mídias tradicionais.

Algumas emissoras, no entanto, começam a ampliar em suas páginas na *web* as possibilidades de interação ou de apropriação ou por parte do usuário oferecendo espaços como *chats*, programas de *mensagens instantâneas*, arquivos para *download*, a publicação de *fotos de ouvinte*, entre outras. Em 57 emissoras, por exemplo, é possível conversar *on-line* (ou "teclar") com outros usuários ou com locutores por meio de *chats* ou salas de bate-

papo. São espaços de interação em que a troca é simultânea e direta, podendo envolver mais do que duas pessoas ao mesmo tempo. Embora, usualmente, exijam algum tipo de cadastro e possam estar sob certo controle do administrador da página, as mensagens são marcadas pela imprevisibilidade, por serem, quase sempre, instantâneas, públicas e visíveis na página. Em quase 30% dos casos (91 emissoras), o usuário pode utilizar comunicadores instantâneos como o MSN Messenger e seu sucessor Windows Live Messenger, ou ainda o concorrente Yahoo! Messenger. Trata-se de programas que permitem a troca de mensagens escritas, por voz ou mesmo por vídeo, podendo envolver duas ou mais pessoas. Três emissoras utilizam o Skype, *software* que permite comunicação via Internet através de conexões de voz sobre IP (VoIP).

Aparentes emulações das cartas, telefonemas e mesmo das interações face a face do rádio no *dial*, esses novos espaços de interlocução traduzem, na realidade, mudanças em relação às formas tradicionais de participação da audiência das RadCom no espectro, principalmente, telefones e cartas. Primeiro, porque não se restringem à interlocução direta de apenas duas pessoas; segundo, porque em função do custo aparentemente inexistente (conexão via Internet), em relação à telefonia, permitem participação mais intensa de moradores de outras localidades; finalmente, porque permitem integração com vídeo, (em "videoconferências"), num simulacro da interação face a face que estrutura a comunidade.

Por outro lado, 20 RadCom na *web* publicam *fotos de ouvinte*, ou seja, oferecem a possibilidade de o ouvinte ter sua foto divulgada na página da emissora em espaços específicos como "o ouvinte do mês", "aniversariantes" etc. Ele também já não é mais apenas uma eventual "voz descorporificada", um índice nas pesquisas de opinião, mas está "fisicamente" (ainda que em *zeros* e *uns*) presente, muitas vezes com um pequeno perfil.

Quarenta e oito (15,79% do total) RadCom na *web* permitem *recomendar* notícias, imagens, vídeos ou mesmo o *site*, isto é, que um usuário envie a outro um *e-mail*, sugerindo a leitura de determinada página ou informação. Em 52 emissoras (17,10%) também é possível compartilhar a informação em redes sociais.

Aliás, 32 emissoras reproduzem na interface principal *posts* do Facebook. Em alguns casos, o *plug-in* social do Facebook tem destaque na *home*, com mais visibilidade até do que o próprio *menu*, que leva ao histórico da RadCom, à programação e apresentação dos locutores, ou ao espaço para o envio de mensagens. E, ao apoiar-se na dinâmica das redes sociais e das mensagens instantâneas, acaba por se colocar na contramão da lógica que estrutura a própria ideia de "*site*" e que vemos reproduzida na maior parte das RadCom que

localizamos na Internet. Isso porque, assim como os portais, os *sites* operam na lógica da acumulação, hierarquização e padronização de conteúdo; da estratégia centralizada; da interação "controlada"; do sistema *top-down* das mídias tradicionais. Já nas redes sociais, temos a movimentação permanente e os sistemas adaptativos complexos de comportamento emergente que operam na lógica *bottom-up* (JOHNSON, 2003).

Nas redes, os usuários não apenas *participam*, mas, *fazem parte*, considerando aqueles parâmetros que marcam a participação nas RadCom, mas também ultrapassam o próprio modelo transmissão-publicação-recepção, realizando uma série de novas operações, que incluem "incorporar, anotar, comentar, responder, distribuir, agregar, *upload*, *download*, copiar e compartilhar" (MANOVICH, 2008, p. 203).

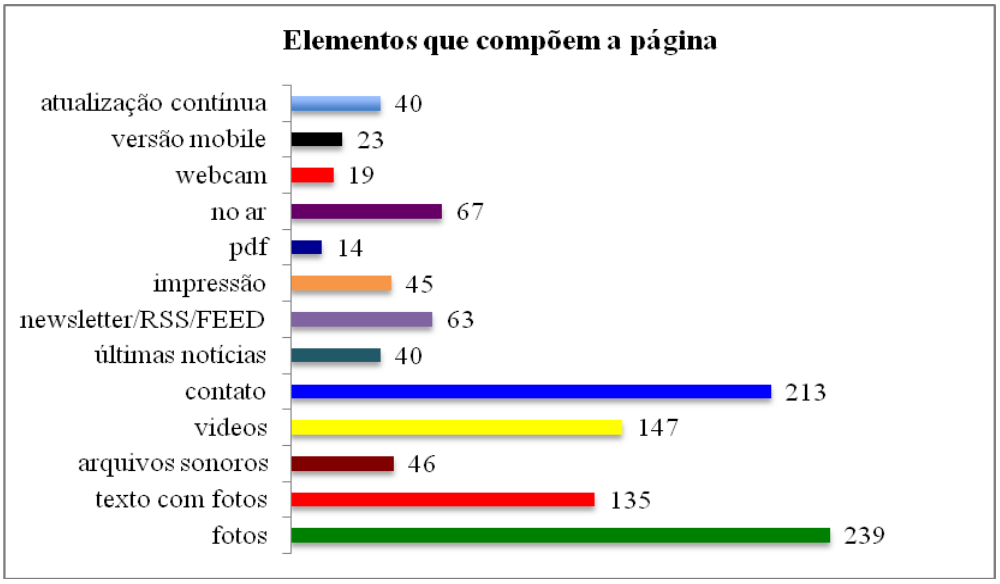
A publicação do conteúdo das redes na *home* tem um outro papel importante: atualizar a página continuamente com conteúdo mais próximo e relacionado à dinâmica das RadCom. Explica-se: o levantamento aponta que somente 40 emissoras na *web* (13,16%) possuem algum conteúdo dessa natureza (ver Gráfico 2). Em todos os casos, no entanto, as rádios reproduzem notícias publicadas por grandes portais como G1, Folha, Uol, etc., isto é, conteúdo atualizado de terceiros, distante da realidade das pequenas e médias localidades. Por outro lado, os *plug-ins* das redes sociais permitem alterações mais constantes e com temas relacionados à emissora. Assim, de algum modo, são atualizações ligadas à comunidade na qual está inserida, na medida em que os seus perfis em rede tendem a reunir comunidades de interesses, que operam como afirmadores da noção de pertencimento (FRAGOSO, 2008).

Em doze emissoras (3,95% do total) é possível fazer *download* de músicas, textos ou vídeos. Tais experiências não apenas operam no sentido de ampliação do nível de participação, mas também representam uma nova etapa na relação com o usuário, agora elevado ao nível de *prosumer* (TOFFLER, 1980) ou, ainda, de *interator*, ou seja, de usuário-autor de conteúdo imerso em ambientes digitais que, em muitos casos analisados, tem dimensão *interativa* (MURRAY, 2003, p. 149-151)[8].

Vejamos alguns elementos que compõem as interfaces das RadCom e que também caminham nesse sentido. A possibilidade de impressão ou *download* em PDF e a disponibilização de arquivos sonoros são formas de permitir a apropriação de determinado conteúdo, assim como assinar as postagens do *site* permite o acesso ao conteúdo por outros meios, sem a necessidade de acessar a página (ver Gráfico 2).

[8] Murray fala ainda de uma dimensão *imersiva*, que trata da inserção do interator no processo.

**Gráfico 2 – Elementos que compõem a página**




No decorrer da pesquisa, percebemos dois movimentos significativos por parte das emissoras no sentido de se aproximar e acompanhar esse novo ouvinte/internauta em seu movimento pela cidade. Primeiro, notamos que algumas delas, que já haviam sido visitadas e ainda não dispunham do serviço, passaram a oferecer a versão *mobile*, para facilitar o acesso por meio de celulares e *tablets* (ver Gráfico 2). O segundo movimento, que também se tornou perceptível durante esta pesquisa, foi o crescimento no uso de *webcam* nos estúdios. Ainda que os números sejam pequenos, comparados à quantidade de RadCom na *web* – 23 oferecem a versão *mobile* e 19 possuem câmera no estúdio –, cremos que o aumento no uso desses instrumentos sinalizam um processo que reproduz o próprio comportamento do usuário em rede e parece irreversível.

A versão *mobile* facilita o acesso à emissora não apenas em qualquer lugar, mas também em movimento constante. Isso significa entender que, na cultura da portabilidade (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 224), celular não é sinônimo de telefone: é igual a rádio, TV, aplicativos, jogos etc., podendo *até* operar como telefone. Trata-se de uma nova forma de mobilidade: "a mobilidade por fluxos de informação, por territórios informacionais, que altera e modifica a mobilidade pelos espaços físicos da cidade, como a possibilidade de acesso, produção e circulação de informação em tempo real" (LEMOS, 2010, p. 161). Desse modo, a oferta de aplicativo específico para ouvir a emissora, ou mesmo a montagem

de *site* administrável[9] compatível com a versão *mobile*, perfila-se com uma tendência de alteração nos mecanismos de acesso e compartilhamento, advinda com a ascensão dos dispositivos móveis.

Durante a realização da pesquisa, apenas uma emissora oferecia *QR Code*[10] para acesso via celular, o que sinaliza, segundo Beiguelman, um outro patamar de conectividade, agora em uma escala sem precedentes, cada vez possível com a Internet das Coisas e a coisificação das redes (BEIGUELMAN apud MOHERDAUI, 2012, p. 45, grifos da autora).

A *webcam*, por sua vez, insere a relação locutor-ouvinte do *dial*, em uma outra dimensão. Não se trata mais de uma voz "descorporificada", mas de um *outro* que se *deixa ver* na execução de sua tarefa cotidiana, por isso, desmistificada. O território mágico (porque apenas imaginado), que sempre se configurou o estúdio de rádio, agora está às claras. Revela-se, desnuda-se diante de uma câmera, na maioria dos casos analisados, bastante semelhante às de vigilância, na crueza das imagens que transmite. Para Prata, o uso de *webcam* "é uma novidade na interação radiofônica, agregando novos elementos no encontro locutor/ouvinte, como o acompanhamento visual do estúdio e até a própria visualização da figura e do trabalho do locutor" (2009, p.216).

Porém, do modo como estão dispostas, na maioria das emissoras, as *webcams* permitem ao usuário apenas visualizar o locutor e não o contrário, em uma espécie de audiência passiva e silenciosa. Portanto, a mera presença da câmera no estúdio não implica, necessariamente, interação locutor-usuário Nesse novo espaço, um *outro*, mais ainda, *um semelhante*, pode tanto ignorar o usuário – encerrando-o no papel do *voyeur*, disperso que está em tarefas que parecem banais, porque desprovidas da magia anterior – quanto pode *simular vê-lo*, ao falar diretamente para ele, "olho no olho", por meio da câmera, em um simulacro da proximidade criada no rádio tradicional por meio da *performance* vocal.

Em algumas emissoras, no entanto, o uso de *webcams* e programas como MSN e Skype pode intensificar a aproximação e a interação entre usuário e locutor, permitindo que ambos *vejam* e *sejam vistos*. Trata-se de *potencializar* a aproximação porque, em essência, esta é uma das funções das RadCom no *dial*, legalmente estabelecida, qual seja, a de estarem abertas e próximas das comunidades nas quais estão instaladas. Também não nos esqueçamos de que, nas rádios comunitárias, ao menos teórica e legalmente, locutores,

[9] Hoje, existem *sites* administráveis, como BRLogic, por exemplo, que oferecem gratuitamente a versão *mobile*, recurso compatível com dispositivos iOS e dispositivos com navegadores que suportam Flash (como o Android).

[10] *Quick Response Code*, ou código de resposta rápida, foi criado em 1994 por uma empresa japonesa para identificar e rastrear veículos durante a fabricação. Trata-se de códigos bidimensionais (2D) que permitem encriptar URLs, textos, fotos etc., com grande capacidade de armazenamento de informação.

dirigentes, ouvintes estão ligados por laços de interesse e proximidade, imersos em uma comunidade de um quilômetro ao redor da antena. Portanto, trata-se de uma lógica que faz parte da cultura delas e que se *amplifica* na Internet, pois estar em rede é estar em *relação com*. Ainda que de modo canhestro, o uso das câmeras no estúdio, somado à publicação de versões *mobile*, aponta para a complexificação das relações em rede e da própria forma como a RadCom se constrói na *web* (ainda é rádio?), que já não pode mais ser resumida como mera extensão do *dial*. Mesmo no espectro, contaminada pela transposição para a rede, também a RadCom tradicional já não se enquadra naqueles limites do que nos acostumamos a chamar *rádio*.

A publicação de arquivos sonoros sinaliza nessa direção. Também chamados *podcasts* (MEDEIROS, 2009) ou *audiocasts* (PRADO, 2008), os arquivos sonoros podem conter programas editados ou na íntegra, produções especialmente criadas para a *web*, músicas, entrevistas, comentários etc. Assíncronos em relação à sua produção e veiculação, inexistem no *dial*. Apenas 46 emissoras pesquisadas (15,13% do total) publicam arquivos sonoros, predominantemente arquivos de músicas. Portanto, a maioria não utiliza nos próprios sites a matéria-prima básica da qual dispõe em abundância: programas que podem ser editados e publicados em forma de arquivos sonoros.

Retomando a questão de contaminação entre meios, percebemos um fenômeno interessante: 147 RadCom (48,35%) publicam arquivos em vídeo, número superior, portanto, àquelas que disponibilizam arquivos sonoros. Em muitos casos, são meras reproduções de *videoclipes*, com sucessos que compõem a programação da emissora. Mas também se destacam as produções de matérias e edições de imagens com conteúdos relacionados às questões locais, gravações de entrevistas nos estúdios das emissoras, imagens da cidade ou da comunidade etc., quase sempre publicados por meio do YouTube[11]. A contaminação aqui é evidente: o locutor/repórter ainda fala para os ouvintes do rádio tradicional, mas também se dirige a uma câmera de TV e ao usuário da Internet.

Dois outros elementos de composição que merecem reflexão são "atualização contínua" do *site* e a publicação das "últimas notícias". Não à toa, ambos foram registrados no mesmo número de páginas: 40 RadCom pesquisadas. Explica-se. Em contraposição à maioria de

[11] Destacam-se produções em vídeo da rádio Gazeta FM (105,9 MHz, <http://www.radiogazetaorlandia.com.br/>, Orlândia-SP). Criado em fevereiro de 2011, o perfil no YouTube, *gazetaor*, já havia publicado 129 vídeos em pouco mais de um ano (até julho de 2012), com toda a sorte de material: apenas imagens com sonorização denunciando uma rua esburacada; trechos de sessões na Câmara dos Vereadores da cidade; entrevistas concedidas em estúdio; entre muitos outros. Em meio a esse material, reportagens gravadas, ao mesmo tempo, para a emissora no *dial* e para a TV Web Gazeta, canal no YouTube.

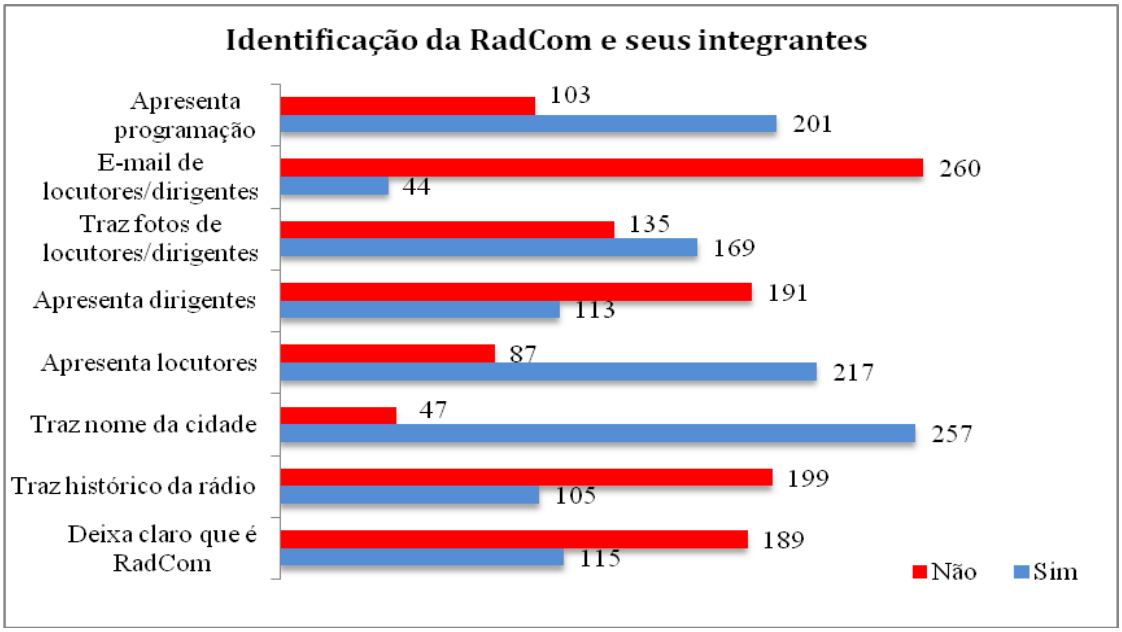
páginas estáticas localizadas por esta pesquisa, apenas 40 *sites* são atualizados continuamente, todos por meio de aplicativos como Uol, G1 ou Google, que reproduzem chamadas para informações mais recentes de grandes portais, ou seja, "últimas notícias".

**Gráfico 3 – Outros serviços**

A informação atualizada é cada vez mais importante na Internet (NOCI apud MOHERDAUI, 2012, p. 136), constituindo-se a própria dinâmica da rede. Nenhum usuário acessa várias vezes o mesmo conteúdo estático, sem atualização, porque perde o interesse diante da repetição da informação. Ocorre que, nas 40 emissoras aqui localizadas, essa atualização é produzida por terceiros, quase sempre com teor de caráter internacional, nacional ou estadual, muito distante da problemática local. Outros serviços, também produzidos por terceiros, dos quais as RadCom lançam mão para atualizar as páginas são: tempo e temperatura (116 emissoras), mercado e cotação de moedas (6 emissoras) e resumo de novelas (5 RadCom) (ver Gráfico 3).

Ao mesmo tempo, a retransmissão do áudio do *dial* (presente em 83,55% das RadCom na *web*) é que acaba por dar a ideia de atualização contínua. Na realidade, trata-se de um engodo do *streaming*, que apenas mascara, forja o que se imagina como conteúdo dinâmico e notícias atualizadas: quando o usuário, por distração ou qualquer outro motivo, perde a atenção no áudio, se vê diante de um conteúdo estático textual, de imagens ou vídeo, algumas vezes, desprovido até mesmo de produção própria.

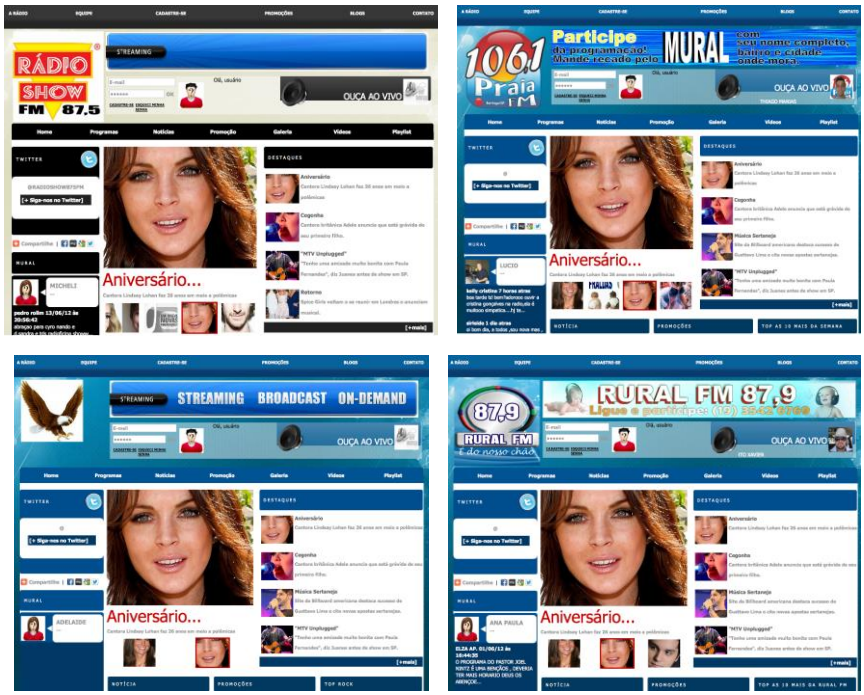
**Gráfico 4 – Identificação das RadCom e de seus integrantes**




A opção de algumas emissoras de explorar as redes sociais – inclusive, destacando-as no *site* – parece ser uma resposta à questão. Em redes como Facebook e Twitter, além da atualização contínua, temos a lógica da não hierarquização, da pulverização de informação e da possibilidade de o usuário participar, mas também de alterar o conteúdo. Ou seja, é o contraponto ao que ainda vem sendo feito pela maioria das RadCom na *web*, seja por falta de estrutura, seja por falta de *know how*.

Por outro lado, buscamos entender o modo como as RadCom se identificam e se apresentam nos fluxos dos espaços em rede. Percebemos, por exemplo, que a maioria (189 emissoras, 62,17% do total) não deixa claro que é uma rádio comunitária autorizada, nem o que isso significa. A maior parte delas tampouco conta sua história no *dial* ou apresenta os seus dirigentes (ver Gráfico 4). E ao agirem assim, de certo modo, elas reproduzem na *web* um comportamento já observado no *dial* por uma série de pesquisadores (FERREIRA, 2006; TORRES, 2006): por diferentes razões, parecem cópias da radiodifusão comercial, tanto no que diz respeito à programação/conteúdo como à participação do ouvinte, ou ainda à democratização da gestão e direção. No tocante à programação, a estandardização musical está registrada na interface principal: das 155 emissoras que exibem estatísticas com músicas, em 128 delas predomina o gênero sertanejo e a reprodução do mesmo *ranking* adotado pelas grandes redes de radiodifusão.

**Figura 1 – Interfaces padronizadas**




Rádio Show FM: <http://www.radioshow.com.br/>, São Paulo-SP. Acesso em: 4 jul. 2012.
Rádio Praia FM: <http://www.praiafm.com.br/>, Bertioga-SP. Acesso em: 4 jul. 2012.
Rádio Águia FM: <http://aguiafm.com/>, Aparecida D'Oeste-SP, Acesso em: 4 jul. 2012.
Rádio Rural FM: <www.ruralfm87.com.br>, Araras-SP Acesso em: 4 jul. 2012.

O uso de *sites* administráveis, por sua vez, leva a situações, no mínimo, inusitadas: várias emissoras com a mesma interface e conteúdo semelhante, transmitindo, muitas vezes, uma programação também bastante parecida (ver Figura 1). Eliminando a logomarca que traz o nome e suspendendo temporariamente o áudio, a sensação que temos é a de ver mais do mesmo, é a de navegar sem sair do lugar.

Ao mesmo tempo, a maior parte das RadCom (257 RadCom na *web*, 84,57%) deixa claro o nome da cidade ou comunidade em que está inserida, reafirmando sua ligação com a localidade na qual opera. Apesar de não apresentar os dirigentes, a maioria (217 emissoras) dá a conhecer seus locutores, inclusive divulgando fotos e/ou outras informações (169 RadCom), além de publicar a programação irradiada no *dial* e retransmitida na *web* (ver Gráfico 4).

## Referências Bibliográficas

BOLTER, J.D; GRUSIN, Richard. **Remediation**. MIT Press, 2000.

FERNÁNDEZ, José Luis. Los **Lenguajes de la Radio**. Buenos Aires: EditorialAtuel, 1994. Disponível em: <http://cisa.org.ar/index.php/publicaciones/>. Acesso em: 21 jun. 2012.

FERREIRA, G. S. N. Rádios **Comunitárias e Poder Local**: um estudo de caso de emissoras legalizadas da região noroeste do Estado de São Paulo. 2006. 309 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

FERREIRA, G. S. N. **Do dial para web**: as RadCom legalizadas nos fluxos dos espaços em rede. 2012. 354 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica)-Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2012. Disponível em: <http://bit.ly/111JZq8>. Acesso em: maio 2013.

FRAGOSO, Suely. Conectibilidade e geografia em sites de rede social. In: **Revista Galáxia**. São Paulo, n.16, p.109-121, dez.2008.

JOHNSON, Steven. **Emergência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Cultura da portabilidade. Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. Observatório (OBS*), v.3, p. 223-238, 2009.

LEMOS, André. Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade. IN**: Urbe**. Revista Brasileira de Gestão Urbana, vol. 2, n. 2, jul.-dez., 2010, Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2010, pp. 155-166.

MANOVICH, L. **Software takes command**. Versão 20 de novembro de 2008. Disponível em: www.softwarestudies.com/softbook. Acesso em 05 de março de 2008.

MEDEIROS, Marcello. Transmissão sonora digital: modelos radiofônicos e não radiofônicos na comunicação contemporânea. In: **Ciberlegenda**. Revista do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. n.21, 2009. 17 f.

MOHERDAUI, Luciana. **Interfaces nômades**: uma proposta para orientar o fluxo noticioso na web. 2012. 304 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica)–Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

MURRAY, J. **Hamlet no Holodeck**. São Paulo: Ed. Unesp, 2003.

PERUZZO, Cicília. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

PRADO, Magaly. **Audiocast noorradio**: redes colaborativas de conhecimento. São Paulo, 2008. 102p. Dissertação. (Mestrado em tecnologias da inteligência e design digital). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC-SP, 2008.

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

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**: a morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização. 3a ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.