

Universidade Federal de Juiz de Fora

Faculdade de Comunicação Social

Carlos Emanuel Rocha Bartels

WEBRADIOS BRASILEIRAS
a conexão no lugar da sintonia

Juiz de Fora - MG
2004

CARLOS EMANOEL ROCHA BARTELS

**WEBRADIOS BRASILEIRAS:
a conexão no lugar da sintonia**

Monografia apresentada para obtenção de graduação no Curso de Comunicação Social - Habilitação Jornalismo - da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora. Orientador Acadêmico: Professor Kleber Ramos de Queiroz

Juiz de Fora
2004

CARLOS EMANOEL ROCHA BARTELS

WEBRADIOS BRASILEIRAS
a conexão no lugar da sintonia

Monografia apresentada para obtenção de
graduação no Curso de Comunicação
Social - Habilitação Jornalismo - da
Faculdade de Comunicação Social da
Universidade Federal de Juiz de Fora.

Data da aprovação:

Juiz de Fora - MG, de dezembro de 2004

Professor Kleber Ramos de Queiroz

Professor Gabriel Collares Barbosa

Professor Carlos Pernisa Junior

Juiz de Fora
2004

Ao tempo,

que não parou

mas que me permitiu alcançá-lo.

Aos professores, colegas, pais, filhos e esposa pela paciência.

RESUMO

Pesquisa sobre a importância da localização geográfica das emissoras, o gênero radiofônico predominante e a utilização da linguagem radiofônica nas emissoras de rádio que transmitem, exclusivamente pela internet, em português do Brasil, utilizando a classificação no site **www.radios.com.br**.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	O RÁDIO E A INTERNET: NASCIMENTO E EVOLUÇÃO	14
2.1	Uma breve história do rádio	15
2.1.1	A invenção e a evolução tecnológica	15
2.1.2	O rádio como veículo de comunicação de massa	19
2.2	Uma rápida história do computador e da internet	25
2.2.1	O computador: a origem dos <i>bits</i>	26
2.2.2	Internet: uma fórmula improvável	27
2.2.3	A internet no Brasil	31
2.2.4	O computador e a internet como mídias	32
2.2.5	A exclusão digital	34
3	O RÁDIO NA INTERNET: <i>WEBRADIOS</i> BRASILEIRAS	37
3.1	O objeto de estudo	37
3.2	O objetivo do estudo	38
3.3	A relevância do estudo	38
3.4	As limitações da pesquisa	40
3.5	A metodologia	41
3.5.1	O <i>site</i> de busca	41
3.5.2	A seleção das <i>webrádios</i>	43
3.5.3	O processo de rádio escuta	44
3.6	A localização geográfica das emissoras	45
3.6.1	A pesquisa de rádio escuta quanto à locali- zação das emissoras.	46
3.7	Os gêneros radiofônicos	47
3.7.1	A percepção das próprias emissoras quanto ao gênero radiofônico	48
3.7.2	A pesquisa de rádio escuta quanto ao gênero radiofônico	50
3.8	A linguagem radiofônica	50
3.8.1	A pesquisa de rádio escuta quanto à língua- gem radiofônica	52
3.9	Relatórios de Escuta	53
3.9.1	<i>Webrádio</i> Atalainet	53
3.9.2	<i>Webrádio</i> BNB	56
3.9.3	<i>Webrádio</i> Som Sertanejo	58
3.9.4	<i>Webrádio</i> Fênix	59
3.9.5	<i>Webrádio</i> Buscaki	62
3.9.6	<i>Webrádio</i> Semear	63
3.9.7	<i>Webrádio</i> DJ Radio Mix	64
3.9.8	<i>Webrádio</i> Cia. do Som	66
3.9.9	<i>Webrádio</i> DJ Gospel	67

3.9.10 <i>Webradio</i> Verdade Net	68
4 CONCLUSÃO	72
5 REFERÊNCIAS	76
6 GLOSSÁRIO	80
7 ANEXOS	92

1 INTRODUÇÃO

O rádio é, essencialmente, um veículo próximo, íntimo. A internet, no seu atual estágio, é uma mídia de acesso individualizado, mas também para a recepção coletiva, como, por exemplo nas videoconferências. A relação pessoal e a necessidade de uma colaboração ativa (pela imaginação, no rádio e pela ação, na web) do sujeito-receptor no relacionamento com estes dois meios que, antes de se excluírem, completam-se, fornece o cenário para o estudo da convergência das mídias, anunciada desde o aparecimento da rede mundial de computadores.

Da mesma forma como se visualiza, hoje, a internet ou como se pensa o telefone, o rádio nasceu no começo do século XX como meio de mão dupla. Mas, para se viabilizar economicamente, deveria haver consumo: era preciso que muitos consumissem o conteúdo radiofônico. O anúncio e a programação transformaram várias pessoas em receptores. O rádio se estabeleceu como veículo de mão única: uma emissora transmitindo para muitos ouvintes.

Na internet, o modelo preliminar de exploração é, também, baseado na publicidade: portais e sites ainda procuram a forma mais eficiente de alcance e convencimento do usuário.

Apesar da comunicação mediada por computador e, mais especificamente a internet, ainda estar atravessando uma fase de estabelecimento como veículo de comunicação de massa:

abrange, segundo o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), somente 5% da população mundial (no Brasil, este percentual é de 6%), a ambientação de convergência dos meios já se estabeleceu como possibilidade a ser explorada.

Mesmo na proto-internet, a transmissão de conteúdos de texto já era uma realidade. A leitura não linear dos textos (hipertextos), inaugurada pela comunicação mediada por computadores, segundo Pierre LÈVY, "representa sem dúvida um dos futuros da escrita e da leitura" (1993 p.19). Os principais veículos impressos de todo mundo (notadamente, jornais e revistas) já disponibilizavam, a partir da metade da década de 1990, versões eletrônicas, e ainda procuram se adaptar à necessidade de uma linguagem diferenciada para o produto veiculado na grande rede. Depois das BBS, vieram os *e-mails*, os *chats* e os *blogs* como forma de comunicação através de texto e hipertexto.

O texto em movimento foi um avanço observado com a criação de programas de computador (*softwares*) destinados a produzir estes efeitos. A movimentação de texto está presente em grande parte dos *sites* disponíveis na *www*.

A transmissão de imagens estáticas foi resultado da evolução tecnológica que permitiu além do aumento na velocidade do tráfego de dados, a redução do tamanho dos arquivos com conteúdos visuais, mantendo a qualidade de percepção. O aprimoramento da plasticidade dos *sites* e os

fotologs (consequência da difusão das câmeras fotográficas digitais) são exemplos da utilização.

A transmissão de imagens em movimento ainda requer uma conexão de alta velocidade e um equipamento com poder computacional capaz de processar grandes quantidades de informação. A TV e os filmes cinematográficos na internet ainda requerem aprimoramento na compactação dos arquivos, aperfeiçoamento dos programas de fluxo contínuo de vídeo e redução de custo da tecnologia para que se constituam opções viáveis de acesso na grande rede.

Mais exigente que a transmissão de textos, porém bem menos que a transferência de arquivos de imagem, os conteúdos de áudio transitam pela *www* desde o começo dos anos 1990.

Em 1996, uma única estação - a *net.radio*, da cidade de Minneapolis - estava no ar 24 horas apenas na versão internet ... em 1997 quase 4.200 estações de rádio americanas transmitiam pela rede mundial (MOREIRA, 2002 p.147)

Estatísticas norte-americanas citadas por CASTELLS (2003 p. 162) dão conta de mais de 10 mil estações transmitindo através da *web*, naquele país. No Brasil, o número saltou de 20 emissoras em 1997 para 183 em 1999 e, em novembro de 2004, somente as emissoras cadastradas no *site **www.radios.com.br*** somavam 655.

O aperfeiçoamento de programas de computador que permitem o fluxo contínuo de áudio e vídeo (*streaming*) pela rede, promoveu o surgimento das emissoras de rádio transmitindo exclusivamente pela internet, primeiro como

manifestação da individualidade dos usuários e, depois, como veículo de divulgação de interesses de grupos específicos ou como exploração comercial destas transmissões. Segundo Manuel CASTELLS (2003 p.162), "uma maneira barata e fácil de transmitir além dos limites do espectro licenciado."

Ao lado do surgimento das rádios comunitárias brasileiras, cuja grande maioria persiste na transmissão, independente de outorga pelo Ministério das Comunicações, as *webrádios* prescindem de autorização para funcionamento (não existe, no Brasil, lei que regulamente o funcionamento destas estações) e, ao contrário das emissoras que transmitem por ondas hertzianas, não possuem restrições de alcance além da existência de equipamentos aptos para a recepção.

As condições estabelecidas para a existência de transmissões radiofônicas através da internet admitem a possibilidade de estudos baseados na premissa da diferenciação entre coexistência, cooptação e convergência.

As estações que transmitem exclusivamente pela *web*, em português do Brasil, independente da localização geográfica declarada pela emissora, foram o foco da atenção desta pesquisa, quanto à relevância da sua localização, ao gênero radiofônico predominante e à utilização da linguagem radiofônica.

No segundo capítulo procurar-se-á reunir, brevemente, a história das duas mídias que se fundem no objeto de estudo proposto. Paralelamente à evolução tecnológica dos veículos,

será abordada a construção das especificidades que tornaram tanto o rádio quanto a internet meios de comunicação de massa.

No capítulo três, serão detalhados os aspectos científicos da realização de pesquisa: a delimitação do objeto, do objetivo, limitações da pesquisa e a descrição e justificativa da metodologia empregada, além das observações fruto da investigação em si.

Ainda que sempre presentes as limitações da pesquisa, relatar-se-á no capítulo quatro as conclusões que resultarem das observações realizadas sobre o objeto de estudo.

Alguns termos utilizados no decorrer do texto desta monografia, por não serem de uso corrente, estarão agrupados, ao final, num glossário que poderá ser consultado a qualquer momento da leitura.

Como afirma LÉVY, em face das

novas maneiras de pensar e conviver (que) estão sendo elaboradas no mundo das telecomunicações e da informática (e da) metamorfose constante de dispositivos informacionais de todos os tipos (onde) escrita, leitura, visão, audição criação, aprendizagem são capturados por uma informática cada vez mais avançada (1993 p. 7).

e, ainda, diante da diversidade qualitativa (quanto à segmentação das emissoras) e da constante expansão da quantidade de estações transmitindo dentro dos parâmetros definidos como delimitações do objeto e do universo de estudo, longe há de estar o esgotamento do assunto. Espera-se, portanto, que este trabalho sirva à provocação de novas e

aprimoradas pesquisas que mais e melhor detalhem as características das *webrádios* brasileiras.

2 O RÁDIO E A INTERNET - NASCIMENTO E EVOLUÇÃO

A técnica e a tecnologia podem limitar a evolução de um meio de comunicação, mas não a determina. Segundo MEDITSCH (2001 p.123), "a própria identidade do rádio é dada mais pelo uso social específico de um conjunto de técnicas do que por uma técnica em si".

De um lado a tecnologia permite suporte ao uso como veículo de comunicação de massa: da mesma forma que o rádio primeiramente serviu à transmissão de mensagens telegráficas, o computador era, nos seus primórdios, uma grande máquina de fazer cálculos.

Para o presente estudo, interessa menos a estruturação tecnológica do que a funcionalidade que foi dada aos dois aparelhos. Faz-se, portanto, necessário examinar tanto o rádio quanto o computador (e depois, especificamente, a internet) sob abordagens distintas ainda que indissociáveis: a estruturação técnica e tecnológica e a utilização funcional que os transformou em veículos de comunicação de massas, ou seja, o meio capaz de dirigir sua mensagem para uma audiência simultaneamente ampla (que compreende uma enorme área geográfica), anônima (desconhecida no particular) e heterogênea (abrangendo pessoas de várias classes socioeconômicas, etnias, crenças, etc.).

2.1 UMA BREVE HISTÓRIA DO RÁDIO

Marshall MCLUHAN, na sua obra **Os meios de comunicação como extensões do homem**, afirma que

O rádio afeta as pessoas, digamos, como que pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação não expressas entre o escritor-locutor e o ouvinte. Este é o aspecto mais imediato do rádio. Uma experiência particular. As profundidades subliminares do rádio estão carregadas daqueles ecos ressoantes das trombetas tribais e dos tambores antigos (2002, p. 336 - 337).

O rádio oferece proximidade, intimidade, credibilidade. Cada um dos ouvintes pode interpretar de uma forma pessoal a mensagem radiofônica. Pela necessária participação imaginativa do ouvinte-receptor, MCLUHAN classifica o rádio como um meio "quente" ao contrário da televisão que ele considera "fria". É este veículo de comunicação que testemunhou o século XX como "extensão do homem" e que sobrevive e permanece no início do século XXI como "o mais *interativo* dos meios tradicionais porque oferece condições efetivas de parceria entre o emissor e o receptor." (Alberto Dines in MEDITSCH, 2001, p.11).

2.1.1 A invenção e a evolução tecnológica

A transmissão de sons por ondas de radiofrequência surgiu no início do século XX como uma evolução do telégrafo e do telefone.

A paternidade da invenção não pode ser firmemente determinada. A comunicação por radiofrequência, concretizou experiências que vinham sendo realizadas, quase simultaneamente, em várias partes do mundo.

Em 1870, o físico inglês James Clerk Maxwell demonstrou, teoricamente, a existência de ondas eletromagnéticas que se propagam no espaço o que, em 1888, o alemão Heinrich Rudolf Hertz comprovou, empiricamente. Em homenagem ao estudioso alemão, o fenômeno passou a ser denominado "ondas hertzianas", bem como a unidade de medida da frequência destas ondas tornou-se conhecida como "hertz".

A história reconhece o engenheiro italiano Guglielmo Marconi como o primeiro a utilizar a tecnologia na comunicação à distância, mas este pioneirismo não é pacífico quando se consideraram as experiências realizadas nos Estados Unidos pelo imigrante croata Nikola Tesla e no Brasil pelo Padre jesuíta, Roberto Landell de Moura.

Em 1895, na cidade de Bolonha, o engenheiro italiano operou uma campainha, a poucos metros de distância, sem utilização de fios. Marconi patenteou o invento em 1896, na Inglaterra e em 1901 fez a primeira transmissão, sem fio, de uma mensagem através do Atlântico. A praticidade que Marconi concebeu, inicialmente, foi a transmissão de mensagens a longa distância, sem fios, através do código Morse e que veio a ser conhecido como radiotelegrafia ou telégrafo sem fio.

No Natal de 1906, Riginald Aubrey Fessenden acrescentou um microfone ao aparelho construído pelo italiano, transmitindo sua voz e o som de alguns discos. Desde então o rádio começou a ser tratado como um assunto científico. Marconi recebeu o Prêmio Nobel de Física em 1909.

Tesla, além das experiências com as ondas hertzianas, foi responsável por várias outras invenções tais como a transmissão de energia elétrica por corrente alternada e o controle remoto. Registra-se que o croata transmitiu um sinal sonoro, sem fio, em 1893 mas não patenteou a invenção. Em 1943 a Suprema Corte dos Estados Unidos reconheceu a primazia das patentes de Tesla em relação às de Marconi. O engenheiro croata morrera há seis meses.

As primeiras experiências do padre brasileiro Roberto Landell de Moura foram realizadas em 1892, em Campinas - SP: transmitiu e recebeu a palavra humana através do espaço com o uso de um aparelho inventado por ele. Em 1894 (antes de Marconi) fez nova demonstração, desta vez na Capital de São Paulo.

TAVARES afirma sobre a atividade científica do padre Landell de Moura

...era a transmissão radiofônica que nascia no Brasil e - porque não dizer? - no mundo. Desconcertante, porém era a reação popular ... impostor, mistificador, louco, bruxo, padre renegado, herege, eram alguns dos "elogios" que ele comumente recebia - e o pior - com o aval da própria Diocese (Bispo Dom Duarte Leopoldo e Silva), que não concordava com suas teorias, considerando-o praticante de espiritismo, candomblé ou bruxaria (1997, p. 24-25).

Apesar de ter conseguido patentes dos seus inventos, no Brasil em 1900 e nos Estados Unidos, em 1904, o padre jesuíta morreu no anonimato em 1928.

Os primeiros aparelhos receptores de radiofrequência, chamados de Galena, eram constituídos de um pequeno fragmento de sulfeto de chumbo natural (o cristal de galena), um par de fones de ouvido, uma antena e uma pequena agulha.

O progresso da tecnologia do rádio deu-se pela agregação de componentes que já existiam isolados e que se prestaram a funções como alimentação elétrica, controle de circuitos, sintonia, antenas e transmissores, além do uso do alto-falante.

Na década de 1950, o transistor permitiu a miniaturização e mobilidade do aparelho e, no começo do século XXI, aponta-se para as transmissões via satélite direto para o receptor¹, por assinatura, e para o rádio digital (DAB - *Digital Audio Broadcast receivers*), que, utilizará com mais eficiência o espectro de frequências das ondas eletromagnéticas², atuando com transmissão de dados compactados, com melhor qualidade de áudio e com informações adicionais disponíveis nos *displays* dos receptores. No Brasil

¹ As transmissões via satélite para repetidoras terrestres já acontecem desde a década de 1960.

² Todos os aparelhos sem fio comunicam-se usando faixas de ondas eletromagnéticas. (ANEXO A)

a utilização do espectro é administrada pela ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações).

No ANEXO A - GRÁFICOS SOBRE A UTILIZAÇÃO DO ESPECTRO DE FREQUÊNCIAS (reportagem publicada na Revista Veja, em sua edição n° 1874), poderá ser observada a distribuição das frequências entre as diversas utilizações das ondas eletromagnéticas.

2.1.2 O rádio como veículo de comunicação de massa

O fato das comunicações radiofônicas serem abertas e poderem ser captadas por qualquer pessoa, foi vista, no início, com restrições: uma comunicação telefônica sem privacidade.

Em 1915, David Sarnoff, funcionário da *American Marconi* imaginou o rádio como utilidade doméstica. Sarnoff viria a ser, na década de 1930, presidente da RCA (*Radio Corporation of America*), importante empresa na fabricação dos primeiros receptores de rádio.

Entretanto, foi a empresa norte americana Westinghouse, em 1920, quem aceitou a sugestão do seu funcionário Frank Conrad no sentido de organizar uma transmissão regular. Conrad "era um radioamador que já produzia um programa musical desde a garagem de sua casa e já conquistara um número razoável de ouvintes" (MEDITSCH, 2001 P. 34). A emissora KDKA de Pittsburgh foi inaugurada no dia 2 de

novembro de 1920, transmitindo durante oito horas seguidas os resultados das eleições presidenciais americanas. A Westinghouse pretendia lucrar com a venda de aparelhos receptores.

Na década de 1920 deu-se a difusão do rádio pelo mundo, como se pode observar nas datas das primeiras transmissões nos mais diversos países:

TABELA 1 - INÍCIO DAS TRANSMISSÕES RADIOFÔNICAS

País	Início das Transmissões
Argentina; Inglaterra; Canadá	1920
França; Austrália; Nova Zelândia	1921
Rússia	1922
Bélgica; Tchecoslováquia; Alemanha	1923
Finlândia	1924
Polônia; México	1925
Japão; Índia	1926
Itália	1927

Fonte: compilado de TAVARES (1997, P. 41 - 42)

No Brasil, o primeiro contato com o rádio aconteceu na Exposição do Centenário da Independência do Brasil, em 1922. No dia 7 de setembro, o discurso do Presidente Epitácio Pessoa foi transmitido por um sistema de "Telefone Alto-Falante", montado na Praia Vermelha (Rio de Janeiro), e por um transmissor instalado no alto do Corcovado pela Westinghouse Eletric "... o mesmo discurso foi ouvido em São Paulo, Petrópolis e Niterói ... contando com o auxílio de 80

"aparelhos receptores" trazidos pelos americanos" (TAVARES, 1997 p.47 e 50).

Com um transmissor de 100 watts de potência, a Sociedade Rádio do Rio de Janeiro (futura PRA-2 e atual Rádio MEC - Ministério da Educação e Cultura) iniciou seu funcionamento regular em primeiro de maio de 1923. Era a rádio de Edgard Roquette-Pinto que entrava no ar, com a característica das estações daquela época:

Eram empreendimentos não comerciais (não transmitiam anúncios), de grupos aficionados do rádio, geralmente de classes mais abastadas e que se utilizavam dos mesmos, muito mais para diversão dos membros daquelas sociedades ou clubes de rádio do que dos próprios ouvintes, uma vez que pagavam mensalidades para manter as estações, cuidavam de fazer a programação (doando discos), escrevendo, tocando, cantando e ouvindo eles mesmos (afinal um aparelho receptor era bastante caro na época) aquela programação, que por sinal era bastante elitista. (TAVARES, 1997, p. 52)³.

Ainda em 1923, foram fundadas a Rádio Clube do Brasil, no Rio de Janeiro e a Rádio Clube de Pernambuco, em Recife.

Nos Estados Unidos, as emissoras se profissionalizaram e começaram a explorar a venda de publicidade. Em 1924, cerca de cem empresas jornalísticas já haviam montado suas próprias estações. A competição pelo bolo publicitário com os jornais, deu origem a um acordo que restringia os boletins informativos transmitidos pelas rádios.

3

Esta citação é oportuna pois remete ao estágio atual de muitas das *webrádios*, objeto de nosso estudo.

No início dos anos 1930, 29 emissoras radiofônicas estavam funcionando no Brasil (em 2003 eram 4.305). Em 1931, o governo federal definiu o rádio como "serviços de interesse nacional e de finalidade educativa". Mas foi o Decreto-Lei nº 21.111, de primeiro de março de 1932, o marco da expansão da radiofonia no País:

"definiu a natureza dos serviços de radiodifusão, determinou o critério e o procedimento para a outorga de licenças, listou os direitos e deveres das emissoras de rádio, impôs sanções para os crimes de comunicação" (MOREIRA, 2002 P. 65)

e autorizou a veiculação da publicidade e propaganda pelo rádio.

As emissoras que, até então, tinham um caráter educacional e erudito, transformaram-se em instrumentos populares de lazer e diversão.

Utilizado tanto por nazistas quanto por aliados, durante a Segunda Grande Guerra Mundial, o rádio consolidou-se e os aparelhos receptores passaram a ser produzidos em larga escala, reduzindo o custo e popularizando o veículo de comunicação.

A programação radiofônica foi afetada pela veiculação de comerciais e pela popularização dos receptores.

"Algumas das principais inovações do Programa Casé foram justamente na área de venda de horários e na criação de comerciais diferentes a cada programa, não importando qual fosse o produto" (CASÉ, 1995 apud MOREIRA, 2002 p.71).

Ainda na década de 1930, foram formados elencos de artistas, exclusivos das emissoras mas o amadorismo só foi

sendo eliminado nos anos de 1940, quando, o Brasil rompeu com a Alemanha e empresas americanas começaram a veicular propaganda nas emissoras nacionais. Com a profissionalização apareceu o texto radiofônico (em substituição ao improvisado) e surgiram ou foram aperfeiçoados programas que marcaram época: as rádio-novelas (dramatização); os programas de auditório (musicais, humorísticos e de variedades); Repórter Esso e o Grande Jornal Falado Tupi (informativos); Hora do Brasil (informativo governamental, obrigatório), entre outros.

Os anos 40 e 50 do século passado tornaram-se conhecidos como "A Era de Ouro" do rádio do Brasil. Com a chegada da televisão na década de 1950 e com sua popularização no final da década seguinte, o rádio teve de adaptar-se. A primeira grande metamorfose deu-se com o fim dos dispendiosos elencos de artistas: muitos rádio-atores, apresentadores de programas e de rádio jornais migraram para a televisão, os cantores foram substituídos por gravações fonográficas. A maneira de ouvir rádio também foi afetada: o barateamento e a miniaturização dos receptores, provocado pela utilização dos transistores, multiplicou o número de aparelhos portáteis: o lugar de destaque nas salas de visitas foi ocupado pela televisão; os "radinhos de pilha" passaram a acompanhar o ouvinte: no bolso ou na cabeceira da cama.

A década de 1970 assistiu ao início da segmentação da audiência, decorrente da concorrência de várias emissoras disputando o mesmo alcance geográfico, em função do restrito

alcance das transmissões em FM (frequência modulada). Até os anos de 1960 as estações utilizavam-se, predominantemente, a AM (amplitude modulada) como forma de transmissão. O aumento da potência dos transmissores, o aperfeiçoamento das antenas e, posteriormente, a existência de estações repetidoras, minimizaram os problemas de alcance das estações FM.

Nos anos 80 do século passado, o rádio no Brasil iniciou e consolidou a experiência de transmissões via satélite (atuando na solução da problemática alcance x qualidade sonora), com som compatível com o padrão das emissoras FM. Os anos 1990, marcam a disseminação das rádios livres (piratas ou comunitárias) e a edição de lei específica para estas emissoras. As primeiras rádios transmitindo através da internet surgiram nesta mesma época.

Nestes primeiros anos do século XXI observa-se a tendência de nacionalização das transmissões (AM e FM) pela utilização de estações locais retransmitindo programas gerados pela emissora principal de uma rede. O rádio perde seu caráter localista e regionalista e, como a televisão, firma um cunho de rede nacional. Ainda que há cinquenta anos as emissoras tenham atingido boa parte do Brasil, as diferenças de produção e distribuição do "produto radiofônico" existem, mas esta discussão foge aos objetivos desta monografia.

A facilidade de transmissão de conteúdo de áudio, via internet, a possibilidade da existência de "rádios personalizadas" e da exploração comercial da linguagem

radiofônica, através da *web*, além da expectativa pela implantação do rádio digital (DAB - *Digital Audio Broadcast receivers*), ao lado da continuidade do uso das demais tecnologias, ajudam a formar o retrato da radiofonia brasileira atual.

2.2 UMA RÁPIDA HISTÓRIA DO COMPUTADOR E DA INTERNET

Novas tecnologias criam novas necessidades que se incorporam ao cotidiano das pessoas a ponto de, num determinado momento, tornarem-se indispensáveis. É interessante lembrar que aqueles que ingressam, hoje, no seu primeiro emprego, pouco conheceram da sociedade sem os serviços da informática, ainda que não tivessem acesso direto à manipulação de um computador.

Já não há espaço para a discussão entre apocalípticos e integrados (ECO, 2001): a informática e a internet são tecnologias aderidas ao dia-a-dia da humanidade. Transformaram-se em necessidades, como também se tornou um imperativo a superação da barreira da inclusão digital. Os "novos excluídos" cobram sua cota de participação na sociedade e os direitos da cidadania, onde os "velhos excluídos" ainda lutam por necessidades elementares: alimentação, saúde, moradia, educação e dignidade humana (SILVEIRA, 2001; SORJ, 2003).

Assim como em outros meios, a simples acumulação tecnológica de circuitos, placas e fios não transforma o computador num veículo de comunicação de massa. Nem mesmo a internet, pela pura existência da conexão se caracteriza como tal. Portanto, da mesma maneira como foi abordado o rádio, o computador e a internet também serão apresentados: a partir de uma visão histórico-tecnológica e de uma visão da construção do meio de comunicação de massa.

2.2.1 O computador: a origem dos bits

Em 1945, o primeiro computador era uma gigantesca máquina de calcular que ocupava 100 m², possuía 18 mil válvulas, pesava 30 toneladas e apresentava 5 milhões de pontos de solda. Com a velocidade de processamento (*clock*) de 100 kHz, era capaz de realizar 4.500 operações por segundo. Não possuía teclado nem monitor. Era usado para fazer cálculos de trajetórias de mísseis e chamava-se ENIAC (*Electronic Numerical Integrator and Calculator*).

Em 1951 o UNIVAC (*Universal Automatic Computer*) já processava dados numéricos e alfabéticos e era capaz de armazenar 1.024 palavras de 44 bits, com uma velocidade de processamento de 1 MHz.

O microprocessador foi inventado em 1971 e, antes, em 1965, Gordon Moore, ao analisar a evolução dos *chips* de silício, afirmou que "a capacidade de processamento dos

computadores dobraria a cada 18 meses, sem alterar o seu custo", o que ficou conhecido como a Lei de Moore.

O primeiro passo da popularização do microcomputador foi dado por Steve Jobs e Stephen Wozniak, fundadores da Apple que, beneficiados pelo barateamento dos circuitos integrados, produziram um computador doméstico em 1976. A grande aceitação do produto levou a produção do Apple II, em 1978, já equipado com monitor colorido e *drive* para disquete.

O sucesso da Apple provocou a reação da IBM (*International Business Machines Corporation*). De um acordo com alguns jovens, entre eles Bill Gates, nasceu o IBM-PC (*Personal Computer*).

No Brasil, durante a década de 1980, diversos fabricantes lançaram-se no mercado, com modelos semelhantes aos da linha Apple e compatíveis IBM PC. Os primeiros micros brasileiros surgiram por volta de 1981, lançados pela Dismac.

Com o incentivo da competição mercadológica, a evolução da tecnologia dos microcomputadores foi acelerada, tornando obsoletos equipamentos e programas para computadores com grande rapidez.

Atualmente, o grande desafio ao usuário é adequar a aquisição de *hardwares* e *softwares*, às suas necessidades reais e não ceder aos apelos de freqüentes atualizações que não terão utilidades práticas nesta máquina que já está incorporada a muitos lares e empresas como centro não só de produtividade e informação mas também de diversão e lazer.

2.2.2 Internet: uma fórmula improvável

A grande rede mundial de computadores, *www*, *web* ou internet surgiu da junção de forças que se imaginavam, ideologicamente, contrárias nos anos de 1960

... a internet nasceu da improvável interseção da *big science*⁴, da pesquisa militar e da cultura libertária⁵. Importantes centros de pesquisa universitários e centros de estudos ligados à defesa foram pontos de encontro essenciais entre essas três fontes da internet (CASTELLS, 2003 p.19).

Em meio a Guerra Fria, a URSS (União das Repúblicas Socialistas Soviéticas), lançam em 1957 o primeiro satélite artificial e a demonstração de superioridade tecnológica assustou os militares americanos.

A ARPA (*Advanced Research Projects Agency*), administrada pelo Departamento de Defesa norte-americano, foi criada, ainda em 1957, com o objetivo de recuperar a supremacia tecnológica. Na ARPA, o projeto Baran, de orientação militar, desempenhou um papel importante na construção da arquitetura de comunicações segundo a qual a internet opera até hoje: uma estrutura de rede descentralizada, poder computacional distribuído e redundância das funções.

Foi iniciado um processo de contratação de acadêmicos e cientistas, muitos dos quais ligados aos ideais pacifistas

⁴ Refere-se às investigações científicas de projetos vultosos e caros, geralmente financiados pelo governo.

⁵ Refere-se a uma cultura ou ideologia baseada na defesa intransigente da liberdade individual.

dos precursores da contracultura. A empresa Bolt, Breanek e Newman (BBN), a mesma que inventou o modem (modulador e demodulador) em 1963, também foi contratada e recebendo o nome de ARPAnet (ARPA network), iniciou o seu funcionamento experimental.

O modem que transforma as ondas eletromagnéticas, usadas pelas linhas telefônicas, em impulsos elétricos binários que possam ser interpretados pelos circuitos informacionais e a linguagem binária da máquina em ondas eletromagnéticas, foi o periférico que possibilitou, ao lado da evolução de programas específicos, a comunicação entre os computadores e a existência da internet.

Em 1969 a ARPAnet conseguiu interligar quatro centros universitários norte-americanos: Stanford, Berkley, UCLA (Universidade da Califórnia - Los Angeles) e Utah. Havia ainda a necessidade de uma "linguagem comum" (protocolos de transferência de dados) entre os computadores, de forma que pudessem interligar as diversas redes de comunicação.

Na Europa, a tecnologia de comunicação por computadores e os protocolos de transmissão foram desenvolvidos em centros públicos de pesquisa, patrocinados pelos governos francês e inglês.

As experiências paralelas de protocolos resultaram em vários programas. A universalização do uso da comunicação por computadores e a arquitetura aberta que a internet tem nos dias de hoje dependeriam de uma linguagem padronizada. Em

1974, Vinton Cerf e Bob Kahn desenvolveram o protocolo TCP/IP (*Transmission Control Protocol / Internet Protocol*) que prevaleceu e, ainda hoje é hegemônico nas conexões entre computadores, por ter flexibilidade suficiente para integrar os diferentes sistemas de rede e acomodar os demais protocolos.

Dois acontecimentos marcaram a popularização da rede mundial de computadores: primeiro a invenção do sistema de hipermídia para obter informações por meio da rede, conhecido como *world wide web*, *www* ou *web*. Inventado no CERN (Laboratório Europeu de Física de Partículas), por iniciativa do pesquisador inglês Tim Berners-Lee: "o método tem como principais padrões o protocolo de comunicação HTTP, a linguagem de descrição de páginas HTML e o método de identificação de recursos URL (*uniform resource locator*)" (PINHO, 2003 p.33).

O HTTP (*hypertext transport protocol*) define como dois programas devem interagir de forma que transfiram entre eles comandos ou informações; possibilita a inclusão de comandos que permitem saltos para recursos e para outros documentos disponíveis em sistemas remotos. HTML (*hypertext markup language*) é a linguagem padrão para escrever páginas de documentos para a internet, que contenham informações dos mais variados formatos: texto, som, imagens e animação. URL é a forma de identificar, localizar e acessar um serviço na *web*.

O segundo evento que incrementou a popularização da internet foi a criação, em 1993 por Marc Andreessen e Eric Bina de um navegador ou *browser* que permitiu a exploração dos recursos da *web*, o Mosaic. O Netscape, o Internet Explorer e muitos outros navegadores vieram depois e evoluíram com a expansão dos acessos à rede.

Sites de busca, banda larga, vírus, economia eletrônica, *blogs*, *fotologs*, *orkut*: a internet faz brotar informações e reúne novidades a cada segundo, produzidas em todas as partes do mundo e acessáveis de qualquer lugar do planeta: um processo constante de evolução, seleção e crescimento que é operado por técnicos e usuários das mais diversas culturas e etnias, no Brasil inclusive.

2.2.3 **A internet no Brasil**

Em 1990 a ARPAnet foi formalmente encerrada. Nascia a internet já com cerca de 250 mil computadores conectados. Neste mesmo ano o Brasil passou a integrar a rede mundial.

A RNP (Rede Nacional de Pesquisas) inicia a montagem da "espinha dorsal" do sistema brasileiro, ao mesmo tempo em que divulga os serviços da internet para a comunidade acadêmica, por meio de seminários e treinamentos.

O surgimento da *www* e do Mosaic expandiram a internet e, em 1994, a demanda de acesso faz com que a RNP inicie a montagem de uma infra-estrutura mais veloz que a anterior.

Em maio de 1995, a internet comercial foi aberta no Brasil, deixando de ser exclusiva do meio acadêmico para permitir o acesso de todos os setores da sociedade.

... entre outras razões, a expansão verdadeiramente vertiginosa na internet no país (e, naturalmente, no mundo) foi estimulada pelo contínuo e maciço ingresso no ciberespaço de governos, organizações, instituições e empresas comerciais, industriais e de serviços.. (PINHO, 2003 p. 9)

Em 1998, o País foi surpreendido com mais de 25% das declarações do Imposto de Renda das pessoas físicas sendo processadas por meio eletrônico. Segundo estimativas dos institutos de pesquisa, já eram 1,8 milhão de usuários.

A internet brasileira é administrada pelo Comitê Gestor da Internet (CG), criado quando da abertura comercial. Sua função é fomentar o desenvolvimento dos serviços, recomendar padrões e procedimentos técnicos e operacionais, coletar, disseminar informações sobre a internet.

A partir de 1998 a coordenação e atribuição de endereços *Internet Protocol* (IP), o registro de domínios e a manutenção de suas respectivas bases de dados em todo o território nacional foi delegada à FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo).

Atualmente, segundo o IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), no Brasil existem 11,6 milhões de usuários domésticos da internet dos quais 44,1% utilizam-se da banda larga para a conexão. A rapidez da apuração das eleições municipais de outubro de 2004 é somente um exemplo da utilização da rede de computadores no país.

No Brasil e no mundo os computadores e a internet são tecnologias em evolução, cujo limite ainda não se pode discutir ou alcançar.

2.2.4 O computador e a internet como mídias

O computador estabeleceu sua primeira comunicação quando a ele foram acoplados o monitor e o teclado: máquina e usuários passaram a trocar informações (*input* e *output*) e se influenciarem mutuamente: interação.

Munido de programas e acessórios que permitissem uma junção com a linha telefônica, os computadores começaram a “conversar” entre si: primeiro nas singelas BBS (*Bulletin Board System*) que eram “quadros de avisos eletrônicos”, evoluindo para os primórdios do bate-papo nas telas dos monitores.

Circunstâncias geopolíticas mundiais encontraram a oportunidade acadêmica e científica que permitiram transformar o computador, ligado à linha telefônica num meio de comunicação diferente dos já conhecidos e, ao mesmo tempo, capaz de abrigá-los a todos.

Mensagem, meio e receptor deste novo veículo ainda procuram se acomodar, se adaptar às peculiaridades de uma tecnologia que ainda não desacelerou sua evolução. O desafio é ajustar-se a uma mensagem gerada pela hipermídia em som, imagem, texto e animação que podem ser acessadas através de

uma mesma origem/fonte de informação ou de origens/fontes diferentes. O receptor, agora também emissor, age, interage, reage e precisa saber onde concentrar sua atenção (tão requisitada) de forma produtiva.

Segundo Mario SALIMON, representante da área de Tecnologia da Comunicação e Informação na Rede de Criação da Agência de Educação para o Desenvolvimento, a chegada do computador nas casas das pessoas gera transformações:

Um computador em casa joga abaixo paradigmas milenares de educação, entretenimento, relacionamento social e comercial. Cidadãos comuns agora têm em casa um instrumento de poder. Tudo que puder ser convertido em código binário caberá, teoricamente, nesta caixa de plástico. Um segundo marco foi a conexão dessas pessoas e máquinas através da grande rede mundial, a famosa WWW. Isto ocorreu em meados da década de 90. Veja que todo o capital intelectual acumulado em cada ponto pode ser potencialmente compartilhado rapidamente, a um custo muito baixo, resultando em capital social...
(ANEXO B - ENTREVISTA MARIO SALIMON)

Um processo em evolução aponta para a convergência dos meios de comunicação de massa. Cada computador, individualmente, poderá assumir, ao mesmo tempo, as funções de veículo de comunicação, educação, informação, trabalho e lazer e, como afirmam BARBEIRO e LIMA (2001), tornando obsoletos o impresso, o rádio e tv.

Para que estas condições se estabeleçam não basta a evolução tecnológica. Uma mudança cultural é indispensável: se hoje, uma considerável parte da humanidade está privada de acesso a necessidades essenciais à vida: alimentação, saúde, moradia e educação, o abismo se alarga com a exclusão digital.

2.2.5 A exclusão digital

Para acessar a internet é preciso pagar um provedor de acesso, assumir o gasto com a conta telefônica e possuir um computador que custa não menos que mil reais. No Brasil, quase um terço da população está abaixo da linha da pobreza e gastar o mínimo de cerca de 35 reais com uma conta telefônica é inimaginável.

Este novo rosto da exclusão social impede que cidadãos "das classes pauperizadas de interagir com produtores de conteúdos, de observá-los, de questioná-los e de copiar seus arquivos" (SILVEIRA, 2001 p.17).

Somente cerca de 6% (em torno de 11 milhões) de brasileiros estão incluídos na sociedade da informação, tendo por isso, maiores oportunidades do que as daqueles que vivem o *apartheid* digital.

A necessidade da inclusão é inquestionável pois

...é possível crer que com uma maciça inclusão das pessoas na sociedade da informação teremos uma explosão de possibilidades da cidadania. E quanto mais cidadãs forem as pessoas, mais conscientes serão das necessidades de reinvenção da dinâmica excludente e desigual...(mas como fazê-lo, se).. no final do século XX, 65% da população mundial nunca haviam dado um telefonema sequer e aproximadamente 40% não possuíam energia elétrica (SILVEIRA, 2001 p. 18).

e, ainda, nesta mesma linha de raciocínio, Bernardo SORJ, em **Brasil@povo.com**, afirma que

... a maioria dos produtos de consumo condensa conhecimento científico e tecnológico e o acesso a eles é condição de integração na vida civilizada, tanto em termos de qualidade de vida como de chances de inserção na sociedade em geral e no mercado de trabalho em particular (p.23).

Não há como tratar um estudo que envolva a comunicação mediada por computador ignorando a exclusão digital. Entretanto, o aprofundamento da discussão acerca do tema, embora afete e esteja presente, extrapola dos objetivos desta monografia.

Cabe, no entanto, a lembrança de que o rádio e a televisão também já foram objeto de exclusão e hoje atingem, respectivamente 99% e 75% das residências brasileiras, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

3 O RÁDIO NA INTERNET: *WEBRADIOS* BRASILEIRAS

3.1 O OBJETO DE ESTUDO

O fenômeno da internet atrai para o computador os veículos de comunicação, da forma como hoje são conhecidos, ativando um processo de transformações que se acelera a cada dia.

“...no ambiente de convergência dos meios de massa, o início das transmissões de rádio via internet esteve entre os eventos de maior impacto registrados durante a década de 1990 na área da radiodifusão” (MOREIRA, 2002 p. 147).

A evolução dos equipamentos de informática e sua popularização (ainda restrita no Brasil conforme registrado no tópico: A exclusão digital, do Capítulo II), e a menor exigência de recursos técnicos para transmissão de “fluxo contínuo de áudio e vídeo em rede” (*streaming*), aliado ao lançamento de programas de computador facilitadores das transmissões de rádios independentes, propiciaram, a oportunidade de qualquer usuário da internet poder criar sua própria emissora de rádio, sem a necessidade de autorização oficial. Com isto concorda MOREIRA

Diferente das transmissões da programação de emissoras hoje disponíveis na internet e das chamadas “rádios” que qualquer internauta pode criar a partir de arquivos musicais armazenados em provedores ou *sites* especializados, a versão *web radio* corresponde a um formato idealizado para execução exclusivamente *on line*, utilizando recursos de áudio, navegabilidade e interatividade disponíveis na rede mundial (2002, p. 18).

Nosso país não se manteve ausente deste fenômeno e “desde 1997 as transmissões pela internet sugeriam uma nova “era do rádio” no Brasil, inspirando a criação de emissoras que funcionavam exclusivamente na rede” (MOREIRA, 2002 p.152).

O objeto de estudo deste trabalho são *webrádios* brasileiras definidas, para fins de delimitação, como conteúdos de áudio transmitidos, exclusivamente, pela internet, em português do Brasil, independente da localização física declarada pela emissora. Atenção especial foi dada às características de gênero e linguagem radiofônica utilizados neste meio.

3.2 O OBJETIVO DO ESTUDO

Pelo processo de rádio escuta das emissoras selecionadas, segundo premissas estabelecidas adiante, procurou-se, através da análise da localização geográfica das emissoras, do gênero radiofônico predominante nas transmissões e da linguagem radiofônica empregada pelas estações, determinar se esta forma de transmissão assemelha-se às rádios que utilizam as ondas hertzianas ou se caracterizam novo *médium*, resultado da convergência do rádio para a internet.

3.3 A RELEVÂNCIA DO ESTUDO

Sobre a utilização dos computadores, no início do século XXI, Heródoto BARBEIRO e Paulo Rodolfo de LIMA (2001, p.34) afirmam que "com o advento da internet, os aparelhos de rádio e televisão, como os conhecemos hoje, vão desaparecer e passarão para o computador", para na página seguinte assegurarem, com relação ao rádio "caminha-se para o fim da irradiação e sua substituição pela navegação em rede."

A tendência de transmissão de conteúdos de áudio pela web é constatada por Manuel CASTELLS (2003 p. 162):

A audição de rádio está florescendo na internet, tanto a partir de estações de transmissão aberta quanto de transmissões radiofônicas feitas pela internet. A relação de rádios feitas pelo MIT⁶ nos EUA, mostra mais de 10.000 estações transmitindo na internet.

Segundo o relatório Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), publicado em 18.11.2004, no site www.ibope.com.br

...em outubro, os **11,6 milhões** de internautas domiciliares brasileiros passaram **14 horas e 16 minutos** na internet. Em setembro eram 11,9 milhões de usuários, que navegaram em média 13hs 55min. É a primeira vez que a marca de 14 horas é ultrapassada em nosso país, desde que o IBOPE/NetRatings iniciou suas operações no Brasil, em setembro de 2000. Entre os países monitorados pela Nielsen/NetRatings, somente o Japão apresentou maior intensidade no uso domiciliar da rede: 15 hs 27 min (...). **Em janeiro, os internautas em banda larga representavam 36,6% do total de usuários, participação que aumentou para 44,1% em setembro.** Os usuários em banda larga navegam em média 20 horas mensais, contra 8 horas dos usuários de linha discada, e são responsáveis por mais de 70% do total de páginas vistas da internet brasileira. (grifos nossos).

⁶ Massachusetts Institute of Technology é um instituto norte-americano que tem como objetivo o desenvolvimento de pesquisas e educação em ciência e tecnologia.

Estes internautas podem não somente acessar as rádios disponíveis na *web*, independente da localização geográfica da estação emissora, como também, sem grande exigência de equipamento, criar sua própria emissora. Encontram-se listados no ANEXO D - COMO MONTAR UMA *WEBRADIO*, os procedimentos básicos para a configuração de uma emissora para transmissão pela internet.

Conforme ZAREMBA; BENTES (1996), este veículo de comunicação que une as características próprias da *web* e do rádio já vem sendo estudado, como possibilidade, desde 1994, por instituições públicas como o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). As estações que transmitem pela internet já foram adotadas por instituições de ensino, a exemplo da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), não somente como forma de aprendizagem da utilização das mídias envolvidas, mas também como elemento de inserção de deficientes visuais no processo de aprendizagem à distância.

As *webrádios* poderiam ser, também, uma estratégia de ensino a ser adotada pelo Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), unindo a hipermídia e a radiofonia, explorando conceituações e práticas de ambas as cadeiras.

3.4 AS LIMITAÇÕES DA PESQUISA

A falta de um paradigma definido para as *webrádios* é corroborada pela afirmação de Sônia Virgínia MOREIRA, sobre as projeções da união do rádio com a *web*,

“...por reunir segmentos de tecnologias em transformação extremamente rápida, o rádio na *web* ainda é difícil de ser conceituado, não podendo nem mesmo afirmar que existam modelos testados e definidos” (2002 p. 18).

A ausência deste paradigma e a rapidez das transformações quantitativas e qualitativas a que são submetidas às tecnologias do rádio e, mais notadamente da internet, modificam o campo de pesquisa e a conceituação empregada de forma que não se permite a consolidação de experiências.

Discutindo questões metodológicas, MEDITSHC produz raciocínios que podem ser aderidos a esta monografia

(...) a abrangência do objeto a ser estudado, não é tarefa que possa ser esgotada em uma investigação individual, limitada em tempo e recursos (...) Caracteriza-se assim, a presente investigação, como uma pesquisa exploratória, que tem como objetivo aumentar o conhecimento sobre a complexidade do fenômeno e assim abrir caminho para novos estudos, tanto teóricos como empíricos, mais específicos e aprofundados. (2001 P. 63).

Portanto, é pressuposto da pesquisa realizada a condução investigativa dentro dos marcos da prudência científica, tendo como reconhecidos a insuficiência de parâmetros, a velocidade das transformações que sofre o objeto de estudo e a abrangência do universo de pesquisa.

3.5 A METODOLOGIA

3.5.1 O *site* de busca

Fundamentado pela afirmação de Sonia Virginia MOREIRA (2002, p.151) que considera **www.radios.com.br**: “o principal *site* brasileiro com a relação de endereços de rádios transmitindo ao vivo”, optou-se por delimitar a pesquisa entre as *webradios* transmitindo em português do Brasil, cadastradas em **www.radios.com.br**, relacionadas no ANEXO C.

O *site* possui *links* para a “sintonia” de rádios nacionais e internacionais e para comercialização de produtos e serviços voltados para a radiodifusão, figura nº 1.

FIGURA 1 - PÁGINA INICIAL DO *SITE* <www.radios.com.br>



Foram localizados no link *webrádios* e, posteriormente, pelo link "Clique aqui para conhecer todas as **webrádios Brasileiras** cadastradas em nosso Portal", 72 emissoras cadastradas (relacionadas no ANEXO C), preenchendo a pré-qualificação estabelecida para o objeto desta pesquisa.

3.5.2 A seleção das *webrádios*

Restringiu-se a pesquisa a 10 *webrádios* entre as 72 cadastradas no site <www.radios.com.br>, porque a dezena se presta com mais facilidade para a extrapolação estatística, através de percentuais e por representar um recorte do

universo cuja observação é fatível, considerando as condições de realização da pesquisa.

Para que não houvesse ingerência da escolha das emissoras a serem pesquisadas e no intuito de manter a aleatoriedade optamos por delimitar nosso estudo às 10 estações com a maior quantidade de acessos, em 30.09.2004, segundo informações colhidas no próprio *site*, o que resultou na TABELA 2, abaixo:

Tabela 2 - *WEBRADIOS* BRASILEIRAS SELECIONADAS PARA PESQUISA

Ordem	Webradio	Acessos
1	Atalaianet - Evangélica, Gospel - Brasil	486.673
2	Webrádio BNB - MPB, Rock Nacional - Miami - USA	366.294
3	Webradio Som Sertanejo -Country, Sertaneja, Popular, Caipira - Brasil	354.212
4	Rádio Fênix - Pop rock, Comunidade brasileira Tóquio - Japão	310.879
5	Buscaki Webradio - Sertaneja, Sucessos, MPB, - São Paulo - Brasil	206.861
6	Rádio Semear - Músicas Evangélicas - Brasil	115.305
7	DJ Radio Mix - Gospel - Brasília (DF) - Brasil	92.255
8	Webrádio Cia. do Som - Adulto Contemporânea, Antigas, MPB - Brasil	87.592
9	Webrádio DJ Gospel - Evangélica, Gospel / Brasil	84.082
10	Verdade Net -Evangélica, Brasília (DF) - Brasil	79.307

Fonte <www.radios.com.br>

Pode-se observar que a seleção pelo critério enunciado, incluiu seis (6) de emissoras destinadas ao público evangélico, duas (2) de emissoras destinadas a brasileiros que residem no exterior (Japão e EUA), uma (1) estação que tem como público alvo os aficionados da música *country*, sertaneja e caipira e uma (1) *webradio* de programação variada, vinculada a um *site* de busca.

3.5.3 O processo de rádio-escuta

Para que fosse possível analisar a utilização do gênero e da linguagem radiofônica nas *webrádios* selecionadas optou-se pela radio escuta em horários predeterminados para se efetivar uma comparação entre as emissoras.

Com o objetivo de explorar as diversas possibilidades de programação das emissoras pesquisadas, procedeu-se a segmentação do processo de rádio escuta em períodos de 30 minutos, abrangendo os horários da manhã (6h às 12h), da tarde (12h às 18h) e da noite (18h às 24h) o que resultou na distribuição segundo a TABELA 3 e nos relatórios de escuta, que podem ser encontrados no final deste capítulo.

Tabela 3 - PLANEJAMENTO DO PROCESSO DE RADIO ESCUTA

Ordem	Webradio	Manhã	Tarde	Noite
1	Atalaianet	02.10.2004 9h 9h 30min	30.10.2004 15h 15h 30min	15.10.2004 20h 20h 30min
2	Webrádio BNB	02.10.2004 9h 35min 10h 05min	30.10.2004 15h 35min 16h 05min	15.10.2004 20h 35min 21h 05min
3	Webradio Som Sertanejo	09.10.2004 9h 9h 30min	23.10.2004 15h/15h 30min	29.10.2004 20h/20h 30min
4	Rádio Fênix	09.10.2004 9h 35min 10h 05min	23.10.2004 15h35/16h05	29.10.2004 20h35/21h05
5	Buscaki Webradio	16.10.2004 9h 9h 30min	16.10.2004 15h00/15h30	01.10.2004 20h00/20h30
6	Rádio Semear	16.10.2004	16.10.2004	01.10.2004

		9h 35min 10h 05min	15h 35min 16h 05min	20h35/21h05
7	DJ Radio Mix	23.10.2004 9h 9h 30min	09.10.2004 15h00/15h30	08.10.2004 20h00/20h30
8	Webrádio Cia. do Som	23.10.2004 9h 35min 10h 05min	09.10.2004 15h 35min 16h 05min	08.10.2004 20h 35min 21h 05min
9	Webrádio DJ Gospel	30.10.2004 9h 9h 30min	02.10.2004 15h 15h 30min	22.10.2004 20h 20h 30min
10	Verdade Net	30.10.2004 9h 35min 10h 05min	02.10.2004 15h 35min 16h 05min	22.10.2004 20h 35min 21h 05min

Fonte: do Autor

A pesquisa é resultado de 15 horas de escuta das *webrádios* selecionadas, distribuídas em 90 minutos para cada emissora.

3.6 A LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DAS EMISSORAS

No cadastro existente no site **www.rádios.com.br**, foram obtidas informações a respeito da localização geográfica das emissoras que constam do ANEXO C e com apoio na afirmação de BARBEIRO; LIMA sobre a segmentação e localização das emissoras que transmitem pela rede

...a concorrência vai se desenvolver entre as rádios individuais, do bairro, da cidade, do país, do continente ou o mundo. A nova tecnologia iguala todas as emissoras, não importa onde estejam... Caem as fronteiras e globaliza-se o rádio (2001, p. 35),

observou-se, no processo de rádio escuta, a relação entre a localização geográfica e o público alvo.

TABELA 4 - LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DECLARADA PELAS WEBRÁDIOS
BRASILEIRAS

Localização da emissora	Ocorrência
Brasil, sem informação sobre a região onde está localizada.	24
Região Sudeste	14
Região Sul	9
Região Centro Oeste	6
Região Nordeste	4
Região Norte	4
Estados Unidos	6
Japão	5
Total	72

Fonte <www.rádios.com.br>

3.6.1 A pesquisa de rádio escuta quanto à localização das emissoras

No decorrer do processo de rádio escuta, observou-se que, diferentemente das emissoras de rádio que transmitem através das ondas hertzianas, a localização da estação é irrelevante quando se trata de transmissão exclusiva pela internet.

As transmissões das *webrádios* não possuem regulamentação legal e dispensam a necessidade de concessão ou outorga. A programação das emissoras tem como foco o público alvo, altamente segmentado, independente da localização geográfica quer da estação, quer do ouvinte - já que podem ser captadas (conectadas) em todo o mundo. Observa-se que emissoras podem ter um caráter itinerante, utilizando o mesmo nome, o mesmo endereço da internet e transmitir de qualquer

parte onde uma estrutura composta de equipamentos e programas de computador possa ser conectada à *www*.

Esta particularidade das emissoras que transmitem, exclusivamente, através da internet permite que haja comercialização de horários específicos para produção e transmissão de programas que podem ter a sua origem em diferentes cidades e países.

3.7 OS GÊNEROS RADIOFÔNICOS

VICENTE (2003) admite que o gênero radiofônico é uma classificação mais geral da mensagem, que considera o tipo específico de expectativa dos ouvintes que ela visa atender. Segundo FUNARI (2004), a definição dos gêneros de programas de rádio pode, segundo alguns, ser baseada no tripé informação, entretenimento e esportes e relaciona outros seis gêneros: musical, variedades, popular, informativo, esportivo e humorístico.

Neste trabalho fez-se uso desta classificação para observar as *webrádios* selecionadas.

3.7.1 **A percepção das próprias emissoras quanto ao gênero radiofônico.**

Para que as emissoras sejam cadastradas no *site* **www.rádios.com.br**, há necessidade de uma descrição sumária da

programação que transmite. Estas informações espelham o que pretende a estação, sob o ponto de vista dos seus idealizadores. Os cadastramentos dos gêneros radiofônicos das 72 emissoras encontradas estão tabulados na TABELA 5.

Das 166 classificações, auto-atribuídas pelas emissoras, observou-se que 95 (57%) referem-se ao gênero musical, inclusive as de características claramente religiosas; 7 (4%) podem ser classificadas como variedades, 5 (3%) atribuem-se características de popular, somente 5 (3%), incluindo a atribuição de "política", classificam-se como informativas, sendo que somente duas fazem referência ao jornalismo e apenas uma inclui informações e notícias na sua programação; 5(3%) afirmam ter o gênero esportivo entre os seus programas e nenhuma delas enquadra-se na classe dos humorísticos.

TABELA 5 - GÊNEROS RADIOFÔNICOS WEBRÁDIOS BRASILEIRAS.

Descrição da emissora, no cadastramento.	Ocorrência
Rock e pop rock	19
Evangélica / gospel	18
Música Popular Brasileira	15
Dance	8
Sertaneja / caipira /country; Popular	5
Pregações / Estudos Bíblicos; Eclética / variada; Comunidade; CHR; Antigas / oldies	4
Webradio do Gilberto Gil; Universitária; Música Gaúcha Locutores ao Vivo; internet; Esportes; DJ's	3
Política; IRC; Hits; Futebol; Eletrônica / tecno / house / trance; Bandas independentes	2

Zouk; Velocidade; Trash; Todos os estilos; Terceira Idade; Tecnobrega; Sucessos; Serestas; Sambajazz; Românticas; Rock nacional; Resultado das loterias; Religiosa; Rádio do Curso de Publicidade; Placar ao vivo; Notícias / informações; Músicas da banda canadense Rush; Música judaica internacional; Música da região amazônica; Música; Moto GP; Jornalismo com perspectiva de gênero; Jornalismo; Jazz instrumental; Hip Hop; Heavy; Gravadora ACIT; Futebol internacional; Fórmula 1; Escola de Comunicação em nível técnico; Cúmbia; Clássico; Classic rock; Chat; Católica; Brega pop; Brega; Bossa Nova; Avivamento da Fé; Áudio book; Adventista do Sétimo Dia; Adulta contemporânea; Adoração	1
--	---

Fonte: www.radios.com.br

Deve-se observar que a programação religiosa está presente num grande número de referências à programação (26 / 16%); uma segmentação nitidamente definida também está presente com rádios específicas para uma banda (Rush), músicas regionais (amazônica, gaúcha, judaica), estações voltadas para comunidades, rádios de cursos universitários ou técnicos, emissoras personalizadas (três ocorrências de rádio do Gilberto Gil) e termos próprios da *web* tais como *chat*, IRC, internet. Sendo interessante destacar que o que é comum nas rádios tradicionais (via ondas hertzianas) é tido como diferencial entre as *webrádios*: "locutores ao vivo" (3 ocorrências).

3.7.2 A pesquisa de rádio escuta quanto ao gênero radiofônico

Durante a pesquisa de rádio escuta como se pode observar nos relatórios, o gênero radiofônico predominante nas emissoras pesquisadas foi o musical, uma vez que se constata

que 7 delas (70%) (não incluídas na análise da linguagem radiofônica, por não apresentarem esta característica) limitaram-se a veicular somente músicas, intercaladas, em alguns casos, com vinhetas 4 (40%) e comerciais 2 (20%).

3.8 A LINGUAGEM RADIOFÔNICA

Segundo RIBEIRO (2003, p.9), linguagem radiofônica "é uma composição sonora invisível de palavra, música, ruído e silêncio, **enunciada em tempo real**" (grifo nosso), que foi tomada como conceito básico para este nosso trabalho, acrescentando as características desta linguagem enumeradas por FUNARI

Sensorialidade:

- Trabalha com sensações através dos sons. Cria emoções e a atmosfera pelo som (falas, ruídos, música) e o silêncio.
- Cria um diálogo mental. Provoca nuances individuais.
- Envolve e desperta a imaginação pela palavra e pelo som, o que não faz a TV e o jornal.
- Uso de sons = mesma codificação do cotidiano.

Fácil Penetração:

- Mais abrangente geograficamente, chegando aos pontos mais remotos.
- Veículo local com agenda flexível: em qualquer lugar, dia ou hora.
- Insere-se na vida mais facilmente que a TV.
- Programas podem ser interrompidos mais facilmente do que na televisão.
- Fácil assimilação do conteúdo. Ouvinte não precisa ser alfabetizado.
- Utiliza linguagem coloquial.
- Onde se lê pouco, o que se ouve tem uma importância muito grande.

Mobilidade:

- De transmissão: autonomia por telefone, celular ou unidade móvel.
- Do ouvinte: leva o rádio para onde estiver.

Baixo custo de produção:

- Tecnologia menos complexa que a TV.
- Vários canais para a captação.
- Também não tem as limitações industriais do jornal, como hora de fechamento.

Imediatismo / Instantaneidade:

- Traz o mundo em tempo real.
- A mensagem é recebida no momento em que é emitida.

Intimismo:

- A linguagem oral provoca essa reação, como uma conversa.

Linearidade:

- Começo e fim da informação determinados pelo emissor.

Irreversibilidade:

- Não se pode "voltar a página" para ouvir de novo a mensagem.

Fugacidade:

- Mensagem emitida desaparece simultaneamente. (2004, p.8)

As características mobilidade da recepção e a fácil penetração não se aplicam, plenamente, ao nosso trabalho. Em que pese a mobilidade proporcionada pela tecnologia de transmissão de dados, conhecida como *wireless fidelity (WI-FI)*, que proporciona a conexão com a internet, independente de fios e com a evolução da telefonia celular que implica em transmissão/recepção de dados via telefônica, não será abordada a "mobilidade da recepção" em nossas análises.

Com relação à facilidade de penetração, devemos também ponderar a restrição do acesso à *www*, conforme

comentado no tópico do capítulo II desta monografia, que trata da exclusão digital.

3.8.1 A pesquisa de rádio escuta quanto à linguagem radiofônica

Observou-se que algumas webrádios possuem características similares às dos rádio clubes que se formaram no início das transmissões radiofônicas, nos anos de 1920: empreendimentos não comerciais, operacionalizados por pessoas ou instituições de melhor poder aquisitivo, transmitindo para um público restrito em função do custo dos receptores e que exercem, de forma amadora, todas as funções típicas dos radialistas: redação (não observada nas emissoras pesquisadas), operação e locução. Para diferenciá-las dos rádio clubes, enumeram-se a facilitação operacional (automatizada), a qualidade sonora e o alcance ilimitado.

Depois de completados os relatórios de escuta das 10 emissoras com maior número de acessos, foi constatado que somente 3 (30%) possuíam, em suas transmissões, propriedades de linguagem radiofônica, conforme definição adotada nesta pesquisa, passíveis de análise.

As *webrádios* Atalainet e Verdade Net, voltadas para o público evangélico e a Fênix destinada aos brasileiros que residem no Japão restaram como objeto de análise quanto às características da linguagem radiofônica.

Pelos relatórios de escuta vinculados às emissoras Atalainet, Fenix e Verdade Net, constata-se a utilização das especificidades da linguagem radiofônica, conforme definidas nesta pesquisa. A programação transmitida pelas *webrádios* durante os períodos de escuta, excetuando o período noturno da estação Verdade Net, assemelha-se às emissoras que transmitem através das ondas hertzianas.

3.9 RELATÓRIOS DE ESCUTA

3.9.1 *Webrádio Atalaianet*

Classificação no ranking: 1º

Gênero predominante: Evangélica, gospel.

Segmentação: público evangélico.

Manhã	Tarde	Noite
02.10.2004 9h-9h 30min	30.10.2004 15h-15h 30min	15.10.2004 20h-20h 30min
Locutora responde e-mails, sem um texto predeterminado (improvisado). As mensagens respondidas são dos estados de São Paulo, Mato Grosso, Goiás, Rio de Janeiro e Paraná. <i>Quiz</i> sobre "o que Deus nunca viu", solicitando respostas por e-mail (ou <i>chat</i>).	Oito músicas no período de escuta. Vinheta de identificação de rádio. Três comerciais intercalados por vinheta. Programa da Igreja Batista Nacional do Cristo Rei - Várzea Grande - Mato Grosso.	Comercial de empresa nos USA - <i>Massachusetts</i> e da revista "Adoração" (venda de espaço publicitário na revista). Música gospel, sempre interrompida pelo locutor (durante a escuta, todas as músicas foram interrompidas).

<p>Locutora faz chamada sobre evento que será realizado na Igreja em Cuiabá.</p>	<p>Locutor: Pastor Dinando Silva.</p>	<p>Hora certa em Curitiba e endereço da rádio (físico e na web).</p>
<p>Utilização ocasional de vinhetas de identificação da emissora (duas vezes)</p>	<p>Pedidos de oração e faixa musical. Incentivo à participação dos ouvintes. Bênção para os ouvintes doentes.</p>	<p>Quanto da execução das músicas veiculava-se o telefone para contato do cantor.</p>
<p>Durante o período de escuta foram veiculadas apenas duas músicas (gênero gospel).</p>	<p>Trata os ouvintes como internautas. Refere-se à sintonia como conexão.</p>	<p>Utilização intensa de vinhetas (observamos duas vinhetas seguidas sobre o mesmo tema)</p>
<p>Não foi veiculada propaganda no período da escuta</p>	<p>Mensagens para a região Amazônica e para o Centro Oeste, Curitiba, Pará, Chile,</p>	<p>Entrevista com a cantora Aliere Bonatti sobre o CD <i>Gospel</i> lançado no sábado anterior (cantora leva choque).</p>
	<p>Não há BG junto com a locução.</p>	
	<p>Anuncia música, e cantores.</p>	

Observações: a página inicial do site < www.atalaianet.com/>

oferece opções para conexão em Inglês, Espanhol e Português.

Estão presentes *banners* de publicidade, informações sobre a emissora, assuntos religiosos e o Projeto Restaurando Vidas.

Conclusões: A característica básica pré-definida para observação da linguagem radiofônica (enunciação em tempo real) está presente nas transmissões da emissora.

Pode-se observar a inexistência de texto ou roteiro na programação transmitida. A locução respeitada utiliza-se de uma linguagem intimista e coloquial sem ser incorreta. Os jargões utilizados remetem às especificidades do público alvo (evangélico).

As intervenções dos locutores são, na maioria das vezes, extensas se comparadas com as emissoras que transmitem pelas ondas hertzianas (AM e FM) e é comum a prática de orações e citações bíblicas.

Os ouvintes entram em contato com a emissora através de *e-mail*, cujo endereço é divulgado com insistência pelos locutores. Depreende-se pelas respostas dos locutores, que as mensagens chegam de todo o país.

A utilização de vinhetas (com efeitos sonoros) assemelha-se às emissoras FM.

No período de escuta noturno, constatou-se a presença intensiva de comerciais da gravadora evangélica e dos cantores vinculados a ela.

O comercial da empresa situada em *Massachusetts* - EUA.

A programação musical é restrita às músicas de conteúdo religioso, sempre em português.

Pode-se concluir que as especificidades da linguagem radiofônica, como definidas neste trabalho, encontram-se

presentes e podem ser observadas na transmissão desta *webradio*.

3.9.2 *Webradio* BNB

Classificação no ranking: 2°

Gênero predominante: música brasileira

Segmentação: brasileiros que residem nos Estados Unidos

Manhã	Tarde	Noite:
02.10.2004 9h 35min-10h 05 min	30.10.2004 15h 35min-16h 05min	15.10.2004 20h 25min-21h 05min
Músicas brasileiras: foram executadas 8 durante o período de escuta. (Marina Lima, Sandy, Tribalistas, Zezé de Camargo e Luciano, Capital Inicial, Toquinho, Detonautas, Sérgio Reis) Não se constatou um padrão na programação musical.	Vinhetas com efeitos, principalmente eco. Músicas: aché, Ed Motta, samba, Joana, Chitãozinho e Xororó, Pepe e Neném, Paula Toller, Felipe Dilon (tocou duas vezes seguida),. Na se pode inferir um critério da programação das músicas.	Durante o período e escuta, foram executadas 9 músicas, todas em Português, abrangendo estilos do rock ao pagode, passando pelo pop (Rouge). Comerciais e chamadas que se repetiram durante a escuta denotam que são gravados
Vinhetas intercalando as músicas.	Comercial de empresas situadas em Miami.	Os comerciais são de empresas situadas em Miami.
Chamada do programa BNB vida - segunda feira (das 6h às 8h da noite, horário de Miami). Incentiva, na chamada, a participação do	Ausência de locução, para identificação das músicas apresentadas. Hora certa em Miami.	Vinhetas com efeitos. Vinheta: 24 horas no ar. Identificação da

ouvinte pela sala de bate papo.	A emissora é identificada pelas vinhetas.	emissora.
Não há locução de identifique as músicas executadas.	É possível admitir que se trata de uma seqüência gravada em computador.	Não se informou hora certa.
Informa hora certa de Miami.		Chamada para o programa BNB Vida. Vinheta: rádio BNB é a melhor maneira de amenizar as saudades do Brasil.
Chamada para comercial na rádio. Comercial de Imobiliária e de "brasileiro compra de brasileiro".		É possível inferir que se trata de programação pré-gravada em computador

Observações: O site da emissora <<http://www.radiobnb.com/>>

traz informações de notícias sobre o Brasil e o estado da Flórida (EUA), enquete, sala de bate-papo e anuncia par breve (08.09.2004 ??) "Encontros e Namoros", o que permite inferir pela falta de atualização da página.

Conclusões: Dentro da conceituação adotada neste trabalho, não se observou, nos períodos das escutas, a utilização de linguagem radiofônica que permitisse uma análise. A emissora funcionou, nos períodos mencionados, apenas como estação veiculadora de conteúdos sonoros.

3.9.3 *Webradio Som Sertanejo*

Classificação no ranking: 3°

Gênero predominante: country, caipira, sertanejo.

Segmentação: Aficionados destes estilos de música

Manhã 09.10.2004 9h-9h 30 min	Tarde 23.10.2004 15h-15h 30min	Noite: 29.10.2004 20h-20h 30min
Músicas em Português - estilo caipira. As músicas de sucedem sem qualquer identificação quer da música, quer da emissora. Não se observa locutor, vinheta, comercial, chamada, etc.	Somente músicas no estilo caipira / sertanejo, em Português. Ausência de locução, vinhetas, chamadas, testemunhais, etc.	Somente uma seqüência de músicas em Português e em Inglês sem a utilização de vinhetas e de locutores. A estação não fornece informações de hora certa, localização, e identificação. Não houve padrão de distribuição de músicas (Português x Inglês) no período da escuta. Não se observou a veiculação de chamadas e/ou comerciais.

Observações: Músicas programadas em seqüência podem ser veiculadas com facilidade através de um computador de baixo custo, conectado à internet.

Observe-se que o site da webradio <<http://www.somsertanejo.com.br/>> possui conteúdo informativo, com características próprias da linguagem de hipermídia.

Conclusões: Dentro da conceituação adotada neste trabalho, não se observou, nos períodos das escutas, a utilização de

linguagem radiofônica que permitisse uma análise. A emissora funcionou, nos períodos mencionados, apenas como estação veiculadora de conteúdos sonoros.

3.9.4 **Webradio Fênix**

Classificação no ranking: 4°

Gênero predominante: Pop rock

Segmentação: brasileiros que residem Japão

Manhã	Tarde	Noite
09.10.2004	23.10.2004	29.10.2004
9h 35min-10h 05min	15h 35min-16h 05min	20h 35min-21h 05min
Locução estilo FM (Rádio Cidade, Transamérica, Jovem Pan). Locutora Gisele Marques. Identifica a música que tocou e informa a hora certa em São Paulo e no Japão. Participação de ouvinte por telefone: não identificou a origem da ligação. (pedir música e oferecer) Músicas em Inglês e Português: rock, pop rock e sertaneja.	Locutora: Márcia Mayumi. Comenta mensagens da "sala de bate papo" (chat) e incentiva a participação dos ouvintes tanto no Japão quanto no Brasil. Vinheta: locutores ao vivo, 24 horas no ar. "a rádio dos brasileiros no Japão". Comercial de empresas localizadas no Japão. Observa-se, no horário, a execução de uma quantidade	Observa-se uma programação com seqüência de locutores. Locutora Ana Martins passou a programação para o locutor Leandro Ribeiro. Músicas em Português e em Inglês (abrangendo You Too, Tribalistas, Marisa Monte, Detonautas, Red, Hot, Chilli, Papers). Informa a hora certa no Brasil (SP) e no Japão.

<p>Recados via e-mail, incentiva participação do ouvinte.</p>	<p>maior de músicas. No período de escuta foram veiculadas 11 músicas,</p>	<p>Utilização de gingles.</p>
<p>Testemunhal (vivo) de escola para brasileiros no Japão: Escola Cantinho Brasileiro.</p>	<p>intercaladas por vinhetas de identificação da emissora.</p>	<p>Comerciais gravados: todos com BG. No período de escuta, identificamos 5 anunciantes, todos localizados no Japão.</p>
<p>Testemunhal sobre recuperação da fábrica da firma "Água na Boca".</p>	<p>Quantidade menor de intervalos comerciais. Cinco anúncios gravados, quatro empresas.</p>	<p>Prática de intercalar vinhetas com os comerciais.</p>
<p>Vinhetas com gingle. Vinheta destaca: profissionais formados e locutores 24 horas.</p>		<p>Locutor responde e às mensagens enviadas via e-mail. Manda abraços e incentiva a participação.</p>
<p>Comerciais gravados com BG. Identificamos, no período e escuta, 9 comerciais com 6 anunciantes distintos, todos do Japão.</p>		
<p>Comercial do shopping acrescenta a existência de ovo estúdio da rádio no "Shopping Brazilian Plaza", Japão</p>		

Observações: no site da emissora <www.radiofenix.net>, links para eventos, promoções, notícias, chat e uma fotografia do locutor que está no ar, além de banners de publicidade e enquetes. Tdas as publicidades, notícias e eventos divulgados

o *site* têm como público alvo os brasileiros que residem no Japão.

Conclusões : Com programação e estilo parecido com as emissoras FM brasileiras, nesta webradio pode-se observar a característica básica pré-definida para observação da linguagem radiofônica (enunciação em tempo real) está presente nas transmissões da emissora.

As intervenções dos locutores, na maioria das vezes, obedecem aos procedimentos padrões de emissoras FM: identificação da emissora, identificação da música, hora certa. Quando respondem a *e-mails* ou divulgam mensagens encontradas no *chat*, utilizam o improviso.

A estação possui, marcadamente, características comerciais e foi, entre as pesquisadas, onde se encontrou maior número de inserções comerciais durante os períodos de escuta, todos os anunciantes são empresas situadas no Japão.

Os ouvintes entram em contato com a emissora através de *e-mail* endereço é divulgado com insistência pelos locutores. Depreende-se pelas respostas dos locutores, que as mensagens chegam do Brasil e de brasileiros residentes no Japão. Números de telefone da emissora (no Brasil e no Japão) são divulgados e a participação é incentivada.

A utilização de vinhetas é constante e presta-se à identificação da emissora.

Pode-se concluir que as especificidades da linguagem radiofônica, como definidas neste trabalho, encontram-se

presentes e podem ser observadas na transmissão desta *webradio*.

3.9.5 *Webradio* Buscaki

Classificação no ranking: 5°

Gênero predominante: musical - eclética

Segmentação: não definida

Manhã	Tarde	Noite
16.10.2004 9h-9h 30min	16.10.2004 15h-15h 30min	01.10.2004 20h/20h 30min
Músicas em seqüência, sem locução, vinhetas, comerciais, chamadas, etc. Não há um critério de programação de gênero/ritmo musical predominante.	A emissora retransmitiu, neste período a programação da Rádio Valparaíso - AM - 1560 khz - de São Paulo (SP), identificada por vinheta, locução, hora certa e comerciais. No período observado a emissora deixou de ser objeto do estudo , uma vez que não transmitiu, exclusivamente pela <i>web</i> .	Somente músicas em seqüência, sem critério de programação, em Inglês e Português: samba, dance (Inglês), MPB, rock (Inglês), Dance (Inglês), Guaranea - "Galopera" (Português), Pop, Samba. Ausência de vinhetas, locução, comerciais, testemunhais, chamadas, hora certa.

Observações: No site de busca <<http://www.buscaki.com.br/>> não há *link* para a *webradio*. O *player* da emissora há *link* para o *site* de busca.

A retransmissão da programação da Valparaíso-AM de São Paulo (SP) descaracterizou o objeto de estudo. Nos outros dois períodos de escuta (manhã e noite) não observamos qualquer identificação da emissora, somente uma seqüência de músicas.

Conclusões: Dentro da conceituação adotada neste trabalho, não se observou, nos períodos das escutas da manhã de 16.10.2004 e noite de 01.10.2004, a utilização de linguagem radiofônica que permitisse uma análise. A emissora funcionou, nos períodos mencionados, apenas como estação veiculadora de conteúdos sonoros

Desconsideramos o período de escuta da tarde de 16.10.2004 uma vez que, pela retransmissão da Rádio Valparaíso-AM, deixou de ser objeto de estudo.

3.9.6 *Webradio Semear*

Classificação no ranking: 6°

Gênero predominante: Evangélica, gospel, estudos bíblicos,

Segmentação: público evangélico.

Manhã	Tarde	Noite
16.10.2004	16.10.2004	01.10.2004
9h 35min-10h 05min	15h 35min-16h 05min	20h 35min-21h 05min

<p>Apenas músicas gospel, em Português. Durante o período de escuta foram executadas 11 músicas</p> <p>Chamada gravada (sem BG) sobre Projeto Semear: "a palavra de Deus está no ar".</p> <p>Ausência de locução, comerciais, testemunhais, hora certa, identificação da emissora.</p>	<p>No período de escuta, observamos ausência de locução, gingles, comerciais.</p> <p>Pequeno texto gravado sobre o Projeto Semear.</p> <p>No período de escuta foram veiculadas 12 músicas, com conteúdo evangélico-gospel.</p>	<p>Veicula músicas gospel em Português, Inglês e Espanhol.</p> <p>Observamos veiculação de texto gravado, sem BG, com citação Bíblica, inclusive fazendo referência ao capítulo e versículo.</p> <p>Constatamos a ausência, no período da escuta de testemunhais, chamadas, comerciais e locução.</p>
--	---	---

Observações: No site <<http://www.projetoemear.com.br/>> podem ser encontrados vários outros links para arquivos com conteúdos de áudio, ligados aos propósitos religiosos.

Conclusões: Dentro da conceituação adotada neste trabalho, não se observou, nos períodos das escutas, a utilização de linguagem radiofônica que permitisse uma análise. A emissora funcionou, nos períodos mencionados, apenas como estação veiculadora de conteúdos sonoros.

3.9.7 *Webradio DJ Radio Mix*

Classificação no ranking: 7°

Gênero predominante: *gospel, dance music, pop e rock*

Segmentação: público evangélico jovem.

Manhã	Tarde	Noite
23.10.2004	09.10.2004	08.10.2004

9h-9h 30min	15h-15h 30min	20h-20h 30min
Músicas <i>dance</i> (em Inglês), intercaladas com vinhetas. No período de escuta foram executadas 9 músicas.	Ausência de locução ao vivo. Somente vinhetas, com efeitos. A emissora concentra-se em músicas estilo <i>dance</i> (em Inglês). Neste período não observamos nenhuma referência a "uma emissora gospel".	Músicas no estilo gospel, intercaladas com vinhetas (inclusive gingle)
Comercial: "DJ Rádio Produções" - vozes para locução e vinhetas. Comercial: vantagens de anunciar na emissora.		Ausência de comerciais, chamadas, testemunhais e locução.
Testemunhal: gravação de ouvinte de Brasília-DF afirmando que "está ligado" na emissora.	Foram executadas 10 músicas no período de escuta, intercaladas com vinhetas.	
As vinhetas se repetem.		

Observações: No site < <http://www.djradiomix.com/>>, vinculado à emissora, encontram informações sobre o programador (DJ Adriano Max) a perspectiva de um programa de 30 minutos aos sábados 19 h.

Conclusões: Dentro da conceituação adotada neste trabalho, não se observou, nos períodos das escutas, a utilização de linguagem radiofônica que permitisse uma análise. A emissora funcionou, nos períodos mencionados, apenas como estação veiculadora de conteúdos sonoros.

3.9.8 *Webradio Cia. do Som*

Classificação no ranking: 8°

Gênero predominante: Adulto contemporâneo antigas, MPB.

Segmentação: público com idade superior a 30 anos.

Manhã	Tarde	Noite
23.10.2004 9:35/10:05	09.10.2004 15:35/16:05	08.10.2004 20:35/21:05
Músicas em Inglês e Português: rock e pop rock. Ausência de locução, hora certa, comerciais, chamadas, testemunhais. Vinhetas com identificação da emissora e da instituição de ensino localizada em Varginha-MG. Durante o período de escuta foram transmitidas 10 músicas.	No período de escuta não foram observadas ocorrências de: locução, comerciais, chamadas, testemunhais. Uso ocasional de vinhetas (a cada 5 músicas, neste período de escuta). Características de programação pré-gravada em computador. Foram veiculadas 9 músicas no período de escuta.	Músicas em Português e Inglês divididas entre rock e pop. Uso restrito de vinhetas: somente duas no período da escuta. Ausência de locução, comerciais, chamadas. É possível inferir que se trata de seqüência gravada em computador.

Observações: O site <<http://www.ciadosom.net/>> informa que a emissora está emissora vinculada a instituição de ensino Centro Universitário do Sul de Minas (UNIS-MG).

A programação anunciada não está sendo irradiada nos horários estabelecidos. Acessos em busca da programação resultaram em seqüências musicais.

Não conseguimos encontrar no site da instituição de ensino < <http://www.unis.edu.br/> qualquer referência à emissora.

Conclusões: Dentro da conceituação adotada neste trabalho, não se observou, nos períodos das escutas, a utilização de linguagem radiofônica que permitisse uma análise. A emissora funcionou, nos períodos mencionados, apenas como estação veiculadora de conteúdos sonoros.

3.9.9 *Webradio DJ Gospel*

Classificação no ranking: 9°

Gênero predominante: Musical: Evangélica, Gospel

Segmentação: Público evangélico.

Manhã	Tarde	Noite
23.10.2004 9:35/10:05	09.10.2004 15:35/16:05	08.10.2004 20:35/21:05
Ausência de locução, comerciais, chamadas, testemunhais. Músicas <i>gospel</i> em seqüência com vinheta de identificação da rádio a cada 4 músicas. Foram executadas 10 músicas no período da escuta.	Somente músicas <i>gospel</i> em Português, sem locução, chamadas, comerciais, hora certa ou testemunhais. Observou-se a utilização de vinheta uma única vez no período de escuta. Registramos 11 músicas no período. Podemos inferir que se trata de arquivo de áudio programa	Veiculação de 11 músicas <i>gospel</i> , durante o período de escuta. Vinhetas de identificação da rádio. Participação gravada que não identificou o "ouvinte", nem de onde falava, interrompe uma música em execução para "afirmar que é ouvinte da emissora."

Observações: o site <<http://www.radiodjgospel.com/>> afirma que "a Rádio DJ é um ministério sem fins lucrativos, que tem por

objetivo, pregar o Evangelho a todas as nações” e informa a existência de uma “rádio internacional”.

Conclusões: Dentro da conceituação adotada neste trabalho, não se observou, nos períodos das escutas, a utilização de linguagem radiofônica que permitisse uma análise. A emissora funcionou, nos períodos mencionados, apenas como estação veiculadora de conteúdos sonoros.

3.9.10 **Webradio Verdade Net**

Classificação no ranking:10°

Gênero predominante: Musical: Evangélica, Gospel

Segmentação: Público evangélico.

Manhã	Tarde	Noite
30.10.2004 9:35/10:05	02.10.2004 15:35/16:05	22.10.2004 20:35/21:05
Locutor (Pastor Marcelo Vieira) responde mensagens do e-mail e incentiva a participação de ouvintes. Locutor: pregação (improvisado). Afirma que o Projeto atinge 50 países e destaca o lado financeiro do programa (pago por hora). Locutor informa com frequência a hora certa.	Programa direto de Boston (EUA) Locutor em Boston (EUA) entrevista missionária em Tel Aviv - Israel - (Irmã Raquel) sobre o Oriente Médio. Música em hebraico. Participação do ouvinte Geraldo (Brasil) via áudio internet, Sidney e Ricardo Ribeiro	Músicas em Português Inglês e Espanhol, ritmo <i>dance</i> , romântico, hino, aché, country de conteúdo religioso. Foram veiculadas 9 músicas no período da escuta. Pela programação deveria haver um programa transmitido do Havaí. Somente uma seqüência de músicas, sem vinhetas, comerciais,

Sem BG, o locutor falou durante 13 minutos seguidos.	(Brasil) - via e-mail.	locução, hora certa, testemunhais ou chamadas.
Vinheta com identificação da emissora; "a rádio que toca seu coração".	Ouvinte Michael (Venezuela) participa, via e-mail.	
Localização e horário de cultos da Igreja (gravado com BG).	Raquel informa últimas notícias de Israel e da Palestina.	
Durante o período de escuta foram veiculadas 3 músicas, com conteúdo religioso e ritmo sertanejo (em Português)	A entrevista sem BG - permanece durante 26 minutos. Foi executada somente uma música e não observamos vinhetas, chamadas, comerciais, testemunhais, etc.	

Observações: o site <<http://www.verdadenet.com>> divulga a programação da emissora, informações e possibilidades de publicidade e parceria e pesquisa sobre a possibilidade contribuição para a emissora.

Locutor divulga endereço eletrônico e telefone em Brasília para o Pastor que quiser fazer um programa na Verdade Net. Desde que possua o equipamento necessário, poderá fazer programa da sua própria casa ou escritório.

A programação divulgada inclui programas de São Paulo, Brasília, Londres (Inglaterra), Boston e Havaí (EUA).

Conclusões: A característica básica pré-definida para observação da linguagem radiofônica (enunciação em tempo real) está presente nas transmissões da emissora.

Pode-se observar a inexistência de texto ou roteiro na programação transmitida. A locução respeita utiliza-se de uma linguagem intimista e coloquial sem ser incorreta. Os jargões utilizados remetem às especificidades do público alvo (evangélico) e criação de imagens com forte apelo emocional.

Nesta emissora é possível observar a ausência de comerciais. O custo, aparentemente, é coberto pela comercialização de horários na estação. Não foi incomum, nos períodos de escuta, a solicitação de donativos e contribuições.

As intervenções dos locutores são, na maioria das vezes, extensas se comparadas com as emissoras que transmitem pelas ondas hertzianas (AM e FM) e é comum a prática de orações e citações bíblicas.

Os ouvintes entram em contato com a emissora através de *e-mail*, e do programa *MSN messenger* cujo endereço é divulgado com insistência pelos locutores. Depreende-se pelas respostas dos locutores, que as mensagens chegam de todo o país e também do exterior.

A utilização de vinhetas é ocasional e presta-se a identificação da emissora. As vinhetas não se utilizaram efeitos sonoros, limitando-se a BG, durante a fala do locutor.

A programação musical é restrita às músicas de conteúdo religioso, sempre em português.

Observe-se a existência de entrevista e uma programação de é produzida em vários países.

No período noturno de escuta, não observamos a presença de propriedades da linguagem radiofônica, uma vez que toda programação deste horário constitui-se apenas de seqüências musicais.

Pode-se concluir que as especificidades da linguagem radiofônica, como definidas neste trabalho, encontram-se presentes, nos períodos da manhã e da tarde, e podem ser observadas na transmissão desta *webradio*.

4 CONCLUSÃO

Apesar da restrição da amostra pesquisada que, embora represente 13,90% das 72 *webrádios* brasileiras cadastradas do site **www.rádios.com.br**, não abrange a totalidade das emissoras que transmitem em português do Brasil utilizando, exclusivamente, a internet como veículo, as observações realizadas poderão convalidar as conclusões da investigação tendo como balizamento o caráter exploratório deste estudo.

Houve a possibilidade de confrontação dos cadastros das estações no site **www.rádios.com.br**, quanto ao gênero radiofônico e a localização geográfica, podendo-se concluir que:

- com relação à localização geográfica das emissoras observou-se a subversão do caráter regionalista do rádio que transmite via ondas hertzianas. O alcance planetário das transmissões via internet tornaram irrelevante a localização geográfica tanto da estação quanto do público alvo que pode ser atingido em qualquer lugar do mundo;

- quanto ao gênero, em que pese as 166, auto atribuições que as emissoras cadastraram, prevaleceu, na amostragem, a característica do gênero musical sem que houvesse um ritmo dominante entre as pesquisadas.

A análise da linguagem radiofônica foi abordada, pelo processo de rádio escuta, nas 10 emissoras selecionadas, segundo critérios estabelecidos e definidos na metodologia.

Das emissoras selecionadas para a pesquisa de rádio escuta, em 7 (70%) não foi possível observar, no período da pesquisa, especificidades da linguagem radiofônica tal como definida nesta monografia.

Observou-se que estas estações adotam procedimentos similares aos do início da radiofonia, nas primeiras décadas do século XX, quando a programação era constituída unicamente de programas musicais e o rádio era tão-somente uma extensão fonográfica.

Nas três *webrádios* onde foram observadas características específicas da linguagem radiofônica, não se constatou indícios de roteirização dos programas. As participações dos locutores e locutoras não obedeceram, com exceção de algumas inserções na *webrádio* Fênix, os procedimentos básicos de locução (identificação da emissora, hora certa, identificação das músicas) encontrados nas emissoras FM.

Ainda assim, algumas de suas características fundamentais da linguagem radiofônica puderam ser observadas, com concisão: sensorialidade, baixo custo de produção, imediatismo/instantaneidade, intimismo, linearidade, irreversibilidade, fugacidade.

Aspectos como fácil penetração e mobilidade não foram considerados na análise uma vez que o equipamento destinado à recepção (computador) não é ainda acessível à maioria da população brasileira, como discutido no tópico do segundo

capítulo: A exclusão digital. A mobilidade de recepção da internet (*WI-FI* - internet sem fio) já é uma realidade tecnológica embora restrita quanto ao alcance geográfico e ao custo do equipamento necessário.

Portanto, é possível, pela amostragem estudada, inferir que a utilização da linguagem radiofônica está presente - ainda que minoritária - as transmissões da *webrádios* brasileiras.

Entretanto, dentro da conceituação adotada nesta monografia, a maioria das emissoras estudadas poderá ser classificada como estação de transmissão de conteúdos de áudio via internet, por não preencherem as premissas básicas de utilização da linguagem radiofônica.

Assim como a linguagem televisiva formou-se também a partir da apropriação da linguagem do rádio, é possível deduzir que as *webrádios* poderão, igualmente baseadas na linguagem radiofônica, desenvolver uma forma própria e especial de comunicação que caracterizará esta mídia (união do rádio com a internet), que é, de uma forma específica e diferenciada, audiovisual: a imagem e o texto na tela monitor, com propriedades hipertextuais, não guardam uma relação obrigatória com o áudio transmitido. Imagens estáticas ou cinéticas, hipertexto que se metamorfoseia a cada ação do receptor e o áudio: cada qual independente, cada qual com sua própria mensagem, com sua linguagem própria, de origens não necessariamente hegemônicas, mas de interatividade

indispensável poderão ser um modelo comunicacional que somente começa-se a vislumbrar e cujas conseqüências na produção e recepção da mensagem não se pode ainda, no atual nível de conhecimento, tratar.

Todo o trabalho desenvolvido, desde os primeiros levantamentos bibliográficos, até a formulação de conclusões resultantes de pesquisa empírica permitiu uma reflexão, delimitada por critérios científicos, sobre o assunto explorado: a velocidade das transformações que sofre o meio internet, a ausência de paradigmas conceituais e a abrangência do universo a ser pesquisado transformam todo esforço investigativo em uma pesquisa exploratória, que tem como objetivo agregar conhecimento sobre esta mídia resultante da fusão, convivência ou convergência entre o rádio e a internet e que ainda está nos seus primeiros passos.

Se, entretanto, nosso trabalho instigar novos estudos, tanto teóricos quanto empíricos, mais específicos e mais aprofundados sobre as *webrádios* brasileiras enquanto fenômeno comunicacional e a construção de sua linguagem, nosso objetivo terá sido, plenamente, atendido.

5 REFERÊNCIAS

BARBEIRO Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BRASILEIROS ultrapassam marca de 14 horas mensais de uso da internet. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/>> acessado em 18.11.2004.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed., 2003.

COLEÇÃO INFO EXAME - Banda Larga. São Paulo: Abril, 2004.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. Disponível no site CG em <<http://www.cg.org.br/>> acessado em 22.11.2004.

CYRANKA, Lúcia Furtado de Mendonça, SOUZA Vânia Pinheiro de. **Orientações para normalização de trabalhos acadêmicos**. 7 ed. rev. atual. e aumentada Juiz de Fora: EDUFJF, 2004.

DEL BIANCO, Nélia R, MOREIRA Sônia Virgínia (org). **Rádio no Brasil: tendências e perspectivas**. Rio de Janeiro: EdUERJ; Brasília: UnB, 1999.

ECO, Humberto. **Apocalípticos e integrados**. 6.ed São Paulo: Editora Perspectiva, 2001

EMISSORAS Cadastradas - webrádios. Disponível em: <<http://www.rádios.com.br/>>. Acesso em 30 set. 2004.

FUNARI, Maria Inês Godinho. **Produção publicitária em rádio**. Disponível em: <http://www.dceunimar.org.br./faculdades/apostila/comunicacao/producao_publicitaria_radio-7o.PP.doc>, criado em 2004, acessado em mar. 2004.

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Análise da narrativa radiofônica e sua influência no imaginário do torcedor.** Juiz de Fora: ETC Editora, 2002.

IBGE. Disponível: *site* IBGE <www.ibge.com.br> Consultado em 15.11.2004

IBOPE. Disponível: *site* IBOPE <www.ibope.com.br> Consultado em 15.11.2004

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2003.

LÈVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência - o futuro do pensamento na era da informática;** Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LIMA, Luiz Costa (org). **Teoria da Cultura de Massa.** São Paulo: Paz e Terra, 2000.

MARQUEZI, Dagomir. Enterre sua sucata *hi-tech*. **Playboy**, São Paulo, edição 338, p.100-04, set. 2003

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

MARTINS, Francisco Menezes e SILVA, Juremir Machado da (org). **Para navegar no século 21 - tecnologias do imaginário e cibercultura.** Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 2000.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação com extensões do homem.** 12 ed. São Paulo: Editora Pensamento-Cultrix, 2002.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na era da informação - teoria e técnica do novo radiojornalismo.** Florianópolis: Insular, Ed. Da UFSC, 2001

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Disponível no *site*: <www.mc.gov.br> Consultado em 01.12.2004

MOREIRA, Sônia Virgínia. **Rádio em transição: tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil.** Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2002.

NIELSEN, Jacob, TAHIR Marie. **Homepage: 50 websites desconstruídos.** Rio de Janeiro: Campus, 2002.

PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 horas de jornalismo.** São Paulo: Editora Panda. 2000.

PINHO, J.B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line.** São Paulo: Summus, 2003.

RÁDIOS. Disponível no site: Rádios <www.radios.com.br> Consultado em 08.12.2004.

RIBEIRO, Paulo de Barros. **O veículo rádio.** Disponível em <<http://www.pp2004.hpg.ig.com.br/>> criado em 2003, acessado em set 2004.

RÜDIGER, Francisco. **Elementos para a crítica da cibercultura: sujeito, objeto e interação na era das novas tecnologias da comunicação.** São Paulo: Hacker Editores, 2002.

RYDLEWSKI, Carlos. A vida sem fio. **Veja.** São Paulo, edição 1874, ano 37, nº 40, p. 100-11, out. 2004

SALIMON, Mário. **Está na hora da tecnologia gerar desenvolvimento.** Disponível em <www.bb.com.br/appbb/portal/bb/unv/ent/>, em 15.04.2004, acessado em 07.12.2004

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e Pesquisa: projetos para mestrado e doutorado.** São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Exclusão digital - a miséria na era da informação**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2001.

SORJ, Bernardo. **Brasil@povo.com: a luta contra a desigualdade na Sociedade da Informação**. Rio de Janeiro. J. Zahar Ed.; Brasília, DF: Unesco, 2003.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo: Negócio Editora Ltda, 1997

VICENTE, Eduardo. **Gêneros e formatos radiofônicos**. 2003. Disponível em: <<http://www.educomradio.com.br/centro-oeste>>

ZAREMBA, LÍlian, BENTES, Ivana (org). **Rádio nova, constelações da radiofonia contemporânea**. Rio de Janeiro: UFRJ, ECO, Publique, 1996.

6 GLOSSÁRIO

- AM** Amplitude modulada. Tipo de transmissão radiofônica que utiliza o princípio da variação da amplitude. Pode ser transmitida em ondas médias ou ondas curtas.
- Apartheid digital*** O mesmo que exclusão digital. Situação em que se encontram as pessoas que não têm acesso à informática e à internet. Alusão ao *apartheid* racial ocorrido na África do Sul.
- Arquitetura aberta** Refere-se ao conjunto de programas ou protocolos que regulam as ações do computador ou o acesso às redes cujo conhecimento de detalhes da programação não é negado aos usuários mais experientes.
- Banda larga** Serviço de acesso à internet em altíssima velocidade.
- BBS (*Bulletin Board System*)** Sistema que disponibiliza aos seus usuários arquivos de todos os tipos. Estas conexões entre computadores foram usadas como salas de bate-papo anterior à

internet.

Bit

A menor medida de informação em um sistema de computação. É um semi-acrônimo para *Binary Digit* (dígito binário), expresso convencionalmente como 0 ou 1 (zero, a energia é bloqueada; 1, a energia é transferida).

Blog ou weblog

Espécie de diário virtual, via internet, denominação composta dos termos ingleses *web* = teia e *log* = relatório ou registro. Tão logo os *blogs* se tornaram populares, começaram a ser utilizados como veículo noticioso.

**Browser
navegador**

ou Programa para abrir e exibir as páginas da internet. A palavra vem do francês antigo *broster*, fazer a colheita.

Chat

Bate-papo. Numa sala virtual de chat, os usuários, em tempo real, se comunicam digitando mensagens.

Chip

Microprocessador. É uma pequena peça plana, de pouco mais de 1 centímetro quadrado, feita de metal semicondutor de eletricidade (normalmente o silício) na

qual são implantadas algumas dezenas de milhões de minúsculos transistores.

Clock Freqüência em que opera o processador do computador. Medida em hertz, relaciona-se com a capacidade computacional.

Compactação ou compressão de dados Armazenamento de dados em espaços mais reduzidos. A mesma informação usa menos bits para arquivamento ou transmissão.

Concessão Atribuição pelo poder público a indivíduo ou empresa, mediante contrato, de exploração de serviço público. Refere-se à concessão de serviços de radiodifusão sonora, sob controle do Ministério das Comunicações.

Country Gênero musical comum no meio rural norte-americano. No Brasil, agrega-se com o sertanejo e caipira.

DAB (Digital Audio Broadcast) Sistema de rádio digital que fornece qualidade sonora semelhante à dos CD, mesmo em condições de recepção desfavoráveis.

Domínio ou nome de domínio Na internet, o nome de um computador ou grupo de computadores utilizado para

identificar o local eletrônico (e às vezes geográfico) do computador para a transmissão de dados. Contém o nome da organização e inclui sempre um sufixo de duas ou três letras que designa o tipo de organização ou o país do domínio.

e-mail Correio eletrônico ou *eletronic mail*.

Espectro de frequências eletromagnéticas Resultante de um processo, ou de um fenômeno, em que se observa ou registra um efeito proveniente da distribuição de energia numa onda ou num feixe de partículas. A distribuição das radiações eletromagnéticas em função do comprimento de onda, desde os raios gama, de menor comprimento, até as ondas longas de rádio.

Fluxo contínuo de dados Ver *Streaming*

FM Forma de transmissão radiofônica que utiliza o conceito relativo às ondas eletromagnéticas: frequência variável que em cada instante é proporcional à amplitude de outro movimento periódico (onda).

Fotolog	O mesmo que <i>blog</i> ou <i>weblog</i> , incluindo fotografias. As publicações deste tipo cresceram com o aparecimento das câmeras digitais.
Gospel	Religião; fé; crença; evangelho; o novo testamento; mensagem católica. Estilo de música identificado com a pregação evangélica.
Grande rede	Ver internet
Hardware	Parte física dos computadores. Compreende os equipamentos e periféricos agregados a ele. Exclui os programas de computador ou <i>softwares</i> .
Hipermídia	Conjunto de informações apresentadas na forma de textos, gráficos, sons, vídeos e outros tipos de dados e organizadas segundo o modelo associativo e de remissões, próprio do hipertexto
Hipertexto	A linguagem da internet, que permite a conexão entre textos, som e figuras de um mesmo local (endereço) ou para locais diferentes.
HTML	Linguagem padrão para escrever páginas de documentos <i>web</i> , que contenham informação

nos mais variados formatos: texto, som, imagens, animação.

HTTP

Protocolo de transferência de textos. Na rede, é o idioma dos *browsers* ou navegadores. Compõe, como primeiro elemento o endereço de uma página na *web*.

Input

Alimentar o sistema com dados.

Interatividade

Influência no resultado. Num sistema interativo, o usuário pode alterar partes e criar um produto diferente. A palavra é de origem latina e significa fazer junto.

Internet

Rede de computadores por meio da qual qualquer indivíduo ou comunidade, pode se comunicar e trocar informações. É também designada como *world web wide*, *www*, *web* grande rede, rede mundial de computadores.

IP

Protocolo da internet. É o código numérico para cada endereço existente na *web*.

Linguagem binária

Ver bit

Mídia

O conjunto dos meios de comunicação, e

que inclui, indistintamente, diferentes veículos, recursos e técnicas, como, p. ex., jornal, rádio, televisão, cinema, outdoor, página impressa, propaganda, mala-direta, balão inflável, anúncio em *site* da Internet, etc.

Modem

Modulador e demodulador ou codificador e decodificador. Aparelho usado para transmitir e receber dados através de linha telefônica ou cabo de fibra óptica. O modem modula as mensagens emitidas na linguagem do computador, transformando-as em sinais que podem ser transportados por um sistema de telecomunicações. Na chegada, outro modem demodula esse sinais, fazendo-os retornar à forma original, que pode ser entendida pelo computador que a recebe.

Network

Rede de computadores

On line

No ar, conectado. Refere-se à condição do usuário ou da máquina.

Ondas hertzianas

Conhecidas como ondas de rádio frequência e vulgarmente como ondas de rádio, são ondas eletromagnéticas - produzidas pela

vibração de cargas elétricas (não necessitam de meio material para se propagar)

Orkut

Grupo de relacionamento na *web*. Funciona como uma comunidade virtual. É necessário de convite para poder acessar o *site*.

Outorga

Ato ou efeito de outorgar; consentimento, concessão, aprovação, beneplácito. Refere-se ao ato governamental de conceder autorização para o funcionamento de rádio comunitária, dentro dos parâmetros legais. Controlado pelo Ministério das Comunicações.

Output

Dispositivo, processo ou canal que intervém numa operação de transferência de dados de um computador para meio externo; canal de saída, dispositivo de saída, processo de saída.

Portal

Porta principal pela qual se entra na internet. Os portais são *megasites* que oferecem centenas de opções de serviços e produtos.

Rádio comunitária

Trata-se de uma pequena estação de rádio FM, de baixa potência, que dará condições

à comunidade de ter um canal de comunicação inteiramente dedicado a ela, abrindo oportunidade para divulgação de suas idéias, manifestações culturais, tradições e hábitos sociais. A autorização de funcionamento se dá pela outorga do Ministério das Comunicações. A maioria das emissoras enquadráveis nesta categoria funcionam sem autorização.

Rede mundial

Ver internet

Segmentação

Análise de mercado, que identifica classes ou grupos de consumidores com necessidades, características ou comportamentos semelhantes. Refere-se à segmentação do público alvo (audiência) para definir programação e estratégia de marketing.

Site de busca

São *sites* que, utilizando mecanismos de busca, permite ao usuário digitar algo que está procurando e o sistema se encarregará de "vasculhar" toda a *web* par encontrar

Sites

Lugar. Página da internet. Embora se tenha acostumado a chamar a página da *web*

Software

de *site*, na verdade *site* é o local onde essa página se encontra na internet. Programa de computador. Uma lista de instruções para que o computador saiba como proceder. Sem os programas o computador não tem utilidade.

Streaming

Dados e arquivos distribuídos dinamicamente, ou seja, não é necessário aguardar que um arquivo seja totalmente baixado pelo *browser* para se exibido.

URL

Localizador que permite identificar e acessar serviços na internet.

Vírus

Programa de computador que destrói ou desorganiza o sistema onde se instala. A forma mais comum de "infecção" são arquivos e e-mails recebidos via internet.

Web

Ver internet.

Webrádios

Emissoras que transmitem exclusivamente através da internet, não constituindo reprodução de sinal de emissoras que transmitem através das ondas hertzianas.

Wireless

Fidelity

Tecnologia utilizada para promover acesso

(WI-FI)

em banda larga à Internet em locais públicos, tais como hotéis, aeroportos e centros de convenções de maneira rápida, fácil e sem a necessidade de cabos

World Wide Web ou Ver internet.

www