



## **Tecnologia, um divisor de águas na história do rádio<sup>1</sup>**

**Nair Prata<sup>2</sup>**

Uni-BH (Centro Universitário de Belo Horizonte)

### **Resumo**

A tecnologia pode ser apontada como o grande divisor de águas na história do rádio. Pelas mudanças tecnológicas, há, em consequência, uma mudança de linguagem. Dois momentos principais podem ser destacados: com o advento da TV, o rádio teve que encontrar um novo caminho e a opção foi pelo jornalismo, prestação de serviço e esporte. Com o advento da digitalização, o rádio adquire uma nova linguagem e assume um novo modelo, a webrádio.

### **Palavras-chave**

## **RÁDIO; HISTÓRIA; TECNOLOGIA; LINGUAGEM**

### **Introdução**

As transformações tecnológicas têm alterado profundamente a história do rádio. Além dos sucessivos avanços, como a invenção do transistor, a incorporação da pilha e a miniaturização, duas rupturas, do ponto de vista da linguagem, marcam a história da radiofonia, justamente por causa da tecnologia. A primeira ruptura foi com o advento da TV; a segunda acontece agora, com a digitalização que, certamente, apontará novos rumos para o invento de Marconi.

Justamente por causa da tecnologia, a história do rádio é marcada por dois momentos de intensos debates acerca de sua existência no futuro. O primeiro grande debate aconteceu na década de 50. Com o surgimento da televisão, acreditava-se que o rádio iria acabar, já que o novo veículo que nascia, além do som, tinha também imagem. Hoje, neste início do século XXI, um novo debate toma conta dos profissionais da radiofonia e do meio acadêmico: A internet vai engolir o rádio? Os novos e modernos formatos em áudio podem ser definidos como rádio? Os novos gêneros de rádio que surgem na web vão acabar com o modelo tradicional que todos nós conhecemos? As mídias como rádio, TV e jornal terão existência apenas no computador num futuro próximo? Meditsch (2001) explica:

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT de Mídia Sonora, do V Congresso Nacional de História da Mídia, Facasper e Ciee, São Paulo, 2007.

<sup>2</sup> Jornalista, mestre em Comunicação (Universidade São Marcos-SP), doutoranda em Linguística (UFMG), professora do curso de Jornalismo do Uni-BH, coordenadora do curso de pós-graduação lato sensu Criação e Produção em Mídia Eletrônica – Rádio e TV do Uni-BH. Coordenadora do Núcleo de Imprensa do Uni-BH. [nairprata@uol.com.br](mailto:nairprata@uol.com.br)



O velho fantasma da extinção do rádio ronda mais uma vez os nossos estúdios, trazendo angústias e incertezas a seus profissionais e gerando confusão entre os estudiosos do meio. Agora, a ameaça se chama internet, o fenômeno que parece querer subjugar o mundo nesta virada do milênio, devorando todas as mídias que o antecederam, até mesmo a televisão, até há pouco tão garbosa no seu domínio sobre a civilização. Diante de tal poder e voracidade, quem tem chance de sobreviver? Alguém é louco de apostar no rádio? (p. 1).

Na Jornada Internacional de Comunicação, realizada em 2000, na Universidade de Navarra, na Espanha, um grupo de especialistas sentenciou que o rádio será liquidado dentro do contexto multimídia. O diretor da rádio CBN, Heródoto Barbeiro, em comunicação ao III Congresso Internacional de Jornalismo em Língua Portuguesa, realizado em Recife, também em 2000, afirmou que o rádio atual está com os dias contados e um novo veículo multimídia será o seu sucessor (MEDITSCH, 2001, p.1).

Alguns autores já falam que o computador assumiu o papel que por longos anos foi exercido pelo rádio, substituindo a figura do radioamador pela do internauta. Segundo Chaves (2001),

temos, agora, uma comunicação “falada pelas pontas dos dedos”, contextualmente livre, mas sensível ao contexto. No processo de digitação e de transmissão/recepção, não só devido às inúmeras estratégias criadas pelos usuários como também ao avanço da tecnologia, a interação tem se tornado mais veloz e, dependendo da modalidade adotada, aproxima-se do discurso falado (p. 71-72).

O rádio de uma era que é chamada de pós-modernidade tem imagens em movimento, fotografias, links, interação em tempo real e não-linearidade. Percebe-se duas vertentes deste novo rádio: a radiofonia digital propriamente dita e a radiofonia via web. Na década de 50, e também hoje, a tecnologia vem ditando as regras e mudando os rumos da história do rádio.

## **1. Breve histórico da radiofonia**

O início do século XX foi marcado por intenso desenvolvimento científico e tecnológico e o homem daquele tempo não conseguia alcançar plenamente as repercussões que seriam proporcionadas pela radiofonia, embora em todo o mundo o novo veículo de comunicação causasse grande interesse. Durante a Primeira Guerra Mundial, o rádio foi usado com fins militares e, a partir de 1918, este tipo de comunicação ganhou perspectivas civis.



Uma publicação da ABERT - Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão - *Radiodifusão e Democracia* (1990), explica que “a radiodifusão é a primeira invenção humana a realizar o milagre da presença à distância, a qualquer distância” (p.6).

Um dos marcos da história do rádio e que mostra bem como mudaram as relações de tempo e de espaço foi a divulgação da eleição do presidente americano, Warren Harding, em 1920. As pessoas, acostumadas a saber dos fatos com relativo atraso, ficaram assustadas com a instantaneidade da divulgação da notícia.

Aqui no Brasil, o rádio nasceu oficialmente no dia sete de setembro de 1922, como parte das comemorações do centenário da independência. O discurso do então presidente da República, Epitácio Pessoa, foi ouvido no Rio de Janeiro e também em Niterói, Petrópolis e São Paulo, graças à instalação de uma retransmissora e de aparelhos de recepção. Mas somente no dia 20 de abril de 1923 começou a funcionar realmente a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, considerada a emissora pioneira no Brasil. Segundo seus fundadores, Roquette Pinto e Henrique Morize, o objetivo da emissora era lutar pela cultura e educação do povo brasileiro. O início da história do rádio no Brasil é marcado pela forma como se organizavam as emissoras que, como clubes, viviam do pagamento de mensalidades por parte dos associados.

A década de 30 foi importante para que o rádio definisse seus caminhos e encontrasse seus rumos. Miranda (s/d) lembra: “o impacto do rádio sobre a sociedade brasileira a partir de meados da década de 30 foi muito mais profundo do que aquele que a televisão viria a produzir trinta anos depois” (p.72).

Nos anos 40, chamada *época de ouro do rádio brasileiro*, começou o que hoje denominamos de guerra de audiência, com as emissoras se esforçando cada vez mais para conquistar o público com as suas programações. No início da década de 40 o rádio brasileiro foi marcado pelos programas humorísticos e de entretenimento e, em 1941, foi ao ar a primeira novela do rádio e de toda a história da comunicação não-impressa no Brasil: *Em Busca da Felicidade*. Ficou no ar quase dois anos, de junho de 41 a maio de 43.

O advento da televisão marca o fim da *época de ouro* do rádio. Para enfrentar a nova e potente concorrência, o rádio teve que buscar outros caminhos e definir uma linguagem específica. A discussão que ocorreu naquele período era semelhante à que acontece hoje: Qual o futuro do rádio? O rádio tem futuro? O rádio vai morrer com as novas tecnologias? A televisão há algumas décadas, a internet hoje: o rádio vai continuar como o conhecemos atualmente? No passado, o rádio soube como encontrar novos rumos. De acordo com Ortriwano (1985),

no início, foi reduzido à fase do vitrolão: muita música e poucos programas produzidos. Como o faturamento era menor, as emissoras passaram a investir menos, tanto em produção quanto em equipamento e pessoal técnico e artístico. O rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública. Foi-se encaminhando no sentido de atender às necessidades regionais, principalmente ao nível de informação. Começa a acentuar-se a especialização das emissoras, procurando cada uma delas um público específico (p.21).

Uma inovação tecnológica importante marcou a história do rádio na década de 50: a chegada do transistor, que livrou o aparelho de fios e tomadas, proporcionando a criação de uma nova linguagem, apropriada para um veículo com alta mobilidade, que acompanha o ouvinte onde quer que ele esteja. Assim, a partir do transistor, o público pressuposto do rádio passou a ser um ouvinte móvel, o que não acontecia anteriormente quando as famílias se reuniam na sala ao redor de um garboso aparelho.

Essa nova linguagem deu origem ao jornalismo radiofônico moderno, com foco na agilidade da informação. Isso significa que hoje a notícia no rádio envelhece rapidamente, já que é grande a ânsia pela informação cada vez mais nova. A rádio Band News, por exemplo, tem um slogan que ilustra bem isso: “Em 20 minutos, tudo pode mudar”. Meditsch (1999) lembra que na década de 50, antes da invenção do transistor, acreditava-se que o tempo de atenção do ouvinte era de 15 minutos. Na década de 60 esse tempo passou para oito minutos, na década de 70 para quatro minutos, na década de 90 para três minutos e hoje algumas emissoras trabalham com o tempo de atenção em torno de 90 segundos.

Uma mudança tecnológica importante encontrada pelo rádio foi a transmissão em FM. Por transmissão em AM (Amplitude Modulada) entende-se a modulação da amplitude das ondas e, por FM (Frequência Modulada), a modulação da frequência. Costa e Noletto (1997) explicam que o uso do FM começou com a Rádio Imprensa do Rio de Janeiro, a primeira emissora a operar nesta faixa. Em 1955, lançou dois canais: um comercial (com programação para uma rede de supermercados) e outro não-comercial (música para lojas e escritórios). Até esta época, a faixa de FM era usada apenas como forma de comunicação entre o estúdio e a antena de retransmissão da emissora. Nos anos 60, o FM foi regulamentado pelo governo federal.

Uma tendência da audiência do rádio no Brasil é a queda pela preferência do AM. As emissoras FM a cada dia têm abocanhado faixas importantes do público que



antes era cativo do AM. Uma das razões desta queda pode ser apontada como a baixa qualidade de som do AM, sempre associado a chiadeiras e ruídos constantes. Algumas estações AM oferecem, inclusive, ajuste gratuito em antenas de automóvel, para que o som chegue mais claro aos ouvintes. Outro fator importante é algumas emissoras FM, com som de qualidade, fazem uma programação muito parecida com o que se ouve no AM. Então os ouvintes aliam o bom som aos programas de entrevistas, auto-ajuda, prestação de serviços, informação e entretenimento que as FMs passaram a oferecer. Só para se ter uma idéia da composição da audiência do AM e do FM em Belo Horizonte, dados do Ibope<sup>3</sup> mostram que de cada 100 pessoas da capital, 14 estão ouvindo rádio a qualquer momento. Destas, 11 ouvem FM e três estão ligadas no AM.

Uma prática que tem sido usada por algumas emissoras AM é a transmissão simultânea também por FM. Sem perder os benefícios do AM de atingir longas distâncias, busca-se no FM o som de qualidade e outras faixas de público. Em Belo Horizonte, as rádios CBN e Itatiaia buscaram este caminho, transmitindo em AM e FM<sup>4</sup>. Com o processo de digitalização das transmissões das emissoras de rádio, essa diferença entre AM e FM já não existirá mais.

O Brasil ocupa hoje o segundo lugar mundial em número de emissoras de rádio: são 6.218, soma inferior apenas à dos Estados Unidos, que tem mais de 12 mil estações<sup>5</sup>.

A radiofonia hertziana apresenta algumas tendências significativas. Uma delas é a emissora livre, que tenta quebrar o monopólio estatal. Qualquer emissora em funcionamento sem concessão ou permissão do poder público é considerada clandestina. Desde o início da radiodifusão, existem as emissoras clandestinas, mas foi a partir da década de 70 que estas estações ganharam impulso, principalmente na França e Itália. Aqui no Brasil, o movimento das rádios livres começou nos anos 80, na cidade paulista de Sorocaba, que chegou a abrigar 42 emissoras clandestinas de FM durante o verão de 82.

Uma rádio comunitária só pode operar com potência de 25 watts (com um raio de alcance de cerca de 100 m<sup>2</sup>). A primeira rádio comunitária foi criada na Áustria, em 1925 (ABNER, s/d). Hoje a web é a grande saída das emissoras que não conseguem a concessão governamental, passando a operar livremente pela rede. Um exemplo doméstico é a webradio Pelo Mundo ([www.pelomundo.com.br](http://www.pelomundo.com.br)), idealizada, produzida e apresentada por comunicadores de Belo Horizonte que, certamente, teriam

---

<sup>3</sup> Relatório do trimestre janeiro/fevereiro/março de 2005.

<sup>4</sup> Hoje, apenas a rádio Itatiaia transmite simultaneamente em AM e FM. A CBN repassou a frequência em AM para outra emissora da mesma rede, a rádio Globo.

<sup>5</sup> Revista Veja, março de 2005.



dificuldades intransponíveis para conseguir uma concessão hertziana, já que não pertencem a qualquer grande grupo empresarial ou são ligados a igrejas ou políticos.

Outra tendência importante é a segmentação das emissoras. Aliás, toda a indústria cultural buscou este caminho como forma de atender ao mercado, mas no caso da radiodifusão, o fenômeno foi acentuado a partir da implantação e do desenvolvimento das emissoras FM. Na internet essa tendência à segmentação é ainda maior, com foco num público cada vez mais específico. O próprio modo de fazer rádio na web proporciona o surgimento de emissoras voltadas a nichos altamente seletivos, multiplicando o número de emissoras a tal ponto que cada pessoa pode montar o seu próprio arquivo de áudio, as chamadas “emissoras pessoais”.

Uma tendência importante do rádio que se desenha há alguns anos é a formação de grandes redes de radiofonia. As maiores redes são a Gaúcha Sat e a Jovem Pan, que controlam mais de 100 emissoras cada uma. Logo a seguir, vem a Bandeirantes, que detém 96 emissoras. Aqui em Minas Gerais, o destaque fica por conta da Rede Itatiaia de Rádio, a Itasat, que alcança grande parte do Estado. Também na internet as grandes redes estão presentes, algumas oferecendo programações até em outras línguas.

Outro fenômeno importante na radiofonia hertziana brasileira é a presença da igreja, principalmente a Católica. O rádio é ferramenta dos grupos religiosos, que detêm cerca de 35% das emissoras do país. Na web a presença da igreja também é importante. Nas webrádios mais acessadas aqui no Brasil, a maioria é ligada a grupos religiosos.

Em 1995 surge nos Estados Unidos - e três anos depois no Brasil - uma nova vertente da radiofonia, que hoje pode ser chamada, inclusive, de um novo modelo: a webrádio. O primeiro pressuposto quebrado pela webrádio foi o suporte, pois, ao invés do aparelho tradicional, o acesso passou a ser feito pelo computador, uma novidade que, até hoje, causa estranheza em muitas pessoas.

## **2. A chegada do rádio digital**

As novas tecnologias promoveram uma verdadeira revolução na radiofonia. A principal delas é a digitalização, tanto da produção, quanto da transmissão e recepção radiofônicas.

Em todo o mundo, há uma intensa movimentação em torno do rádio digital e das novidades que a nova tecnologia traz consigo. Questões como linguagem, preço do aparelho receptor, readequação do trabalho do jornalista, os novos gêneros digitais e novas formas de interação com o público, entre muitas outras, são debatidas pela sociedade, pelos profissionais de comunicação e nas redações das emissoras de rádio.



Um grupo de pesquisadores ligados à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom – tem se dedicado ao levantamento da situação do rádio digital no Brasil. Os estudos preliminares apresentados no congresso realizado em Brasília, em 2006, mostraram que os projetos de implantação ainda estão engatinhando. Novo levantamento será apresentado em Santos, em setembro próximo e a esperança é que os projetos estejam mais adiantados.

### **3. A vez da webradio**

A ligação humana com o rádio hertziano se dá através do sentido da audição. Isto é, para escutar rádio, é necessário apenas o sentido biológico de ouvir, nada mais do que isso. Para a televisão, por exemplo, há como pressupostos os sentidos da visão e da audição, além da postura passiva e estática do espectador diante do aparelho de TV; já os veículos de comunicação impressos exigem não apenas a alfabetização do leitor, mas a compreensão de um texto escrito e a capacidade de seleção e identificação precisa de conteúdos. O rádio requer somente o ato de ouvir. Quem tem a capacidade de ouvir, pode ouvir rádio, pois a ligação entre o veículo e o ouvinte se faz apenas através do sentido da audição.

O advento da internet, porém, faz surgir uma nova forma de radiofonia, onde o usuário não apenas ouve as mensagens transmitidas, mas também as encontra em textos, vídeos, fotografias, desenhos, hipertextos. Além do áudio, há toda uma profusão de elementos textuais e imagéticos que resignificam o velho invento de Marconi.

A web, na realidade, provocou uma gigantesca transformação nos sistemas de troca de informações conhecido até agora. Albert Einstein afirmou, certa vez, que três grandes bombas haviam explodido durante o século XX: a bomba demográfica, a bomba atômica e a bomba das telecomunicações. Roy Ascott, um dos pioneiros da arte em rede, chamou de “segundo dilúvio”, o das informações (LÉVY, 1999).

Segundo Silva (2001), a última década do século XX caracteriza-se como a chamada geração virtual, quando acontece uma revolução no mundo da informação, com o surgimento da comunicação mediada por computador, ou via internet. De acordo com o autor, “na era da globalização a tecnologia destrói barreiras de tempo e distância, e torna-se possível a troca de informações entre pessoas por meio de redes de computador, informações essas que variam desde textos verbais até vídeos” (p. 207). Nesta geração virtual de que fala Silva (2001), podemos até fazer uma separação entre as pessoas genuinamente digitais, isto é, nascidas sob a égide da informática, e os



imigrantes digitais, a maior parte da sociedade – como eu e você, leitor - que nasceu e trabalhou no modelo analógico e agora tenta de adequar aos padrões digitais.

Com a web, surge uma nova modalidade de discurso, o chamado discurso eletrônico. Souza (2001) explica que o discurso eletrônico pode assumir formas que guardam extrema semelhança com o discurso oral, “sendo, portanto uma modalidade de uso da linguagem que freqüentemente escapa a um enquadramento que se sustente em noções convencionais sobre a escrita e a oralidade” (p. 15).

Faustini (2001) dá um exemplo interessante – só que no campo da Educação a Distância – para mostrar como a internet superou as outras mídias. Segundo a autora, pode-se dividir a Educação a Distância em três gerações. A primeira geração refere-se ao ensino por correspondência, com a mídia impressa. Um bom exemplo, aqui no Brasil, é o Instituto Universal Brasileiro, que diplomou milhares de pessoas nos mais variados cursos. Na década de 70, surge a segunda geração da Educação a Distância com os telecursos. Desta vez, são utilizadas mídias como rádio, televisão, fitas de vídeo e áudio. Nesta época, é criado o Telecurso 2000. Nos anos 90, surge a terceira geração da Educação a Distância, quando há uma integração de mídias (rádio, televisão, impresso, vídeo), principalmente com o uso do computador.

Outro exemplo que pode ser destacado é a sensível perda do rádio quando o assunto é a música. A radiofonia sempre foi o meio tradicional para divulgação dos artistas e suas canções. Com a internet, porém, os músicos estão criando e distribuindo suas obras numa relação de independência com a indústria fonográfica que vê, a cada dia, surgirem novos selos virtuais. Este movimento está determinando, inclusive, o fim do CD, já que boa parte da produção musical da maioria dos artistas pode ser facilmente baixada da web por *download* pirata ou via pagamento.

Muitos artistas consagrados tentam se precaver de todas as formas para evitar que suas músicas possam ser copiadas e divulgadas na web. É claro que existem os problemas, como esta questão do *copyright*, mas é inegável que a tradicional dobradinha rádio-música ganhou mais um parceiro, a internet.

Alves (2003) explica que o rádio passou e está atravessando ainda quatro fases diferentes dentro das redes digitais: interseção, adaptação, mudança e transformação. E a partir do surgimento das novas tecnologias, Cebrián (2001) define três modelos de rádio hoje:

1. O modelo generalista: tradicional, com programação de informação, opinião e entretenimento;



2. O modelo temático: compreende as emissoras com programação monotemática: informação, música, economia, esporte, educação, etc.
3. O modelo convergente: onde se integram os serviços sonoros, visuais e escritos, que é o modelo de rádio multimídia ou integrado à internet.

Campos e Pestano (2006)<sup>6</sup>, no entanto, consideram que não existe ainda este terceiro modelo de rádio. Os autores fizeram uma pesquisa com webrádios espanholas e concluíram:

Compreende-se que a incursão na rede possibilita às emissoras novos serviços e novos alcances que se devem aproveitar, o que supõe uma mudança de suporte com novas vantagens, mas a essência de conteúdos é a mesma, generalistas e temáticos. Na amostra estudada, foram localizadas 45,2% generalistas e 54,8% temáticas. Dentro do modo temático, localizamos diferentes temas: musical, notícias, escolares, religiosas, econômicas, para jovens, educativas, entre outras, de conteúdo mais específico. Destacam-se as emissoras com temática musical. Os canais musicais por Internet tem causado toda uma inovação, onde o internauta apode eleger a temática de música que deseja escutar e assim pode baixar a música em seu computador.

Talvez haja exagero de ambas as partes: uma ao afirmar que existe esse terceiro modelo; outra ao negar sua existência. O mais sensato é perceber que o modelo convergente está em fase de construção, com os elementos antigos se reconfigurando em busca de um enquadramento num modo absolutamente novo de se fazer rádio.

A partir da presença do rádio na internet, muitos pesquisadores têm buscado entender e tipificar esta nova mídia. Pelo viés da tecnologia, poderíamos nomear dois modelos de radiofonia:

1. Radiofonia analógica: emissoras que realizam transmissões analógicas através de irradiação e modulação das ondas eletromagnéticas, também chamadas de rádios hertzianas;
2. Radiofonia digital:
  - a. emissoras de rádio hertzianas com transmissão digital;
  - b. emissoras de rádio com existência exclusiva na internet ou webrádios.

Já Carmen Gómez Mont *apud* Alves (2003), tipifica três tipos de emissoras de rádio na internet:

---

<sup>6</sup> <http://www.saladeprensa.org/> Data de acesso: 24/01/2006.



1. A emissora propriamente radiofônica, que traduz em linguagem digital o que já existe na forma hertziana;
2. A emissora que é embrionariamente digital, isto é, que já nasceu na web;
3. A rádio pirata, que encontra na web o espaço para a livre expansão.

Não é possível concordar com a autora ao configurar a rádio pirata como um tipo de webrádio. Pirata é toda emissora sem concessão e, como na internet não existe esse pressuposto, então não há rádios piratas na web. Poderíamos falar que na internet existem rádios pequenas e sem expressão que não conseguem a licença estatal e se abrigam na grande rede de computadores. Assim, o mais correto é afirmar que na web existem dois modelos de radiofonia: emissoras de rádio hertzianas com presença na internet e emissoras de rádio com existência exclusiva na internet, que chamamos de webrádios.

Mas não é tarefa fácil entender como o rádio, e mesmo a TV, se configuram atualmente e qual seu papel no futuro diante do avanço das novas tecnologias. Hoje temos, além das formas tradicionais de rádio e TV, novos modelos advindos das tecnologias digitais. A realidade que se avizinha é a convergência das mídias, isto é, rádio, televisão, jornal, revista, livro, telefonia e tudo o mais que se entende por processo de comunicação convivendo num mesmo suporte, a internet. Um dos mais intrigantes objetos de pesquisa é se haverá uma linguagem específica para cada um destes processos comunicativos, ou se, no futuro, tudo isso será uma coisa só. Certamente que se trata de um campo profícuo para investigações tanto na área da linguagem, como da comunicação.

Num interessante texto intitulado *Uma Nova Onda no Ar*, Regina Mota e Takashi Tome (2005) traçam um intrigante triângulo hipotético na tentativa de definir o rádio e a TV diante das novas tecnologias. Segundo os autores, cada um dos vértices representa uma proposta extrema. Assim, num vértice do triângulo está a TV digital, não no sentido mais amplo, mas a simples digitalização da TV analógica. No outro vértice está o rádio digital, também no sentido mais estreito. Já o terceiro vértice apresenta um novo conceito de comunicação eletrônica de massa que, segundo os autores, representa algo que não é nem rádio nem televisão (nos moldes atuais): “seria um sistema destinado a difundir conhecimento, qualquer que seja sua forma de manifestação: visual, auditiva, textual, iconográfica ou – por que não? – olfativa e tátil” (p.61-62). Os atributos deste terceiro modelo são: “interatividade, plena liberdade de

escolha e maior equilíbrio na relação dialógica produtor-consumidor de informações” (p.64).

E quais são os pressupostos deste novo modelo? Do ponto de vista da tecnologia, o novo rádio é, por excelência, digital. A partir do olhar 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.

Antes de entrarmos nos elementos constitutivos da webradio, queremos nos deter, brevemente, na transição entre o modelo hertziano e o digital via web: o modo hertziano com presença na internet. Com o advento da web, empresas em geral começaram a colocar suas páginas na internet para uma interface com o consumidor. O rádio viveu o mesmo processo e muitas emissoras passaram a ter um site na rede, com informações sobre a empresa e os locutores, letras de músicas, tabela de anúncios publicitários, etc. Aos poucos, as rádios também passaram a ofertar a transmissão *on-line*, isto é, um único produto midiático podendo ser acessado simultaneamente no aparelho de rádio e no computador. Aqui em Belo Horizonte, a primeira emissora hertziana a transmitir também via web foi a rádio Itatiaia. Esse modelo de rádio continua existindo e convivendo com o modelo hertziano e o modelo na web.

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

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

Várias novidades são oferecidas pelas webrádios, como serviço de busca, previsão do tempo, *chats*, *podcasts*, biografias de artistas, receitas culinárias, fóruns de discussão, letras cifradas de músicas, etc. Há também fotografias na *homepage* e nas outras páginas, tanto imagens publicitárias, quanto fotos de artistas e de funcionários da emissora. Há também vídeos e infografia.

Um detalhe, porém, difere o site da webradio de tantas outras páginas da internet: um botão para a escuta sonora da rádio. Ao clicar nesse ícone, o usuário poderá ouvir a transmissão radiofônica. Mas, para entender a mensagem transmitida, não é



preciso o auxílio visual da página, que pode ser minimizada. A mensagem tem sentido apenas pelo áudio.

Além disso, a webradio pode oferecer não apenas um só canal de áudio, como estamos acostumados no rádio hertziano, mas um amplo espectro de opções para todos os gostos. Num clique do mouse, o usuário pula de um universo a outro, de acordo com as suas preferências pessoais, mas dentro de uma mesma rádio. A webradio deve ser entendida, portanto, como uma grande constelação de elementos significantes sonoros, textuais e visuais abrigados no suporte internet.

Pode-se afirmar, com toda certeza que, mais do que o rádio digital, a presença na web é a grande novidade encontrada pela radiofonia brasileira. Hoje no país existem centenas de sites de rádios na internet que, além da transmissão de áudio, oferecem também informações sobre a programação da emissora, *chats*, fotografias dos locutores e artistas, tabelas de preços de publicidade, entre dezenas de outros atrativos. Os serviços de busca de sites da web apontam a presença de variados tipos de emissoras de rádio, com ampla programação centrada nos mais diversos públicos. Há emissoras noticiosas, religiosas, políticas, musicais, esportivas, culturais e as ecléticas, voltadas para vários perfis de usuários.

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. De acordo com Kuhn (2006)<sup>7</sup>, dados da empresa BRS Media, de San Francisco, mostram que, entre abril de 1996 e abril de 2000, a quantidade de emissoras com transmissão via internet saltou de 56 para 3.763 nos Estados Unidos.

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.

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.

### **Considerações finais**

---

<sup>7</sup> Disponível em: [http://mail7.uol.com.br/cgi-in/webmail.exe/O\\_RÁDIO\\_NA\\_INTERNET\\_RUMO\\_À\\_QUARTA\\_MÍDIA.pdf](http://mail7.uol.com.br/cgi-in/webmail.exe/O_RÁDIO_NA_INTERNET_RUMO_À_QUARTA_MÍDIA.pdf) Data de acesso: 07/02/2006.



A princípio, pode parecer que as novas tecnologias estejam ainda muito distantes da vida diária das populações urbanas e rurais, acostumadas a ouvir rádio num simples e barato aparelho a pilha. Mas como é sabido por todos, as novidades tecnológicas geralmente chegam cercadas por dificuldades operacionais e preços elevados. Aos poucos, porém, entram na vida e na rotina da sociedade de tal forma que parece impensável ter vivido tanto tempo sem elas. O casamento entre rádio e internet certamente acompanhará este processo e, num futuro bem próximo, soará como linguagem ultrapassada a emissora que não oferecer, além do áudio, também conteúdos imagéticos e textuais ao seu público, ampla possibilidade de canais, intensa interação com o receptor e possibilidade real de produção de conteúdo por parte do usuário.

Quando se fala em tecnologia e informação, é importante lembrar Marshall McLuhan. Na introdução do seu livro *The Galaxy of Gutenberg* (1977), ele diz:

Toda tecnologia nova tende a criar novo ambiente humano. A invenção da escrita e a utilização do papiro criaram o ambiente social dentro do qual pensamos, em conexão com os impérios do mundo antigo. O estribo e a roda criaram ambientes de grande importância. A imprensa inventada por Gutenberg criou um novo ambiente totalmente inesperado - o público (p.11).

Se toda nova tecnologia tende a criar um novo ambiente humano, como afirma McLuhan, qual é o novo ambiente humano criado pela união do rádio e da internet? De acordo com o cenário que se desenha, é o surgimento de um novo público para este novo modelo de radiofonia, nascido das modernas tecnologias.

## Referências bibliográficas

\_\_\_\_\_. Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão - ABERT, *Radiodifusão e Democracia*, 1990.

ABNER, George. *Faça uma rádio e voe livre pelo ar* (mimeo). Belo Horizonte.

ALVES, Raquel Porto Alegre dos Santos. *Rádio no ciberespaço – interseção, adaptação, mudança e transformação*. Trabalho apresentado no Núcleo de Mídia Sonora, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

CHAVES, Gilda Maria Monteiro. Interação on-line: análise de interações em salas de chat. In: MENEZES, Vera. *Interação e Aprendizagem em ambiente virtual*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2001.

COSTA, Gilberto e NOLETO, Pedro. *Chamada à Ação: Manual do radialista que cobre educação*. Projeto Nordeste/Unicef. Brasília, 1997.



FAUSTINI, Christiane Heemann. Educação à distância: um curso de leitura em língua inglesa para informática via Internet. In: MENEZES, Vera. *Interação e Aprendizagem em ambiente virtual*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2001.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARSHALL, McLuhan. *A Galáxia de Gutenberg*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

MEDITSCH, Eduardo. *A Rádio na Era da Informação*. Coimbra: Minerva, 1999.

MEDITSCH, Eduardo. O ensino do radiojornalismo em tempos de internet. Artigo apresentado no XXIV Congresso da INTERCOM – Sociedade de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Campo Grande/MS: 2001.

MIRANDA, Orlando. A Era do Rádio. In: *Nosso Século*. Abril Cultural, nº 17, s/d.

MOTA, Regina Mota e TOME, Takashi. *Uma Nova Onda no Ar*. In: BARBOSA FILHO, André. *Mídias Digitais*. São Paulo: Edições Paulinas, 2005.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, Renato Caixeta. Discutindo a interação em sala de aula via Internet: análise de interações por correio eletrônico. In: MENEZES, Vera. *Interação e Aprendizagem em ambiente virtual*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2001.

SOUZA, Ricardo Augusto. O discurso oral, o discurso escrito e o discurso eletrônico. In: MENEZES, Vera. *Interação e Aprendizagem em ambiente virtual*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2001.

### Referências eletrônicas

<http://www.saladeprensa.org/> Data de acesso: 24/01/2006.

<http://www.pelomundo.com.br>. Data de acesso: 22/03/2007.

[http://mail7.uol.com.br/cgi-in/webmail.exe/O\\_RÁDIO\\_NA\\_INTERNET\\_RUMO\\_À\\_QUARTA\\_MÍDIA.pdf](http://mail7.uol.com.br/cgi-in/webmail.exe/O_RÁDIO_NA_INTERNET_RUMO_À_QUARTA_MÍDIA.pdf). Data de acesso: 07/02/2006.