

## Do Rádio ao *Crowdsourced Audio*: rupturas e superação das RadCom na Internet<sup>1 2</sup>

Gisele Sayeg Nunes FERREIRA<sup>3</sup>

### Resumo

Na Internet, o fenômeno que conhecemos como “rádio comunitária” (RadCom) precisa ser tratado a partir de nova perspectiva: 1) o próprio nome (RadCom) não reproduz o modo como as relações se constroem em rede; 2) o formato conhecido do objeto rádio já não existe mais, pois migrou para a rede, ocupou celulares e se transformou em *apps*, e a tendência é se multiplicar em formas customizadas; 3) as características do que nos habituamos a chamar de “rádio” estão em desacordo com o modo como a informação e comunicação se constituem na Internet, ou seja, com a lógica da construção compartilhada e colaborativa de conteúdo, cujo vínculo é essencialmente interativo. Daí a ideia de pensar o *crowdsourced audio* que, ao qualificar a construção sonora a partir da perspectiva da produção coletiva e colaborativa, considera a possibilidade de predominância do áudio sem excluir outros modos de construção.

**Palavras-chave:** rádio; rádio comunitária; Internet; *crowdsourced audio*.

### Do rádio ao *crowdsourced audio*

O ambiente de total conectividade em que tudo e todos estamos imersos acaba com separação entre um mundo real e um mundo virtual, comumente associado ao ciberespaço, termo, aliás, que evitamos utilizar. Explica-se. Quando cunhou o vocábulo “ciberespaço”, em 1982, na obra *Neuromancer*, William Gibson fazia referência a “uma alucinação consensual vivida diariamente por bilhões de operadores autorizados [...] Uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de todos os computadores do sistema humano. Uma complexidade impensável” (GIBSON apud MOHERDAUI, 2012, p. 40). Ampliado por Pierre Lévy, na obra *Cibercultura* (1999), a ideia de ciberespaço rapidamente se popularizou. Vinte e cinco anos depois, em uma entrevista ao jornal *The Washington Post*, Gibson anunciou que o termo perdeu o seu sentido e ficou ultrapassado, pois, quando foi proposto, em *Neuromancer*, “cyberspace was there and we were here. In 2007, what we no longer bother to call cyberspace is here, and those increasingly rare moments of

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> 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).

<sup>3</sup> Jornalista e radialista, Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, integrante do Grupo de Pesquisa ESPACC (Espaço-Visualidade / Comunicação-Cultura). Email: [gisele.sayeg@gmail.com](mailto:gisele.sayeg@gmail.com).

nonconnectivity are there. And that's the difference. [...] 'Oh my God, it's all cyberspace now' (GARREAU, 2007).

Também Shirky não vê mais sentido em abordar a rede como um espaço *ciber*, separado, desvinculado do mundo real, pois:

Na época em que a população *on-line* era pequena, a maioria das pessoas que você conhecia na vida diária não fazia parte dela. Agora que computadores e telefones cada vez mais computadorizados foram amplamente adotados, toda a noção de ciberespaço está começando a desaparecer. Nossas ferramentas de mídia social não são uma alternativa para a vida real, são parte dela (SHIRKY, 2011, p. 37).

Do mesmo modo, para Manovich, uma vez que a Internet já é uma realidade para milhões de pessoas em todo o mundo e que o tempo de conexão aumenta a cada dia, estar *off-line* e *on-line* acabou se transformando na mesma coisa, ou seja, em ambientes domésticos. Daí, ele sugerir ser um anacronismo usar o termo “cibercultura” para falar da atualidade e um equívoco, sobretudo por parte dos acadêmicos, a quem ele diz sugerir que “acordem e olhem para o que existe em volta deles” (MANOVICH apud CABRAL, 2009).

A Computação Ubíqua, a Internet das Coisas e o fim do uso do ciberespaço como limite entre o virtual e o real colocam em questão nomenclaturas amplamente utilizadas para caracterizar o que Willian Gibson definiu anteriormente como “aqueles momentos, cada vez mais raros, sem conectividade”. E se, agora, “tudo é ciberespaço”, também não cabem mais as ideias de “não presença” e “não lugar”, comumente associadas a ele, no sentido de um espaço abstrato, não palpável.

Ao contrário, por meio dos vínculos interativos *mente a mente* que se estabelecem entre emissoras e internautas, as rádios comunitárias (RadCom) transpostas para a *web* têm potencialidade para constituir novos lugares de pertencimento, por meio de espacialidades *ur-tópicas* (FERREIRA, 2012). Isso porque o sentimento de vizinhança, que marca as relações nas comunidades onde as RadCom estão inseridas, desloca-se para um sentimento de pertença ainda fortemente *tópica*, na medida em que mantém a comunidade como eixo, mas em uma espacialidade que se faz *ur-tópica*, pois assim como pode estar ligada à ideia de pertencimento à origem, ao território geograficamente delimitado, também pode comportar a ideia de um *topos* originário, que se desloca da origem para o percurso percorrido, agora desterritorializado e fluido (FERREIRA, 2012).

Mesmo aqueles “lugares sem nome”, que Augé denomina “não lugares”, por argumentar que são, basicamente, espaços de passagem (AUGÉ, 1995), desprovidos de

definição antropológica no espaço e no tempo (FERRARA, 2002, p.17-18) – como aeroportos, autoestradas, metrô etc. –, tendem a se reconfigurar como lugares por meio da Internet, em função da conectividade crescente. Isso pode ser observado, por exemplo, no uso de aplicativos de geolocalização, como o Foursquare (<<https://pt.foursquare.com/>>), que permite indicar (fazer *check-in*) não apenas lugares apropriados, mas também os “de passagem”, compartilhando-os em outras redes sociais, como Facebook e Twitter.

Essa apropriação e reconfiguração de lugares de passagem possui relação direta com a popularização dos dispositivos móveis (em especial, celulares e *smartphones*) com acesso à Internet<sup>4</sup>. Isso porque, hoje, estar “de passagem”, no metrô ou no trem, no aeroporto ou em uma autoestrada, é permanecer em conexão, portanto, em contato com tudo e com todos. Principalmente nas grandes cidades, nas quais são dispendidas muitas horas diárias no deslocamento de um ponto a outro, “a passagem” tem sido mais e mais associada à conexão e, como consequência, a muitas formas distintas de constituição de lugares.

Isso fica evidente nas pesquisas divulgadas nos últimos anos. Um levantamento da operadora de telefonia inglesa O2, de junho de 2012, por exemplo, mostra que, das mais de duas horas gastas por dia em *smartphones*, mais de 42 minutos são dispendidos no acesso à Internet e às redes sociais (que aparecem, respectivamente, em primeiro e segundo lugar), enquanto fazer chamadas telefônicas é apenas o quinto uso, com aproximadamente 12 minutos diários<sup>5</sup>.

Em São Paulo, desde 2008, já é possível usar o telefone celular em trechos subterrâneos do Metrô, graças à disponibilização do sinal de telefonia móvel. Aviões brasileiros passaram a permitir o acesso à rede em 2011. Sob a terra, ou bem acima dela, a palavra de ordem é “conexão”. Daí a imagem, cada vez mais comum, de dedos e olhares na tela, acompanhados de fones de ouvido.

Os lugares de passagem de Augé permanecem marcados pelo deslocamento em aceleração; contudo, mais e mais, se constituem espaços que não apenas podem ser lugarizados em redes, por meio de uma série de aplicativos (*Foursquare*, *Google Maps*, *Google Earth* etc.), mas também que, justamente porque são de “passagem”, acabam servindo como plataformas que viabilizam o contato e a troca em rede.

---

<sup>4</sup> Segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), o Brasil terminou 2013 com 271,1 milhões de celulares, o que representa em torno de 1,36 aparelhos por habitante. Ver: <<http://www.anatel.gov.br/>>. Acesso: Julho 2014. De acordo com a Teleco, o Brasil só perde no total de celulares para China, Índia, Estados Unidos e Indonésia, países que possuem população superior. O Brasil supera os quatro líderes quando se considera o número de linhas habilitadas por pessoa. Ver: <<http://www.teleco.com.br/>>. Acesso: Junho 2014.

<sup>5</sup> **Technadar**, a partir de O2. Disponível em: <<http://bit.ly/RBCsxa>>. Acesso: 2 Jul. 2012.

Por outro lado, em função de sua grande capacidade de estabelecer conexão, as redes sociais colocam em xeque a estética *PowerPoint* (MOHERDAUI, 2012; MANOVICH, 2008), ainda hoje reproduzida pelas RadCom na *web* que funcionam, prioritariamente, como agregadores de conteúdo, conforme verificado na análise que realizamos de 304 rádios comunitárias do Estado de São Paulo autorizadas a operar no dial e que também possuem página na Internet (FERREIRA, 2012).

Como alerta o diretor do *Creative Commons*<sup>6</sup> Brasil, Ronaldo Lemos (2012), é verdade que no Brasil 80% dos celulares são pré-pagos, mas é fato também que a ligação de voz está deixando de ser uma funcionalidade considerada essencial (*killer application*). Por isso, também em nosso País, o modelo de negócio tende a ser modificado, com as operadoras de telefonia oferecendo o serviço de voz gratuitamente (ou a custo baixo) e passando a cobrar pelo volume de dados consumidos. Prova de que o mercado já aposta forte na Internet móvel e estaria caminhando para as mudanças nos pacotes de assinatura, segundo Lemos (2012), foi a acirrada disputa entre operadoras, em meados de 2012, pela faixa 4G (de acesso rápido à rede pelo celular) no Brasil, fazendo que o leilão atingisse preços estratosféricos.

Previsões à parte, de qualquer modo, ouvir rádio e usar o telefone são práticas cada vez mais entrelaçadas, visto que, hoje, em todo o mundo, já existem mais celulares capazes de sintonizar emissoras do que aparelhos receptores tradicionais<sup>7</sup>. É por isso que não se pode ignorar a mudança significativa de comportamento, que tem relação direta com a mobilidade e a conectividade e que está alterando em definitivo o ambiente comunicativo ainda chamado “radiofônico”.

Obviamente, não se trata de mudanças relacionadas apenas aos celulares e *smartphones*, somente às redes ou, mesmo, à quantidade e qualidade das informações que hoje circulam, mas ao resultado da soma de muitos elementos. Vejamos alguns deles.

No que se refere ao formato, o ouvinte de rádio compra cada vez menos aparelhos receptores, mas, em contrapartida, carrega cada vez mais aplicativos que permitem ouvir programas com formatos radiofônicos, seja por meio do fluxo contínuo de uma emissora, seja *on demand*, por meio de arquivos sonoros (*podcasts*, com *download* ou não). Um

---

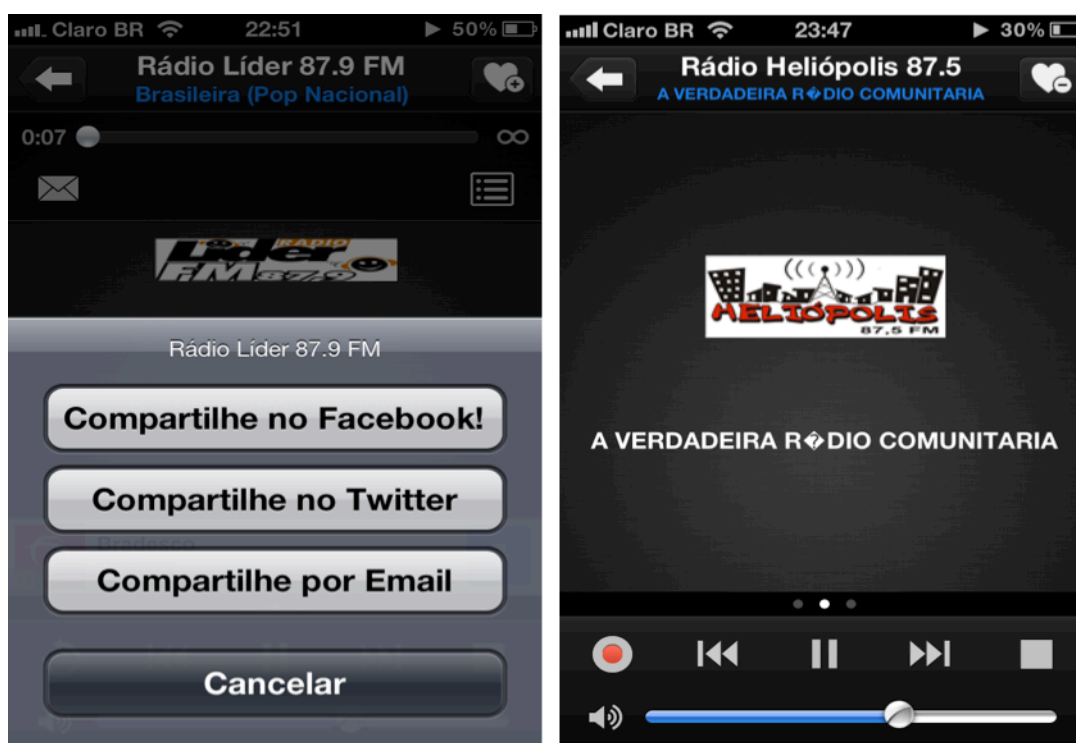
<sup>6</sup> Projeto sem fins lucrativos que disponibiliza licenças flexíveis para obras intelectuais. Disponível em: <<http://www.creativecommons.org.br/>>. Acesso: 4 ago. 2012.

<sup>7</sup> Segundo estimativas da *International Telecommunication Union* (ITU), no mundo todo, existiam em 2010 1,08 bilhão de celulares capazes de sintonizar emissoras de rádio, número que superava em muito o total de 850 milhões de receptores de rádio dedicados ou tradicionais. Ou seja, há hoje mais receptores de rádio embutidos nos celulares do que receptores tradicionais.

exemplo é o *TuneIn Radio*, oferecido para iPhone em duas versões, a grátis e a Pro, por 99 centavos de dólar. Na versão Pro, é possível acessar em torno de 70 mil rádios de todas as partes do mundo, além de mais de 2 milhões de programas gravados. Além disso, é possível gravar, pausar, voltar qualquer emissora de rádio; agendar as gravações de programas; guardar as rádios, músicas e eventos em Favoritos; utilizar emissoras como “Alarme/Despertador” etc.

As emissoras são localizadas pelo nome ou pela geolocalização (o aplicativo identifica as emissoras mais próximas, por classificação ou estilo de programação). Ao buscar “Comunitária”, por exemplo, é possível encontrar emissoras comunitárias de diferentes cidades e regiões do Brasil, como por exemplo, a Líder FM (87,9 MHz, <<http://www.liderfmareiopolis.com.br/>>, Areiópolis-SP, 10.439 habitantes), ou a rádio Heliópolis FM (87,5 MHz, <<http://www.heliopolisfm.com.br/>>, São Paulo-SP, 11,2 milhões habitantes) (ver Figura 1).

**Figura 1 – RadCom vira aplicativo**



TuneIn Radio, versão Pro para iPhone. Líder FM, de Areiópolis (SP), e Heliópolis FM, de São Paulo (SP).

Embora ainda remetendo ao formato da metáfora, a RadCom foi parar dentro dos dispositivos móveis e virou um aplicativo. O dispositivo “rádio” agora é carregado no bolso da calça e na bolsa feminina, e incorporou definitivamente o fone de ouvido. O “rádio-

aplicativo” não é mais só “rádio”, é também telefone, TV, bloco de notas, câmera de foto e vídeo, acesso à Internet etc.

A mudança de formato e de função vem acompanhada de transformações importantes também de hábitos. Como aplicativo, o rádio permite gravar, pausar, voltar, armazenar e compartilhar por *e-mail* ou pelas redes sociais (ver Figura 1). E a questão é que não se trata de uma audição desprovida de definição antropológica no espaço e no tempo (AUGÉ, 1995), pois, ao contrário, em rede, ainda que de “passagem” (como no Twitter), a todo momento, o internauta-ouvinte é instado a reafirmar a sua identidade no tempo e no espaço.

Na pesquisa realizada com 304 RadCom do Estado de São Paulo (FERREIRA, 2012), verificamos que, na Internet, elas ainda se limitam à remediação (BOLTER; GRUISIN, 2000) de formatos e conteúdos, o que resulta na estética *PowerPoint* com mídia distribuída (MANOVICH, 2008, p.76). Por outro lado, no entanto, ainda que reproduza antigos padrões, o rádio na rede não é mais (apenas) rádio. Ele está se transformando não somente em função das mudanças de formato, mas também, sobretudo, por causa de uma profunda mudança de paradigma. O ambiente comunicativo em que está posto opera em uma nova dinâmica, na qual, como observou Manovich,

Twentieth century terms ‘broadcasting’ and ‘publishing’ and ‘reception’ have been joined (and in many contexts, replaced), by new terms that describe new operations now possible in relation to media messages. They include ‘embed’, ‘annotate’, ‘comment’, ‘respond’, ‘syndicate’, ‘aggregate’, ‘upload’, ‘download’, ‘rip’ and ‘share’” (MANOVICH, 2008, p.203).

Em todo mundo, segundo James Canton (2012), a previsão é que, até 2020, mais de 5 bilhões de pessoas estejam conectadas via internet, graças a celulares, *smartphones* e *tablets*. Além disso, com a Internet das Coisas, não apenas os eletrodomésticos, mas também os próprios objetos estarão conectados e interligados por uma rede doméstica. Como resultado, “haverá inteligência e conectividade em todo e qualquer dispositivo, o que mudará a maneira como as pessoas interagem umas com as outras e com a tecnologia”, como afirmou a gerente mundial de desktops da Intel, Michelle Holtaus, em entrevista concedida em 25 de outubro de 2009 ao Caderno Link, do jornal *O Estado de S. Paulo*<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/Nrqe9x>>. Acesso: Fevereiro 2010.

Além de vivermos em conexão permanente, caminhamos para reproduzir e imprimir em casa o suporte no formato desejado. A esse processo de mudança da manufatura para a impressão digital, a revista *The Economist* classifica como “a terceira revolução industrial”, em reportagem especial publicada em abril de 2012. Se a primeira revolução, na Grã Bretanha do século XVIII, marcou o advento da indústria manufatureira; se a segunda revolução, na América do século XX, registrou a linha de montagem e a produção em massa; a terceira revolução, segundo a revista, está baseada na customização (em vez de ir à loja, o consumidor imprime o produto em casa com características únicas), e na utilização de novos processos e materiais (como a impressão em 3D e o uso de robôs).

Isso significa que não há mais formatos previamente definidos, pois a informação pode ser acessada a partir de qualquer tipo de suporte, de dispositivos móveis até uma parede com tinta digital. Até mesmo o dispositivo caminha para ser customizado, na medida em que “impresso” em casa<sup>9</sup>. Portanto não mais se sustenta a ideia de que existam características intrínsecas ao veículo “rádio”, características que seriam responsáveis por definir e delimitar os aspectos do meio e que, de certa forma, acabam por embasar os nomes que são conferidos ao fenômeno, de modo a sintetizá-lo, mas que podem acabar por reduzi-lo. Trata-se de uma:

ambiguidade, senão ambivalência entre meio técnico e meio comunicativo. Os vários nomes/metáforas de conceitos são usados para substituir a própria comunicação como espetáculo da visualidade que, reduzida à imagem, passa a definir um eixo de análise teorizado como mídia e, conseqüentemente, aproxima mídia e imagem (FERRARA, 2012).

Nos últimos anos, diferentes autores têm proposto uma série de nomeações na tentativa de entender a passagem do meio “rádio” para a Internet, entre as quais: webradio (PRATA, 2009; ALVES, 2000); rádios *off-line*, rádios *on-line* e NetRadios (TRIGO-DE-SOUZA, 2002-2003); *Internet radio* ou *e-radio* (VAN HAANDEL, 2009), para ficar em apenas alguns exemplos. No processo de reflexão da transposição de 304 RadCom para a Internet (FERREIRA, 2012), também nos vimos obrigados a lançar mão de uma nomenclatura que permitisse compreender o fenômeno. Daí ter adotado, ainda que em sentido estrito, os termos “RadCom na *web*”, subdividindo-a em “*off-line*” (sem transmissão

---

<sup>9</sup> Aliás, o próprio sujeito caminha para ser uma “interface conectada”, capaz de interagir com qualquer informação por meio de gestos. Essa é a proposta do projeto *Sixth Sense*, do MIT, capitaneado por Patti Maes e Pranav Mistry. O corpo transformado em suporte. Para ver mais sobre o projeto: <<http://bit.ly/OcNKGg>>. Acesso: 15 out. 2011.

na Internet do áudio tradicional) e “*on-line* e *off-line*” (com transmissão do áudio na Internet).

Porém, após analisarmos 304 RadCom na Internet podemos afirmar que essas nomeações não servem mais por uma série de razões – nem mesmo essas acima citadas que, por uma questão epistemológica, adotamos anteriormente. Em primeiro lugar, porque “RadCom” (abreviação usada para comportar a noção de rádio comunitária) não reproduz o modo como as relações se constroem em rede, uma vez que, nos fluxos dos espaços em rede, observamos a transposição da noção de comunidade para a noção de redes sociais (COSTA, 2005). Desse modo, “RadCom na *web*” comporta um paradoxo de tal ordem que remete a uma falácia.

Mesmo o adjunto adverbial “na *web*”, como especificador da RadCom, é insuficiente para atender a totalidade das experiências que podem ser encontradas em rede. Ainda que o protocolo *www* se mantenha popular – e, como acreditamos, permaneça em uso por muito tempo, contrariando prognósticos de morte da *web* (ANDERSON; WOLF, 2010)<sup>10</sup> –, não é mais possível desconsiderar uma significativa alteração nos mecanismos de acesso e compartilhamento, mais visível, sobretudo, com a ascensão dos dispositivos móveis (celulares, *smartphones*, *tablets* etc.), em que se destaca o uso de *apps*.

Do mesmo modo, *off-line* e *on-line* também são nomenclaturas que perderam o sentido, se partimos do pressuposto de que o que chamávamos, até recentemente, de “ciberespaço” é aqui e agora, graças, sobretudo, à conexão acelerada da população mundial<sup>11</sup>.

Depois, porque o formato conhecido do objeto “rádio” já não existe mais, não só porque migrou para a rede, ocupou celulares e se transformou em *apps*, mas também porque a tendência é que se multiplique exponencialmente em formas customizadas, na perspectiva da impressão digital. Finalmente, as características do que nos habituamos a chamar de “rádio” estão em desacordo com o modo como a informação (e a própria comunicação) tem se constituído na Internet, ou seja, com a lógica da construção compartilhada e colaborativa de conteúdo que marca as redes sociais (*social news*), cujo vínculo é essencialmente interativo.

---

<sup>10</sup> Vide o polêmico artigo de Chris Anderson e Michael Wolff publicado na *Wired Magazine*, em setembro de 2010, “The web is dead. Long Live the Internet”. Disponível em: <<http://bit.ly/bknmCP>>.

<sup>11</sup> Em palestra realizada em maio de 2009 em São Paulo, Ethevaldo Siqueira fez uma comparação entre os números de expansão mundial do rádio e da TV com a Internet, o computador e o celular, que é bastante elucidativa: enquanto o rádio precisou de 89 anos para alcançar 650 milhões de usuários em todo o mundo e a TV de 63 anos para chegar a 1,4 bilhão de usuários, em apenas 18 anos a Internet atingiu 1,6 bilhão de pessoas e o celular, em 30 anos, atingiu 4 bilhões de pessoas.



Há um claro descompasso entre as potencialidades do novo ambiente comunicativo e as experiências que temos analisado (FERREIRA, 2012). Em resumo, as “RadCom na web” além de remediar conteúdo e forma, em grande parte, reproduzem a lógica *top-down* dos meios de massa tradicionais; reproduzem a hierarquia na apresentação do conteúdo que estrutura a página estática; mantêm a produção restrita a poucas pessoas; conservam o sistema fechado, sem possibilidade de alteração colaborativa; e ainda se limitam ao formato *site* ou portal (FERREIRA, 2012).

Ocorre que o próprio padrão de comunicação mudou, como observou Manovich (2008), o que demanda pensar as “rádios comunitárias” na Internet (portanto, não mais apenas no protocolo *web*) a partir de uma nova perspectiva. Nos fluxos dos espaços em rede, é preciso observar com consideração o fato de que, nas redes, a produção é cada vez mais fruto de um “excedente cognitivo” (SHIRKY, 2011, p. 14), ou seja, resultado da ação coletiva e criativa de pessoas do mundo todo. Trata-se de um coletivo que emerge do tempo livre de cada um, transformado agora em “um bem social geral que pode ser aplicado a grandes projetos criados coletivamente, em vez de um conjunto de minutos individuais a serem aproveitados por uma pessoa de cada vez” (SHIRKY, 2011, p. 15).

Esse excedente cognitivo supera o consumo passivo dos meios e a comunicação centrada no transmitir-publicar-receber, realizando outras operações, agora possíveis, como comentar, distribuir, copiar, compartilhar etc. (MANOVICH, 2003). Existe uma inteligência distribuída operando em rede e produzindo conteúdo que, como pudemos perceber na pesquisa realizada com 304 RadCom na Internet (ver Gráfico 1), permanece subutilizada ou menosprezada pelas RadCom na *web*. Prova disso é o fato de as práticas que pressupõem a interação efetiva entre a emissora e o internauta (como MSN, Skype, *chats* ou mesmo a possibilidade de publicação de arquivos) serem menos utilizadas do que aquelas que reproduzem a participação controlada do *dial* (por exemplo, enviar mensagens de textos por *e-mail*). Já estamos desenvolvendo um “olhar o mundo conectado”<sup>12</sup> que não coaduna com as práticas da maioria das RadCom que temos analisado (FERREIRA, 2012).

O *nome* pode ser, então, um bom começo para se pensar essa nova lógica. Nesse sentido, foi emblemática a alteração que o *Pew Project for Excellence in Journalism* realizou, em 2009, no relatório anual com informações e dados sobre as diversas manifestações “radiofônicas”: rádio digital, rádio por satélite, rádio na Internet etc. “Radio is well on its way to becoming something altogether new – a medium called audio”, abria o

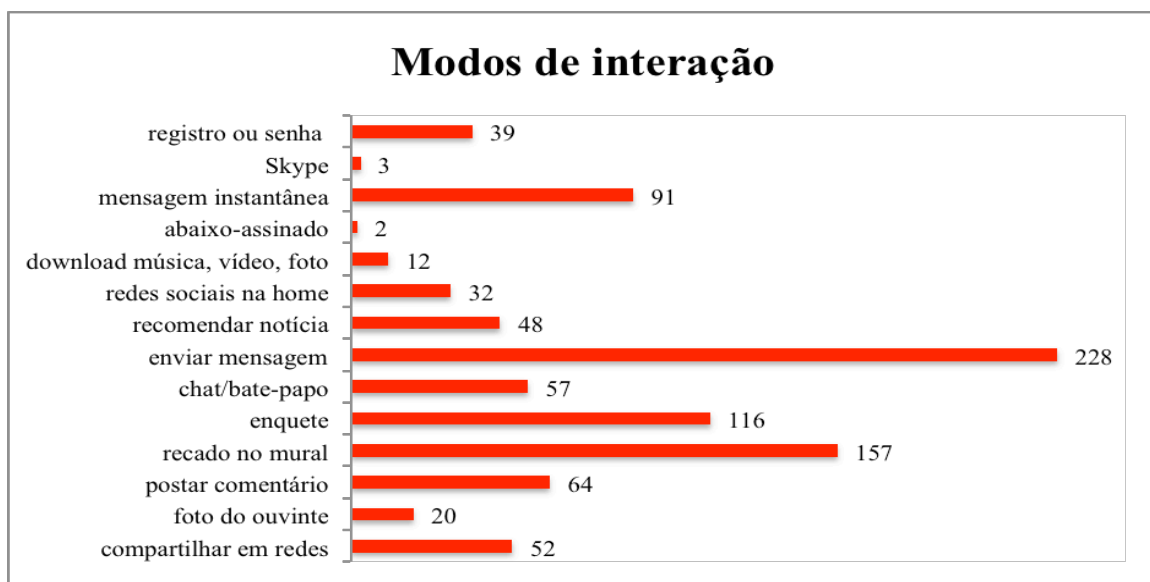
---

<sup>12</sup> No sentido literal, o Project Glass, do Google+, é um exemplo interessante de tecnologia para “compartilhar e explorar o mundo”. Ver: <<http://bit.ly/MWfdcc>>. Acesso: 1º ago. 2012.

relatório de 2009. E uma das justificativas para a mudança da nomenclatura de radio para áudio era que “The number of people who cite radio as a chief source of news has slowly diminished over the years, although the popularity of talk radio remains high” (PEW PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM, 2009).

Sem dúvida, as experiências sonoras propiciadas pela Internet extrapolam aquilo a que nos acostumamos chamar rádio. Ainda que marcadas pela construção de ordem linear e fixa do rádio tradicional, as *imagens em som* (FERREIRA, 2012) que nascem dos intensos processo tradutórios nas fronteiras porosas entre a “visualidade visual” e a “sonoridade sonora” das RadCom na *web* sinalizam para além do próprio rádio.

**Gráfico 1 – Modos de interação proporcionados por 304 RadCom na Internet**



Fonte: FERREIRA, 2012, p.158

Somado a isso, quando analisamos a relação visualidade/visibilidade e sonoridade/sonoplasticidades (FERREIRA, 2012) percebemos a configuração de um sistema sinestésico (do ponto de vista técnico-sensível) e híbrido (do ponto de vista sociocultural, no qual, inclusive, a noção de cidadania está implicada), que constitui o novo ambiente comunicativo, mas é apenas esboçado nas experiências que, por enquanto, temos encontrado na maioria das emissoras comunitárias que também operam na Internet.

Imagens em som, produção colaborativa de conteúdo (Social News), ferramentas de *open source*, linguagem visual híbrida (MANOVICH, 2008), *crowdsourcing* e excedente

cognitivo, ausência de hierarquia na disposição de conteúdo, coberturas georeferenciadas, emergência do sistema *bottom-up* (JOHNSON, 1997, 2001)... Nos fluxos dos espaços em rede, em essência, o rádio não é mais rádio porque todos fomos transformados em potenciais “produtores” de conteúdo.

Considerando a lógica em que a rede opera, chamar o rádio de apenas “áudio” também carece de precisão, na medida em que, em sua incompletude, não abarca as potencialidades do meio que, não sendo apenas áudio – mas podendo o áudio atuar como elemento predominante –, surge da mistura com todas as demais linguagens. Por isso, a ideia de *crowdsourced audio* nos parece mais adequada, pois, ao qualificar a construção sonora a partir da perspectiva da produção que utiliza a inteligência coletiva e colaborativa, considera a possibilidade de predominância do áudio sem, no entanto, excluir outros modos de construção.

O termo tem origem no *crowdsourced newsroom* ou *crowdsourced journalism* cunhado por Andy Carvin (apud INGRAM, 2012), gerente sênior da NPR (*National Public Radio*), organização sem fins lucrativos que distribui sua programação para quase oitocentas rádios públicas norte-americanas. Organizador de comunidades na rede desde 1994 e fundador e coordenador do *Digital Divide Network* (uma comunidade com mais de 10 mil ativistas em 140 países), Carvin ficou conhecido como o sujeito que “tuitou” a Primavera Árabe, depois de criar uma redação baseada na produção colaborativa e em ferramentas *open source*.

No Egito, por exemplo, com a ajuda de seus seguidores na rede, ele usou o Google Earth para identificar fotos de edifícios históricos. Também cometeu e assumiu o erro diversas vezes no *microblog*. Em uma ocasião, postou no Twitter a imagem de uma mulher baleada com a informação de que ela estaria recebendo atendimento médico quando, na verdade, ela já estava morta (INGRAM, 2012).

Por causa dessa dinâmica que marca a rede, Carvin diz que alguns termos já não cabem mais no contexto das redes sociais, por exemplo, “agência de notícia”, uma vez que não se trata mais de “distribuir” informação. Por isso, prefere a ideia de uma “redação colaborativa”, com ele como repórter extraíndo informações de diferentes lugares e contando com a ajuda de seus seguidores não apenas para checar e confirmar os fatos, mas também para distribuí-los (CARVIN apud INGRAM, 2012).

Nessa dinâmica, “é preciso estar preparado para ser responsável em tempo real. Quando erro, meus seguidores me avisam” (CARVIN apud INGRAM, 2012). Em outras

palavras, no sistema *bottom-up* a própria rede valida a informação e ajuda a separar o verdadeiro do falso<sup>13</sup>.

Termo emprestado de Andy Carvin e ampliado para a lógica das RadCom na Internet, o *crowdsourced audio* só é possível graças à migração da cultura da página estática para a cultura de dados vinculados (BERNES-LEE, 2009), que implica uma mudança definitiva de paradigma, na medida em que “cada um faz a sua parte e cria algo inacreditável. É isso que são os dados vinculados: é sobre pessoas fazendo a sua parte para produzir uma pequena parte. E tudo se conecta” (BERNES-LEE, 2009).

Do mesmo modo entendemos o *crowdsourced audio*. Um quadro comparativo nos permite compreender a lógica de operação do *crowdsourced audio* (Tabela 1), ao cotejar potencialidades, características e usos das diferentes experiências que vimos abordando neste trabalho. O quadro nos permite confrontar quatro experiências diferentes: 1) RadCom idealizadas e/ou verdadeiramente comunitárias: ainda que sob risco de reduzir as experiências, procurar abarcar tanto as aspirações dos movimentos pela democratização da comunicação, como as determinações legais e a atuação das rádios consideradas efetivamente comunitárias; 2) RadCom no *dial*: comporta as rádios observadas em sua dinâmica, ou seja, como as emissoras em funcionamento efetivamente se constituem (FERREIRA, 2006; VOLPATO, 2010); 3) RadCom na *web*: envolve as experiências analisadas neste trabalho; 4) *crowdsourced audio*: abrange a potencialidade de configuração de uma comunicação com predominância do sonoro nos fluxos dos espaços em rede.

**Tabela 1 – Quadro comparativo das características**

<b>RadCom idealizada por movimentos sociais</b>	<b>RadCom no <i>dial</i> (FERREIRA, 2006)</b>	<b>RadCom na <i>web</i> (FERREIRA, 2012)</b>	<b><i>Crowdsourced audio</i> (FERREIRA, 2012)</b>
<i>bottom-up</i> fixo e territorializado sem hierarquia <i>crowdsourced</i> onda eletromagnética <i>open source</i>	<i>top-down</i> fixo e territorializado hierarquia produção restrita onda eletromagnética sistema fechado	<i>top-down</i> móvel e desterritorializado hierarquia produção restrita formato <i>site</i> ou portal sistema fechado <i>remediation</i>	<i>bottom-up</i> móvel e desterritorializado não hierarquia <i>crowdsourced</i> redes sociais <i>open source</i> linguagem visual híbrida

<sup>13</sup> A polêmica envolvendo o Twitter e o jornalista Guy Adams durante a cobertura das Olimpíadas de Londres 2012 é um bom exemplo: depois de ter sua conta suspensa por ter criticado a cobertura dos jogos feita pela NBC no *microblog*, com apoio dos usuários, o jornalista conseguiu a conta de volta e um pedido oficial de desculpas do Twitter. Ver: <<http://bit.ly/OeN617>>. Acesso: 7 ago. 2012.

A questão que se coloca é: quais ferramentas as rádios comunitárias transpostas para a Internet podem incorporar de modo a reproduzir características de *crowdsourced audio*, sem elevação dos custos?

Há uma série de ferramentas *open source* que permitem o comando horizontal (*bottom-up*), a produção colaborativa por meio de formatos não hierarquizados e que podem levar a uma linguagem visual híbrida (MANOVICH, 2008). Vejamos duas experiências. Em junho de 2012, o jornal britânico *The Independent* convidou, pelo Facebook, para uma entrevista colaborativa realizada por meio do sistema *Hangout*<sup>14</sup>, do Google+, com Vint Cerf, criador do protocolo IP. Trata-se de uma ferramenta relativamente simples que permite realizar, de graça, videoconferências com áudio entre os usuários do Google+, bastando, para isso, instalar um *plugin* do Google.

Por meio do *Hangout*, qualquer emissora pode fazer uma entrevista colaborativa, por áudio ou vídeo, com a participação simultânea de várias pessoas, moradores da comunidade ou de fora dela. São muitas as vantagens, entre as quais o fato de permitir o uso das redes sociais para divulgação da entrevista; não ser cobrado o custo da ligação telefônica, como normalmente são feitas as entrevistas no rádio; permitir a participação de várias pessoas, de diferentes locais, ao mesmo tempo, inclusive compartilhando todo tipo de arquivos (por voz, vídeo, imagem, texto) etc.

A utilização de mapas para construção de conteúdo colaborativo também pode ser uma alternativa interessante. Um dos candidatos à Prefeitura de São Paulo-SP nas eleições de 2012, por exemplo, disponibilizou um mapa em seu *site* para que moradores pudessem apresentar sugestões de ações para a cidade, por meio de comentários (escritos e de áudio) inseridos diretamente nos locais a que faziam referência. Também o jornal *O Povo*, de Fortaleza-CE, lançou mão do mesmo recurso e criou um mapa colaborativo para que os pedestres pudessem indicar calçadas com problemas na cidade, como por exemplo, desníveis, construções inadequadas, carros estacionados, lixo etc. Em apenas um dia de funcionamento, foram 66 indicações de irregularidades e quase seis mil visualizações. O objetivo da ação, segundo o editor do jornal, Michel Victor, era pressionar o poder público a tomar as medidas cabíveis contra quem ocupa o espaço público de maneira errada.

Com a tecnologia do Google, também as RadCom podem fazer *crowdsourced audio* via mapa: é possível organizar a cobertura, permitindo que o internauta localize a emissora

---

<sup>14</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/PRAxju>>. Acesso: Agosto 2012.

e publique comentários de áudio e/ou vídeo, por exemplo. A interação com o mapa colaborativo do Google certamente iria enriquecer também a programação no *dial*.

No contexto das redes sociais, da alta conectividade criativa, das ferramentas que pressupõem interação efetiva, da lógica dos sistemas *open source*, cremos ser possível, por meio do *crowdsourced audio*, ultrapassar o sistema ainda fechado, estático e hierarquizado das páginas estáticas que caracterizam a maioria das experiências de RadCom na *web*, abordadas na pesquisa que antecede e sustenta este artigo (FERREIRA, 2012). Desse modo, será possível construir interfaces de rádios efetivamente em rede e colaborativas, indo muito além do rádio e do próprio áudio. Talvez seja esse um caminho para alcançar a participação democrática por meio do áudio, como preconizava Brecht (2005).

### 3. Referências Bibliográficas

ALVES, Raquel P. A. dos Santos. **O Radiojornalismo nas redes digitais**: um estudo do conteúdo informativo em emissoras presentes no ciberespaço. 2004. 261 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004. Disponível em: <<http://bit.ly/LilOvG>>. Acesso: Agosto 2008.

ANDERSON, Chris; WOLFF, Michael. The web is dead. Long live the internet. **Wired Magazine**, Wired September 2010. Disponível em at: <<http://bit.ly/LigDQu>>. Acesso: Novembro 2010.

AUGÉ, M. **Non-places**. Introduction to an Anthropology of Supermodernity. London: Verso, 1995.

BOLTER, Jay D; GRUSIN, R. **Remediation**. Understanding New Media. Cambridge: The MIT Press, 2000.

BERNERS-LEE, T. On the next Web. **TED – Ideas worth spreading**, Long Beach, 3-6 February 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/qqaSFQ>>. Acesso: Janeiro 2012.

BRECHT, Bertold. **Teatro dialético**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

CABRAL, Rafael. Para Lev Manovich, falar em “cibercultura” é negar a realidade. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 21 ago. 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/Nv82aL>>. Acesso: 23 set. 2010.

CANTON, James. Disponível em: **IT for Business Forum 2012**. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=WEQAi8yblI4>>. Acesso: Junho 2012.

COSTA, Rogério da. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoas, inteligência coletiva. **Interface – Comunicação, Saúde, Educação**, Botucatu, v. 9, n. 17, p. 235-248, mar/.ago. 2005.

FERRARA, Lucrécia D’Alessio (Org.). **Os nomes da comunicação**. São Paulo: Annablume, 2012.

FERRARA, Lucrécia D’Alessio. **Design em espaços**. São Paulo: Rosari, 2002.

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: Maio 2013.

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)-Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://bit.ly/1092RYT>>. Acesso: Maio 2013.

GARREAU, Joel. Through the Looking Glass. The Post-9/11 Era Has Caught With William Gibson's Vision. **The Washington Post**, Washington DC, Thursday, September 6, 2007. Disponível em: <<http://bit.ly/OSCzmR>>. Acesso: 15 maio 2010.

GIBSON, William. **Neuromancer**. New York: Ace Books, 2000.

INGRAM, Mathew. Andy Carvin on Twitter as a newsroom and being human. **Gigaom**, 25 May 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/NbS7jf>>. Accessed on: 26 maio 2012.

JOHNSON, Steven. **Emergence:** the connected lives of ants, brains, cities and software. New York: Scribner, 2001.

JOHNSON, Steven. **Interface culture:** How New Technology Transforms the Way We Create and Communicate. New York: Harper Edge/ HarperCollins, 1997.

LEMOS, Ronaldo. Celulares são cada vez menos telefones. In: **Rádio Folha**. São Paulo, 16 jul. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/PaOoVQ>>. Acesso: 16 jul. 2012.

MANOVICH, Lev. **Software takes command**. Versão 20 nov. 2008. Disponível em: <[www.softwarestudies.com/softbook](http://www.softwarestudies.com/softbook)>. Acesso: 23 nov. 2008.

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.

PEW RESEARCH. **The web is dead? Experts say “no”.** Many expect apps and web to converge in the cloud. Disponível em: <<http://bit.ly/NT8B0A>>. Acesso: 24 mar. 2012.

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

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação:** criatividade e generosidade no mundo conectado. Tradução de Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

TRIGO-DE-SOUZA, L. M. Rádios.internet.br: o rádio que caiu na rede. **Revista USP: Oitenta anos de rádio**. São Paulo, USP: CCS. Dezembro-janeiro-fevereiro de 2002-2003, número 56, p. 92-99.

VAN HAANDEL, J. C. **Formatos emergentes de criação e transmissão de áudio online:** a construção do *webcasting* sonoro. 2009. 165 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica)-Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

VOLPATO, M. de O. **Configurações e tendências das rádios comunitárias do interior paulista da região de Bauru**. 2010. 169 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)-Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2010.