



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, CONTABILIDADE E CIÊNCIA
DA INFORMAÇÃO E DOCUMENTAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO E DOCUMENTAÇÃO
PRORAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

A informação radiofônica jornalística – do oral ao virtual

Clayton Wander Nascimento de Sales

Brasília
2006



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, CONTABILIDADE E CIÊNCIA
DA INFORMAÇÃO E DOCUMENTAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO E DOCUMENTAÇÃO
PRORAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

A informação radiofônica jornalística – do oral ao virtual

Clayton Wander Nascimento de Sales

Dissertação apresentada ao Departamento de Ciência da Informação e Documentação da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos para obtenção do título de mestre em Ciência da Informação.

Orientadora:
Área de Concentração:
Linha de Pesquisa:

Profa. Dra. Elmira Luzia Melo S. Simeão
Transferência da Informação
Comunicação da Informação

Brasília
2006



FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: A informação jornalística radiofônica – do oral ao virtual.

Autor: Clayton Wander Nascimento de Sales

Área de concentração: Transferência da Informação

Linha de pesquisa: Comunicação da Informação.

Dissertação submetida à Comissão Examinadora designada pelo Convênio Mestrado Interinstitucional (Minter) em Ciência da Informação do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCInf) do Departamento de Ciência da Informação e Documentação (CID) da Universidade de Brasília (UnB) e a Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal (UNIDERP) como requisito parcial para obtenção do título de **Mestre em Ciência da Informação**.

Dissertação aprovada em: 22 de maio de 2006.

Aprovado por:

Prof^a Dr^a Elmiria Luzia Melo Soares Simeão
Presidente – Orientador (UnB/PPGCInf)

Prof. Dr. Antonio Lisboa Carvalho de Miranda
Membro Interno – (UnB/PPGCInf)

Prof^a Dr^a Rúbia de Oliveira Vasques
Membro Externo – (UNIDERP)

Prof^a Dr^a Andréa Ferraz Fernandes
Suplente – (UNIDERP)

AGRADECIMENTOS

À Deus, em nome do Nosso Senhor Jesus Cristo, em primeiro lugar, pela vida, pela sapiência e pela luz que possibilitou a feitura deste trabalho.

Aos meus pais, Francisco e Sirley Sales, por tudo na minha vida e por dialogar constantemente com Deus por mim, o que eu quase nunca fazia.

Ao meu irmão Jânio, também professor, pela colaboração na revisão deste trabalho.

Ao professor Eron Brum, meu eterno mestre, pelo incentivo e sabedoria.

À professora Elmira Simeão, minha orientadora, pela serenidade e inteligência com que me ajudou a conduzir este trabalho e por entender, como uma jornalista que também é, as angústias e pressões inerentes a nossa profissão.

Aos professores do mestrado em Ciência da Informação da UnB, pela possibilidade e a honra concedida a mim de integrar um programa de pós-graduação de uma instituição tão conceituada nacional e internacionalmente.

Ao professor Pedro Chaves, reitor da Uniderp, à professora Terezinha Samways, pró-reitora administrativa, e aos coordenadores do curso de Jornalismo da universidade no período em que cursei o mestrado, Joaquim Lannes e Jacir Zanatta, por todo o apoio institucional que foi possível conceder.

Aos meus colegas professores e funcionários do curso de Jornalismo da Uniderp pela força e pela torcida.

Aos meus colegas jornalistas Renato Baumer, Evelyn Morales e Elcilene Holsback por “segurar todas as barras”, enquanto eu me ausentava do laboratório de radiojornalismo do curso e do departamento de jornalismo da Uniderp FM.

Aos meus alunos, em especial ao Rodrigo Maia, bolsistas e orientandos pela compreensão e por perdoar-me pelas minhas ausências nesses dois anos de mestrado.

Ao jornalista João Bosco de Castro Martins, diretor-presidente da TVE e FM Regional, pelo apoio institucional sem o qual não seria possível a realização deste trabalho.

Aos companheiros da diretoria do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de MS por agüentar o batente nas minhas ausências.

Aos meus colegas de mestrado - em especial ao meu amigo Alexandre Maciel - pelo espírito de união e colaboração, fundamental para chegarmos com brilho até ao final.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA E JUSTIFICATIVA	11
3. OBJETIVO GERAL E OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
4. REVISÃO DE LITERATURA	17
4.1. Ciências da Informação e da Comunicação: uma intersecção presente	17
4.2. O rádio e suas características como veículo de comunicação.	21
4.3. A mensagem sonora como documento.....	30
4.4. Conceito de comunicação extensiva aplicado ao rádio.....	35
4.5. Convergência midiática e internet : adaptação da informação radiofônica.....	43
4.6. Tecnologias da internet para a compactação de arquivos de áudio.....	48
5. DEFINIÇÕES OPERACIONAIS	55
6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	56
7. ANÁLISE DE DADOS	58
7.1. Histórico da rádio CBN.....	58
7.2. O <i>site</i> oficial da CBN.....	59
7.3. Análise a partir do modelo de célula estrutural do conhecimento registrado.....	69
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
9. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	86

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo de célula estrutural do conhecimento registrado	38
Figura 2 – <i>Layout</i> da reportagem no <i>site</i> da rádio CBN	61
Figura 3 – <i>Layout</i> do boletim no <i>site</i> da rádio CBN	62
Figura 4 – <i>Layout</i> da entrevista no <i>site</i> da rádio CBN	62
Figura 5 – <i>Layout</i> do comentário no <i>site</i> da rádio CBN	63
Figura 6 – <i>Layout</i> do debate no <i>site</i> da rádio CBN	64
Figura 7 – <i>Layout</i> da mesa-redonda no <i>site</i> da rádio CBN	64
Figura 8 – <i>Layout</i> do documentário musical no <i>site</i> da rádio CBN	65
Figura 9 – <i>Layout</i> de página de Reportagens Especiais com legendas	66
Figura 10 – <i>Layout</i> da página da CBN contendo programação da emissora.....	66
Figura 11 – <i>Layout</i> da página que ilustra os serviços de busca, CBN Express, BBC Brasil e <i>links</i> da Globo	67
Figura 12 - Página e dispositivo de áudio acionado que ilustra a possibilidade de escutar a rádio CBN ao vivo do computador a partir do <i>site</i> da emissora	69

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Características do rádio como meio de comunicação em relação a outras mídias	25
Quadro 2 – Quanto à abrangência	25
Quadro 3 – Quanto à existência	26
Quadro 4 – Quanto ao aprofundamento informativo	27
Quadro 5 – Quanto à atenção exigida	27
Quadro 6 – Quanto à regionalização	28
Quadro 7 – Quanto ao custo	28
Quadro 8 – Quanto à velocidade informativa	29
Quadro 9 – Comunicação intensiva e extensiva	36
Quadro 10 – Elementos do documento e reflexos na informação no rádio.....	43
Quadro 11 – Transformações da informação jornalística radiofônica quanto ao tipo	76
Quadro 12 – Quanto ao conteúdo	76
Quadro 13 – Quanto ao formato	77
Quadro 14 – Quanto ao suporte	77

RESUMO

Os avanços da tecnologia estão provocando transformações sensíveis nos modos de produção e difusão da informação. Uma delas é a convergência midiática, em que veículos tradicionais estão sendo inseridos no ambiente da internet. O rádio informativo está passando por esse processo de adaptação, levando a informação radiofônica jornalística a uma busca pela sua nova identidade. Utilizando-se dos conceitos de comunicação extensiva e de célula estrutural do conhecimento registrado, este trabalho se propõe a desvendar as possíveis transformações, como maneira de tentar compreender as implicações que elas podem ocasionar na divulgação da notícia pelo rádio e na sociedade, que está exposta à informação por essa mídia. Esta pesquisa, também, procura destacar a interdisciplinaridade entre as Ciências da Informação e da Comunicação para a compreensão dos fenômenos comunicacionais.

PALAVRAS-CHAVE: 1. Informação radiofônica jornalística 2. Célula estrutural do conhecimento registrado 3. Interdisciplinaridade 4. Comunicação extensiva.

ABSTRACT

The advances of technology are challenging sensible changes on production mode and information broadcasting. One of them is the media convergence, where traditional media are being inserted in the environment of the Internet. The informative radio is passing for this process of adaptation, leading the journalistic radio information to a search for its new identity. Using itself of the concepts of extensive communication and structural cell of the registered knowledge, this work if considers to unmask the possible transformations, as way to try to understand the implications that they can cause in the spreading of the news for the radio and in the society, that is displayed to the information for this media. This research, also, looks for to detach the interdisciplinary enters Information Science and Communication Science for the understanding of the communication phenomena.

Keywords: 1. Journalistic radio information 2. Structural cell of the registered knowledge 3. Interdisciplinary 4. Extensive communication

1. INTRODUÇÃO

Avanços tecnológicos e meios de comunicação sempre caminharam juntos. Foram várias as transformações que a humanidade sentiu ao se deparar com cada novidade arquitetada por instituições e pessoas. A história da passagem do homem pelo mundo e pelos tempos registra mudanças não apenas de hábitos e procedimentos cotidianos, mas também de valores e de idéias em todas as esferas da existência. A cada década, os sistemas midiáticos se desenvolveram de maneira que, estar excluído desse contexto simplesmente significava colocar-se ausente da própria vida. Graças aos meios de comunicação foi possível fazer revoluções e incentivar o genocídio racial, derrubar presidentes corruptos e eleger governantes que não honram o dever político e ético que a população lhes concedeu, criar normas culturais e ditar ideologias, construir, “desconstruir”, traumatizar e reciclar os referenciais da sociedade. Com os veículos de comunicação foi possível aproximar distâncias gradativamente maiores.

Todas essas transformações se devem não ao fato da mídia estar fundamentada sobre um poderio massivo, tese “adorniana” questionável, apesar do seu valor acadêmico, mas devido a um fator prevaiente, um elemento unitário básico, que se converteu na verdadeira base de sustentação da contemporaneidade: a informação. É impossível prescindir dela atualmente, assim como um organismo sobrevive e se regenera com oxigênio. A informação é o pilar das instituições, do pensamento e até dos sentimentos. Ela pode ser até manufaturada ou manipulada, usada para o bem ou para o mal, para a ciência e para o lazer, mas está sempre presente nas vidas de todos. Sem informação, o conhecimento morre, já que Le Coadic sentencia que a informação é o sangue da ciência. Dessa forma, a informação é um valor incrustado em cada uma das atividades humanas.

Por essa razão, estudar os fenômenos informacionais, principalmente aqueles que se caracterizam pelas incertezas proporcionadas pelo advento de novas tecnologias de comunicação, é de grande valia para se compreender o mundo de hoje. Esse mesmo mundo que acompanhou o crescimento e a transformação em parte da vida da sociedade, de um artefato chamado rádio. Por esse instrumental

que o progresso legou ao planeta, foi contada boa parte da história moderna aos mais longínquos cantos do globo terrestre. O rádio enquanto mídia vem sobrevivendo a esses mais de 80 anos de existência no Brasil, com galhardia e diplomacia. Defensor do rádio como meio quente, provavelmente Marshall McLuhan não imaginava que seu “*tribal drum*” ainda serviria de fonte informativa para o mundo, resistindo com segurança e força, às invenções da TV e aos galanteios da internet.

Quanto à internet, essa é uma hospedeira gentil que agrega diversos meios de comunicação e provavelmente deixando sua marca indelével. A *web* recebeu o texto e proliferaram os *sites* noticiosos a partir de matrizes impressas, como os jornais diários, mas serviços próprios inspirados nas agências de notícias também ganharam impulso nos últimos 10 anos. A rede também abrigou a televisão e ampliou ainda mais o poder e o fascínio que exerce sobre a sociedade. A internet cedeu um quinhão do seu espaço ao rádio, tornando a experiência sonora sentida em amplitudes cada vez maiores. O rádio na internet obriga a alterações nos modos de produção da informação e mudanças nas suas formas de divulgação. No entanto, alguns conceitos básicos do jornalismo, especialmente os éticos, continuam sendo os mesmos. Ainda assim, o resta agora que o rádio busque sua nova identidade, mas para isso é preciso detectar as mudanças de paradigmas que a informação sofre ao ser transferida para o chamado ambiente virtual.

2. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA E JUSTIFICATIVA

Graças ao advento da internet a convergência das diversas formas de mídia é uma realidade do mundo contemporâneo. A comunicação de massa ou restrita cada vez mais convivem em um único ambiente cercado de recursos de Tecnologia da Informação e da Comunicação (TIC). Há cerca de 15 anos, apenas as mensagens textuais e icônicas eram reproduzidas pela internet e disponibilizadas aos que tinham acesso a rede, como artigos e reportagens advindas da mídia impressa. As conexões de acesso discado e a falta de instrumentos de compactação de arquivos contribuíam decisivamente para uma estimulação tímida do usuário, permitindo assim uma convivência isolada da internet com outros meios. Ou seja, os meios impressos - como o jornal e a revista - e os eletrônicos - como o rádio e a TV - podiam contar com seu quinhão de fiéis receptores.

Com o desenvolvimento de métodos de compactação de dados e a evolução dos aplicativos e das formas de conexão, os veículos começaram a ter representações na internet. A leitura hipertextual tornou a percepção da informação uma atividade mais interativa, isto é, ao ler na *web*, a estrutura de *links* leva a um leque de alternativas regidas e administradas pelo usuário. Com isso, a internet foi gradativamente se transformando em um canal de interação do público que tem acesso aos recursos oferecidos. Tal mudança, associada aos avanços tecnológicos mencionados, serviu para introduzir formas de mídia que se encontravam disponíveis apenas nos seus ambientes tradicionais.

No Brasil, os meios eletrônicos como o rádio e a televisão começaram a ter sua representatividade também na internet absorvendo a possibilidades da comunicação extensiva (indicadores) a partir da década de 80. Sites das emissoras já existentes foram construídos e levados ao ar através da rede, mas conteúdos elaborados especificamente para o ambiente virtual também experimentaram um crescimento quantitativo, pois o número de webTV's e webrádios cadastradas no site Rádios Ao Vivo (www.rádios.com.br) saltou de 50 em 1996 para 5.000 em 1998.

Os usuários de internet podem contar com serviços de comunicação próprios sendo o rádio é um dos mais presentes. Não apenas as *playlists*, denominadas

como rádio virtual, que são os sites de construção de músicas como o Rádio Terra (www.radioterra.com.br), mas também agências sonoras de notícias, que disponibilizam reportagens e outros formatos de programação em rádio. Um dos exemplos é a agência Radio 2 (www.radio2.com.br) que coloca ao dispor, documentos sonoros digitalizados em formato MP3 ou Wave para a utilização tanto do ouvinte, pode utiliza-lo como informativo, quanto para as rádios, que têm a possibilidade de usar esse material para incorporá-lo ao seu processo de desenvolvimento de programas noticiosos, outro caso, é a CBN - tradicional cadeia de rádios informativas do país - que arquitetou seu site de modo a oferecer ao ouvinte um material documentado em forma de arquivos audíveis sobre assuntos trabalhados no cotidiano, inclusive a ciência, saúde e a tecnologia.

Porém, apesar do canal midiático, que assemelha o rádio tradicional ao rádio na internet, ser delineado pela emissão sonora e a recepção auditiva da mensagem, tratam-se de suportes diferenciados, com características peculiares a cada um deles. Logo, como definiu McLuhan quando afirmou que: “o meio é a mensagem”, o rádio e a internet, incorporando a mídia sonora, possuem mensagens de aspectos distintos e recepções de tipos diferentes. McLuhan qualifica o rádio como um meio quente, pois há uma saturação em único sentido, no caso o sentido auditivo, e permite uma participação do receptor na construção do conteúdo por meio do imaginário. A internet, como espaço em que ocorre a convergência das mídias, abrange a caracterização de meio quente, mas há outros componentes que são impositivos e multireferenciais, que saturam vários sentidos, qualidades dos chamados meios frios.

Como o rádio é uma mídia que carrega nos seus genes a herança da velocidade, do imediatismo e da fugacidade da mensagem, a profundidade se torna um ato quase sempre inviável. No entanto, a internet tenta socorrer essa deficiência, valendo-se da organização da informação sonora em catálogos on-line contidos em páginas de emissoras de rádio, como a CBN (www.cbn.com.br). O catálogo, como obra de referência, serve para facilitar a recuperação da informação e o acesso imediato às necessidades do usuário, fazendo com que a relação com o meio seja mais interessante e envolvente. Na página da CBN, há diversas seções, que relacionam entrevistas, reportagens, boletins, comentários e colunas sobre temas

delimitados em editorias; aliás, as próprias nomenclaturas dos tipos de documentos sonoros merecem atenção.

Segundo LAGE (2001, p. 54):

A revolução cibernética estabeleceu diferenciais entre o jornalista que domina a máquina e o que não domina. Inicialmente, foram os programas de produção: editores de texto, softwares de editoração, processamento de fotografias e gráficos. Agora, os editores não-lineares de som e vídeo, especialmente para a reportagem, os usos da Internet, as planilhas de cálculo, os gerenciadores de banco de dados, o acesso a métodos avançados de pesquisa. O rádio sofreu de modo drástico esse impacto da tecnologia dos computadores e suas inúmeras e ininterruptas possibilidades.

Programas como o *Sound Forge*, fabricado pela *Sonic Foundry*, são a cada ano mais aprimorados no sentido de promover maior simplicidade de manuseio e diversidade de recursos que reforçam o poder manipulador dessa simplicidade, pois é possível “trabalhar” materiais sonoros em poucos minutos como se fossem textos escritos no Word, cabendo ferramentas corriqueiras como os recursos de selecionar, colar, cortar e copiar partes de um todo para onde quer que o profissional deseje; ou seja, o jornalismo em rádio cada vez mais está sendo operado por práticas, procedimentos e mão-de-obra sintonizada com as cômodas maravilhas da manipulação digital, o que contribui decisivamente para a diminuição do tempo de produção entre a captação e a veiculação, tornando o jornalismo em rádio mais dinâmico.

Completando esse cenário, a Internet se implantou no cotidiano da produção informativa jornalística não apenas como uma diversificada meta-ferramenta de obtenção de resultados da pesquisa, mas como facilitador do acesso a arquivos organizados de materiais radiojornalísticos finalizados. Segundo MIRANDA (2003, p.54), a acessibilidade “refere-se à capacidade de permitir acesso às coleções organizadas de qualquer ponto do sistema, dependendo das tecnologias disponíveis”. Todavia, pode-se questionar a materialidade física do objeto colocado em disponibilidade, que é um conceito complementar ao da acessibilidade, em se tratando de arquivos sonoros virtuais, colocados ao dispor no ciberespaço. Miranda parodia Lévy ao destacar que “todo virtual também é real”. Ele afirma que “só é

acessível o que existir em algum lugar do ciberespaço e que, necessariamente, tem uma base física geográfica determinada” (MIRANDA, 2003, p. 54). Logo, o acesso aos materiais radiojornalísticos finalizados ou diferidos conforme definição de PRADO (1989, p. 35), por parte das emissoras de rádio dependem exclusivamente dos aparatos tecnológicos presentes para a busca seletiva desses conteúdos organizados.

Sites da internet - como a página da rede CBN - disponibilizam diariamente catálogos enumerados por ordem de factualidade e classificados conforme a relevância das pautas, não apenas para audição individualizada, mas também para reprodução pelas emissoras de rádio que possuem instrumentos cibernéticos para armazenamento e manuseio desse material. Esses catálogos jornalísticos em áudio e em outros suportes midiáticos dispõem de tempo hábil para produzir com relativa paciência e minúcia uma reportagem diferida para rádio. Mas, as emissoras convencionais, principalmente aquelas que trabalham diariamente com o jornalismo, não podem se dar ao luxo desse exercício de reflexão e esmero na produção. Isso ocorre devido ao que Sylvia Moretzsohn chama de fetiche da velocidade. A autora menciona Virilo que reflete sobre o consumo não de notícias, mas de rapidez, no contexto da aceleração do tempo:

A velha fórmula segundo a qual a informação é praticamente a única mercadoria que não vale mais nada ao fim de vinte e quatro horas merece reflexão”. (MORETZSOHN, 2002, p. 26)

Essa característica da fugacidade da informação jornalística é ainda mais reforçada quando a mídia analisada é o rádio. Com base no modelo proposto por Maria Cristina Romo Gil¹, a notícia emanada pelo rádio possui, após três dias, uma capacidade de retenção de 10% nos receptores (ouvintes), contra números mais representativos nas formas visuais (jornais, revistas e impressos em geral) e principalmente audiovisuais (televisão, cinema)

Outro fator que impõe ao rádio uma obrigação quase sagrada com a velocidade é a sua constante associação ao conceito de “tempo real”. Por ser um meio de relativa portabilidade de equipamentos, que permite a um repórter ou

âncora relatar um fato praticamente no mesmo instante em que ele ocorre e por trabalhar predominantemente com o ambiente simultâneo ou “ao vivo”, diferente de outras mídias, o dogma da rapidez se confunde fatalmente com a idéia de instantaneidade, resultando: quanto maior o volume de material acabado disponível melhor.

Nesse contexto, entra em cena um genuíno sinal dos tempos atuais. As agências sonoras de notícias são muitas vezes a salvação das emissoras de rádio atropeladas pela rotina atabalhoada pela velocidade informativa, no entanto, recebem a clara influência dos interesses das instituições que controlam tais conteúdos. Somado às características de penetrabilidade e flexibilidade, ressaltadas por Castells, ao que Neuman (1991, p. 103) denomina de: “caminho de menor resistência”, o fenômeno provoca nas pessoas e, por conseguinte, nos jornalistas de rádio afundados na cultura da velocidade, uma atração inevitável, e ao poder estimulador e formador que o rádio ainda possui no Brasil, principalmente em comunidades do interior do país, configura no seu uso como mecanismo de transferência de informações arraigadas em interesses ideológicos e políticos, produzidos por assessorias de imprensa estrategicamente posicionadas para inserir intenções corporativas.

A escassez de estudos, que abordam as rádios e agências sonoras de notícias na internet e seu fluxo de informação em relação constante com as emissoras convencionais de rádio no aspecto do jornalismo sonoro, motiva o aprofundamento da compreensão de todo o processo de produção de tais conteúdos, seus agentes e instituições, suas ferramentas e técnicas, seus usuários e especialistas. A falta de literatura sobre o rádio no Brasil também serve de justificativa para a necessidade de um entendimento das mais diversas possibilidades desse veículo ainda tão presente na Sociedade (brasileira) da Informação e seus sistemas.

Logo a pergunta que vai nortear a pesquisa será: Quais alterações a informação jornalística radiofônica sofre ao ser transportada para o ambiente da Internet?

¹ **Introducción al conocimiento y práctica de la radio.** México: Diana, 1994.p. 23.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo Geral

Identificar as alterações que a informação jornalística radiofônica sofre ao ser transportada para ao ambiente da Internet.

3.2. Objetivos Específicos

Identificar as diferenças no processo de transferência da informação radiofônica na Internet;

Identificar as tecnologias usadas para a produção da informação jornalística radiofônica na Internet;

Identificar os formatos da informação jornalística radiofônica através do site da CBN *on Line*;

Identificar o caráter extensivo da comunicação pelos meio radiofônico e virtual.

4. REVISÃO DE LITERATURA

4.1. Ciências da Informação e da Comunicação: uma intersecção presente.

Difícilmente, uma área do conhecimento humano está divorciada de seus congêneres. Sistemáticamente, a interdisciplinaridade ou interdisciplinariedade contida na construção da ciência funciona de maneira utilitária, tendo suas principais características levadas à proporção de ferramenta efetiva ou potencial para a operacionalização da rede do conhecimento. De acordo com os preceitos da Teoria Geral dos Sistemas, preconizada por Bertalanffy², as ciências dependem das outras na geração do seu próprio desenvolvimento, ou seja, como uma teia de idéias e valores, o conhecimento arquiteta seu alicerce sobre as estruturas e os materiais cognitivos de outros setores. A teoria postula ainda que não há somente uma completude entre as ciências no nível linear da complementaridade, mas também um movimento dinâmico de transferência dos conhecimentos e métodos de uma disciplina para outra.

A Ciência da Informação, como disciplina científica empenhada em linhas de pesquisas cada vez mais abrangentes antes direcionadas apenas para o estudo da literatura científica, agora para outras categorias de registros de conhecimento também vale-se da interdisciplinariedade no trato dos problemas da informação, e recorre a métodos e teorias de outras disciplinas enquanto que suas próprias metodologias (...) começam a ser utilizadas por outras áreas de conhecimento. (MIRANDA, p. 166)

Com a Ciência da Informação, a regra é válida, a começar pela relação com a Biblioteconomia, citada por Saracevic como a mais antiga no trato da informação, quanto a sua organização e preservação. Essa área de conhecimento ganha importância estratégica nos contextos social, cultural e educacional. Outro âmbito é a computação, na qual a utilização dos computadores e acessórios inerentes (softwares) são utensílios do processamento da informação e se constituem em ferramenta básica para o estudo da informação digital e dos diversos problemas que circundam seu universo. A computação tem seu objeto de estudo ligado à

² **General systems theory: foundations, developement, applications.** Harmondsworth, England: Penguin Books, 1973.

estruturação algorítmica da transferência da informação, isto é, da solução de situações por meio da execução de operações determinadas. A Ciência da Informação aborda a natureza da informação e seu uso humano. Já as Ciências Cognitivas - aquelas que se destinam a estudar o funcionamento da mente - possuem grande valia para as Ciências da Informação no que se refere à inteligência artificial e à interação do homem e da máquina. Finalmente, a Comunicação se interage com as Ciências da Informação no aspecto da interação dos humanos com as tecnologias da comunicação, a teoria da informação (e sua transferência) e a sociedade da informação.

No entanto, as relações interdisciplinares não se encerram nessas fronteiras. Segundo Le Coadic (1996, p. 22), a Ciência da Informação se apropria de vários outros campos aparentemente fora do espectro de suas afinidades. Contribuem áreas como a psicologia - que trata do comportamento comunicacional - a lingüística - com seus estudos sobre a semiótica - a sociologia - que aborda a produtividade científica - a informática - com seus sistemas de recuperação e transferência - a matemática - com a lógica - a eletrônica e as telecomunicações - que auxiliam no entendimento das redes. Ainda podem ser mencionados nesse mosaico, a economia, o direito, a filosofia, a política, que fornecem subsídios para a compreensão da comercialização da informação, direitos autorais e da própria sociedade da informação. Mesmo a biologia, citada por vários especialistas como a vedete da mais nova etapa de transformação, “pós-terceira onda”, pois a genética é um grande catálogo de informações. Todas se alimentam de suas mais específicas identidades, formando uma grande rede de conhecimento que é a base dos avanços da ciência e seus reflexos na sociedade atual:

Especialistas oriundos da Química, da Física, da Matemática, da Biologia, e, em escala menor, também das Ciências Sociais e Humanidades, tiveram a opção profissional de dedicar-se integralmente às informações sobre as suas áreas de origem, em atividades tais como: elaboração de revistas de sumários, de resumos, indexação e análises de literatura. Cabem aqui também as revisões de literatura. (MIRANDA, p. 174)

A Ciência da Informação é uma área que trata de aspectos mais intrínsecos do conceito de informação:

Ocupa-se do tanto do fluxo da comunicação como de seus atores e dos registros que transportam a informação e o conhecimento. Não estuda a natureza propriamente física ou social da comunicação, nem investiga os estatutos político e antropológico que a fundam, mas identifica sua mecânica processual e as instituições que dela participam, seus produtos, seus especialistas e usuários, as ferramentas e as técnicas de que se utiliza (ODDONE, apud MIRANDA, p. 183).

Dessa forma, trata-se de um campo do conhecimento que busca averiguar de maneira sistêmica o processo de elaboração dos conteúdos, envolvendo todo o universo de agentes empenhados na fabricação de determinado saber. Tal característica já se encontra fixa na base da Ciência da Informação:

O surgimento da Ciência da Informação estaria relacionado com a atividade subsequente ao controle da produção científica e à regularidade do fenômeno relativo à sua dispersão e uso, obsolescência, epidemiologia de sua propagação e outros aspectos detectados no processo de manipulação e análise da literatura. (MIRANDA p. 174)

Enquanto ciência que estuda os registros do campo informativo, segundo, “a informação é um conhecimento inscrito (gravado) sob forma escrita (impressa), oral ou audiovisual” (LE COADIC, 1996, p. 5). Castells (1999, p. 425) afirma, por sua vez, que, diferente do que postulava McLuhan (1964, p.21), com sua célebre efígie de que o “meio é a mensagem”, na realidade em função da conjuntura atual e suas perspectivas para o futuro, “a mensagem é meio”, o que leva ao entendimento de que a determinação de formatos e práticas de produção profissional informativa são moldados de acordo com as aspirações advindas da diversidade de públicos e sua segmentação cada vez mais acentuada, derrubando outra tese de McLuhan, que detectou a sua época a formação daquilo que ele qualificou como “aldeia global”.

Associando essas idéias ao conceito de comunicação é possível afirmar que as disciplinas da Ciência da Informação e da Ciência da Comunicação estão em comum acordo para contribuir na compreensão dos fenômenos tecnológicos no processo de transferência da informação. Apesar dos conceitos de Comunicação e Informação estarem envolvidos em alguma confusão.

Não existe uma palavra com mais conotações em diferentes contextos e que cause tanta confusão quanto informação e comunicação. Informação é o fenômeno e a comunicação é o processo de transferência deste fenômeno. Modernos estudos da comunicação estudam a influência da manipulação da informação nas sociedades atuais, como estas usam a informação para o desenvolvimento. Campos interdisciplinares: interação do ser humano com as tecnologias de comunicação, teoria da informação, sociedade da informação. (SARACEVIC, p. 45)

Melo aponta duas fases do processo comunicacional, que se conformam com as definições propostas por Saracevic, no sentido de tentar desanuviar esse conflito conceitual.

A primeira fase compreende a atividade desenvolvida por pessoas ou entidades (comunicadores) no sentido de transmitir conteúdos (mensagens), utilizando instrumentos específicos (canais), destinados a outras pessoas, a outras entidades ou a coletividades (receptores). (MELO, 1998, p.57).

Em um segundo estágio, pode-se detectar uma intersecção com a informação enquanto fenômeno.

A segunda etapa do processo refere-se ao recolhimento daquelas mensagens transmitidas, e que assumem genericamente o caráter de informações ocasionais, reaproveitando-se para posterior divulgação de novas mensagens. (MELO, Idem).

Melo ainda conclui sua proposta de redefinição do processo comunicacional sinalizando a característica constante e retro-alimentadora do ato comunicativo. Para ele, “o processo de comunicação dispõe, assim, de natureza dinâmica e ininterrupta, cujas fases apresentam uma interação cíclica.”

Esses pressupostos indicam uma concordância com a definição apresentada por Saracevic que apontam a comunicação como o processo de transferência da informação. Isso significa que a aglutinação de conhecimento das duas áreas em questão, a Ciência da Informação e a Ciência da Comunicação, por si, já é de grande valia para uma compreensão mais clara do ato comunicativo e seus direcionamentos principais, como a publicidade, o entretenimento e o jornalismo; aliás, o próprio jornalismo é encarado como uma das disciplinas da Ciência da Informação. Se para a Comunicação, o jornalismo é moldado cientificamente pela

“coexistência dos seguintes caracteres: atualidade, oportunidade, universalidade e difusão coletiva” (MELO, p. 73), para Le Coadic, “o jornalismo está entre as quatro primeiras disciplinas (...) Biblioteconomia, museoeconomia, documentação e jornalismo”.

Em comum, um interesse particularmente grande aos suportes da informação e não a própria informação. Analisar os processos de produção, comunicação e uso. (LE COADIC, p.18)

Partindo dessas definições e trazendo-as para o âmbito do jornalismo, é possível afirmar que essa área profissional compõe o mosaico de estudos da Ciência da Informação, no sentido que a comunicação comunitária a que ele também se presta perpassa por um processamento dotado de sujeitos e ações averiguáveis. Como as demais áreas do conhecimento informacional, o jornalismo sofreu profundas alterações com a introdução da informática na rotina das redações. Como afirma LAGE:

Qualquer observador dirá, sem esforço, que a introdução dos computadores modificou bastante a prática do jornalismo. Alguém que estude bem o assunto, no entanto, concluirá que essa modificação é mais profunda do que parece à primeira vista e que o processo de mudanças está longe de terminar: na verdade, promete tornar-se permanente. (LAGE, 2001, p. 154),

O cotidiano das empresas jornalísticas foi radicalmente transformado, tornando os modos de produção de conteúdos mais facilitado em todas as etapas de elaboração da notícia, sejam elas, a captação, a pauta, a reportagem, a redação, a edição e a difusão. Na verdade, algumas dessas etapas ora foram eliminadas, ora sofreram fusões em elementos profissionais únicos, como ocorre com o rádio, para o qual o advento da tecnologia digital provocou uma otimização sensível na sua lógica produtiva, fazendo com que jornalistas e radialistas concentrassem diversas funções das citadas anteriormente em quadros laborais muito enxutos.

4.2. O rádio e suas características como veículo de comunicação.

Enquanto meio de comunicação, o rádio é estudado desde os primórdios do seu desenvolvimento, quando ainda não passava da condição de um experimento sem maiores pretensões. Para compreender a evolução dos avanços tecnológicos

desse veículo, é fundamental recorrer á história, pois esta está intimamente associada ao relato das sucessivas experiências que seus inventores proporcionaram. O rádio foi o resultado de um processo histórico de experimentos que proporcionaram avanços em vários outros setores tecnológicos, como a telegrafia, a telefonia e as navegações. Foi em 1916, que o russo radicado nos Estados Unidos, David Sarnoff, antevê a possibilidade de utilização das tecnologias já existentes para a confecção de um novo produto. O rádio é descrito por ele já com indícios de meio de comunicação de massa:

Concebi um plano de desenvolvimento que poderia o rádio em um meio de entretenimento doméstico como o piano ou o fonógrafo. A idéia consiste em levar música aos lares por meio da transmissão sem fios. (...) Ao receptor, poder-se-ia dar a forma de uma singela caixa de música "radiotelefônica", adaptando-a a vários comprimentos de onda de modo que seria possível passar de uma a outra apenas fazendo girar uma chave ou botão. (...) Também poder-se-ia transmitir e receber simultaneamente acontecimentos de importância nacional. (SARNOFF in FERRARETTO, 2000, p. 88)

Era o nascimento do rádio enquanto meio de comunicação de massa, o que viria se tornar uma das marcas registradas do veículo. Assim como é o fato da informação radiofônica se materializar através de um fenômeno físico chamado som. São diversas as nuances da informação sonora, caracterizada pela voz, manifestação da oralidade, embora não a primária, como a da fala, definida por McLuhan (1964, p.38) como um meio frio, como alerta Meditsch (2001, p.68). Ele afirma que: "o discurso do rádio e o discurso oral têm muitas semelhanças e pontos de contato". Porém, que "as diferenças entre os dois discursos não são evidentes ao observador desatento e teoricamente desarmado". Além da voz, existem ainda a música, o silêncio e os ruídos que são percebidos por um único canal, o sentido auditivo, receptor dos estímulos sonoros, que estruturados de modo a preencher os atributos básicos do jornalismo, configura a informação jornalística radiofônica. Trata-se de informação em alta definição, em alta saturação de dados, como se refere McLuhan.

Há um princípio básico pelo qual se pode distinguir um meio quente, como o rádio, de um meio frio, como o telefone. (...) Um meio quente é aquele que prolonga um único de nossos sentidos em "alta definição". Alta definição se refere ao alto grau de saturação de dados. (MCLUHAN, 1964, p. 38)

Dessa forma, o som atua como um bombardeio informacional provocando os sentidos a esmerilhar a oralidade, enquanto outra característica que ocasiona um efeito personificador ao rádio.

O rádio afeta as pessoas, digamos, como que pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação não expressão entre 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. Isto é inerente à própria natureza deste meio, com seu poder de transformar a psique e a sociedade numa única câmara de eco. (...) A famosa emissão auditiva de Orson Wells sobre a invasão marciana não passou de uma pequena mostra do escopo todo-inclusivo e todo-envolvente da imagem auditiva do rádio. (MC LUHAN, p. 337)

Então, é possível afirmar que o rádio enquanto meio de comunicação é plenamente diferenciado dos demais veículos, em princípio, pela utilização do fenômeno sonoro para a emissão de sua carga informativa. MCLUHAN proporcionou a pavimentação necessária para se compreender as demais características deste ainda fascinante *media*. Uma das mais importantes é o imediatismo em consonância com a instantaneidade, o que define o rádio como um veículo de transmissão de informações em tempo real. Para Ortriwano (1985, p. 80), “o rádio permite trazer o mundo ao ouvinte enquanto os acontecimentos estão se desenrolando”. Isso define o que a autora chama de imediatismo, que em associação com o fato do rádio necessitar que sua mensagem seja recebida no exato momento em que ela é emitida, ou seja, como expõe Ortriwano (1985, idem), “se o ouvinte não estiver exposto ao meio naquele instante, a mensagem não o atingirá”. Desse modo, é possível afirmar que a informação jornalística sonora para ser radiofônica precisa obedecer basicamente a esses requisitos para realmente se configurar como rádio.

Outras características peculiares ao veículo de comunicação merecem destaque. A grande penetrabilidade e a heterogeneidade de sua audiência também estabelecem parâmetros fundamentais para o entendimento do rádio como mídia. Segundo Prado (1989, p. 30), o rádio se comunica com um público composto por diversos escalões sócio-culturais e, conseqüentemente, com diferentes níveis de

compreensão. Graças ao desenvolvimento de tecnologias de transmissão em constante estudo e aperfeiçoamento, essa particularidade do rádio gerou uma vocação para a expansão ainda incomparável. A penetração do rádio nos recônditos mais isolados tem sido celebrada como um obstáculo que as outras mídias ainda não foram capazes de superar. Seu alcance é universal e mesmo assim consegue manter uma outra faculdade: a regionalização. Para Tys, (apud ORTRIWANO, 1985, p. 79), o rádio “será tanto mais nacional quanto mais regional for”.

Veículo de alcance universal, que pode levar sua mensagem a qualquer parte do globo, no mesmo instante unindo populações antípodas. O rádio entretanto é de natureza eminentemente regional, quando a sua principal audiência. (BELTRÃO, apud ORTRIWANO, 1985, p. 79)

O uso da imaginação também confere ao rádio uma característica muito explorada pelo jornalismo. Trata-se da sensorialidade, definida por Ortriwano (1985, p.80) como um despertar da imaginação “através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais”. Fatores como rapidez e atualidade completam a gama de atributos básicos do rádio enquanto meio de comunicação, pois acabaram se tornando conseqüências históricas e culturais de um veículo pautado pelo imediatismo. No jornalismo, isso se transformou em norma técnica, um determinismo que acarreta muitas vezes, grandes mobilizações populares, como foi a revolução constitucionalista brasileira, em 1933. A dinâmica da produção jornalística do rádio se erigiu sobre essas bases e, embora, emissora tenha muitas vezes seus próprios regulamentos internos, não perdeu essa essência, que pode ser entendida no famoso bordão de Heron Domingues, apresentador do programa Repórter Esso, da rádio Nacional do Rio de Janeiro: o primeiro a dar as últimas.

Ferraretto (2001, p.30-33) propõe diversas diferenciações das características do rádio como meio de comunicação em relação a outras mídias, como mostram os quadros a seguir.

Quadro 1 : Características do rádio como meio de comunicação em relação a outras mídias

RÁDIO	TELEVISÃO	JORNAL	REVISTA
O fato no momento em que ocorre e resumido ao mínimo de detalhes	O fato no momento em que ocorre resumido ao mínimo de detalhes, com a acréscimo da imagem	Ampliação quantitativa do fato	Ampliação qualitativa do fato

No caso da internet, ainda é discutível se ela realmente se configura em um meio com características próprias. Ao considerar que sim, pode-se identificar no ambiente virtual a possibilidade de congregar todas as características acima mencionadas que foram associadas à mídias convencionais. No entanto, há elementos próprios como a hipertextualidade que permite a integração de conteúdos através de *links* e a hipermediação, que possibilita ao usuário a utilização de diversos suportes informativos em uma mesma apreensão da mensagem. O rádio pode ser ouvido ao vivo nos sites de emissoras ou *webrádios*, desde que haja conexões disponíveis.

Quadro 2 : Quanto à abrangência

Rádio	<ul style="list-style-type: none"> - Nas transmissões de ondas médias, tropicais e curtas (AM, OC e OT), possui abrangência quase ilimitada, restrita apenas pela potência dos transmissores e pela legislação. - Nas transmissões em frequência modulada (FM), as restrições são semelhantes às da TV, com o alcance reduzindo-se significativamente em relação ao rádio em amplitude modulada - Atinge também a parcela analfabeta ou semi-letrada da população.
Televisão	<ul style="list-style-type: none"> - Limitada (em relação ao rádio) pela necessidade de retransmissores e antenas parabólicas - O surgimento da televisão direta por satélite – DTH – dá maior abrangência ao veículo, mas o custo do equipamento e a necessidade de se assinar o serviço reduzem sua penetração
Jornal	<ul style="list-style-type: none"> - Restrita pelas condições socioeconômicas do público e, em especial, pelo analfabetismo
Revista	<ul style="list-style-type: none"> - Mais restrita ainda que os jornais - No caso das revistas, além do analfabetismo, há o custo relativamente alto em relação aos demais veículos de comunicação

Quanto à internet, graças à hipermídiação, é possível que um meio de comunicação que esteja configurado ao ambiente virtual possa ser acessado em qualquer parte do mundo desde que haja uma rede de computadores conectados à web para a haver a correspondência. Porém, no Brasil, há uma questão a ser solucionada que é a inclusão digital. Uma emissora de rádio pode ser escutada em qualquer canto do planeta, o que pode impulsionar de maneira considerável sua audiência. É o caso do programa de rádio “Blues e Derivados”, apresentado aos sábados à tarde, pela rádio FM Regional, localizada em Campo Grande, capital do estado brasileiro de Mato Grosso do Sul. Desde que o site www.fmregional.com.br foi colocado na rede, o apresentador reafirma, entre as mensagens na sua locução, o endereço da página e se remete saudosamente a ouvintes que teriam entrado em contato via e-mail provenientes de São Paulo, Rio Grande do Sul, Bahia, Brasília e Mato Grosso, e até mesmo, Massachussets e Chicago (EUA), Dortmund (Alemanha), Buenos Aires (Argentina) e Tóquio (Japão), normalmente brasileiros residentes no exterior.

Quadro 3: Quanto à existência

Rádio	- Dependem de outorga do governo federal (poder concedente)
Televisão	
Jornal	- Independem de outorga governamental, constituindo-se em uma empresa comum.
Revista	

Em relação à internet, a existência de uma *home page* não depende de qualquer licença de órgão público. Basta a assinatura em provedor, geralmente uma empresa privada, para se abrir um serviço informativo. Quanto ao rádio na internet, é possível que emissoras sejam construídas no próprio ambiente virtual, já que a autorização para o funcionamento de rádios versa sobre a utilização de sinais eletromagnéticos, as chamadas “ondas de rádio”. Se a internet não se vale desse recurso, logo ainda não há a necessidade de outorga do poder público.

Quadro 4: Quanto ao aprofundamento informativo

Rádio	- Após a divulgação dos dados básicos do fato, depende da realização de debates ou de entrevista e da intervenção de comentaristas, o que nem sempre é possível
Televisão	- A exemplo do rádio, após a divulgação dos dados básicos do fato, depende da realização de debates ou de entrevista e da intervenção de comentaristas, o que nem sempre é possível - A imagem como um poderoso diferencial
Jornal	- A possibilidade de aprofundamento do assunto é proporcional ao período de tempo existente entre a ocorrência do fato e sua publicação - Em relação ao rádio, é o veículo, por excelência, para aprofundar quantitativamente a notícia
Revista	- A possibilidade de aprofundamento do assunto é proporcional ao período de tempo existente entre a ocorrência do fato e sua publicação - Em relação ao rádio, é o veículo, por excelência, para aprofundar qualitativamente a notícia.

Graças a hipermediação e a hipertextualidade, a internet permite um aprofundamento não-linear em determinado assunto. Isso significa que, enquanto um usuário escuta o rádio na internet, ele pode se conectar com páginas de revistas, jornais e até mesmo bibliotecas e bases de dados, para conhecer mais sobre aquele tema abordado em algum programa radiofônico.

Quadro 5 : Quanto à atenção exigida

Rádio	- Embora com atenção marginal à transmissão, permite a realização de atividade paralela
Televisão	- Em função da imagem, exige mais atenção que o rádio
Jornal	- Exige leitura com atenção constante e concentrada
Revista	- Exige leitura com atenção constante e concentrada

O paralelismo da atenção é uma característica marcante da internet. Enquanto um usuário ouve uma emissora na *web*, ele pode perfeitamente acessar outros conteúdos escritos e visuais. Exige maior atenção que o rádio convencional porque, como a maioria dos recursos unidos e operacionalizados na internet são de natureza visual e possuem uma apresentação que apela ao sentido da visão, isso por si já requer uma leitura mais atenta ao conteúdo.

Quadro 6 : Quanto à regionalização

Rádio	<ul style="list-style-type: none"> - Em geral, a programação volta-se ao município sede da emissora e sua região. - Advento das redes de rádio via satélite altera um pouco esta realidade. As grandes cadeias de emissora têm sede, na maioria dos casos, em São Paulo.
Televisão	<ul style="list-style-type: none"> - Produção centralizada no eixo Rio-São Paulo
Jornal	<ul style="list-style-type: none"> - Embora alguns jornais possam ser encontrados em diversas capitais brasileiras, não existem jornais diários realmente nacionais - A maioria tem circulação estadual, regional ou municipal
Revista	<ul style="list-style-type: none"> - A maioria tem forte circulação nacional

A internet é chamada de rede mundial de computadores não à toa. Ela pode abranger o mundo inteiro através de uma interação de computadores e, hoje em dia, até mesmo de aparelhos de celular. As programações dos *sites* noticiosos internacionais já ganharam versões em outros idiomas justamente para atender a essa nova demanda de audiência. É o caso da cadeia de rádio e televisão BBC, que foi convertida em língua portuguesa para suprir a necessidade de informação de brasileiros. No rádio, porém, há uma barreira que impede essa abrangência. A tradução da emissora teria de ser simultânea, logo o rádio na internet acaba sendo prestigiada por pessoas que falam o idioma corrente do país em que a emissora está sediada, portanto atinge um público predominantemente local, nacional ou de nativos que residem em outros países.

Quadro 7: Quanto ao custo

Rádio	<ul style="list-style-type: none"> - Em relação à televisão e à grande imprensa, apresenta baixo custo para a transmissão - Para captar as emissões, basta um simples receptor transistorizado que pode ser adquirido por menos de 10 reais.
Televisão	<ul style="list-style-type: none"> - Para a transmissão, o custo é alto - O custo de recepção vem diminuindo gradativamente, mas ainda é bem superior ao de um rádio transistorizado - Na faixa dos produtos acessíveis à classe média, um aparelho de televisão custa entre 300 reais (14 polegadas) a 1.200 reais (29 polegadas, som estereofônico e controle remoto).
Jornal	<ul style="list-style-type: none"> - O custo de produção é elevado - Para a recepção das informações, o custo médio mensal oscila entre 10 e 30 reais, bem superior ao do rádio
Revista	<ul style="list-style-type: none"> - O custo de produção é mais elevado que o do jornal - Para a recepção das informações, o preço de uma revista oscila entre 3 e 10 reais.

Para a transmissão de conteúdo noticioso, é preciso seguir as determinações legais para a abertura de empresa privada, como registro em juntas comerciais, inscrição estadual como pessoa jurídica e outras. Depois, realizar um aporte de recursos para serem investidos em infra-estrutura e funcionários. Os *blogs* não carecem desse custo, mas o próprio custo de se pagar uma conexão na internet e assinatura em um provedor já podem ser considerados. Quanto à recepção, em Campo Grande, gasta-se em média 20 reais por mês em um provedor pago mais 100 reais para a obtenção de uma conexão rápida. Existem diversas formas de se conectar na internet, como os *cyber coffes* e *lan houses*, mas também há custos. No rádio, valem as mesmas observações acima .

Quadro 8 : Quanto à velocidade informativa

Rádio	<ul style="list-style-type: none"> - Veículo ágil em que a transmissão de um acontecimento de seu palco de ação depende, geralmente, de uma linha telefônica. - O rádio é capaz de noticiar rapidamente o fato, podendo narrá-lo em paralelo a sua ocorrência.
Televisão	<ul style="list-style-type: none"> - A exemplo das emissoras de rádio, pode narrar o fato paralelamente à sua ocorrência. - Depende, no entanto, de uma quantidade de equipamentos bem superior a de uma transmissão radiofônica
Jornal	<ul style="list-style-type: none"> - Apresenta baixa velocidade - No caso dos diários, o fato pode demorar até 24 horas para chegar como notícia ao leitor.
Revista	<ul style="list-style-type: none"> - Muito baixa - O fato pode demorar de uma semana a um mês para chegar como notícia ao leitor.

Fonte: FERRARETTO, Luiz Arthur. *O rádio – o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: editora Sagra-Luzzato, 2001.

A informação na internet pode ser transmitida e recebida am alta velocidade nos sites noticiosos. Não se trata do mesmo tempo real de uma transmissão radiofônica, mas é uma velocidade informativa acima dos demais veículos escritos na forma impressa.

Esses quadros comparativos propostos por Ferraretto possuem grande serventia para mostrar que o rádio, enquanto veículo de comunicação, é dotado de singularidades muito sensíveis, em que qualquer transformação em seu processo de

transferência da informação ou adaptação a outro ambiente pode acarretar em modificações que merecem atenção especial no tocante a sua linguagem e seu uso como meio de captação e difusão de demandas de natureza social.

4.4. A mensagem sonora como documento

O rádio é um veículo de comunicação presente em 98% dos lares brasileiros, de acordo com dados do Instituto Marplan, instituição que serve de referência para as pesquisas de mercado na área publicitária, aferidos em 2000. Esse dado comprova a participação dessa mídia na construção do cotidiano e das rotinas dos brasileiros, que encontram no aparelho e na sua comunicação, uma companhia para horas de música, serviços, informação (aqui no sentido da sua apresentação factual, ou seja, a notícia), orações, recados e várias possibilidades de utilização que os produtores de conteúdos são capazes de elaborar. As mensagens produzidas pelas rádios atingem o público de duas maneiras básicas: pela escuta central e pela escuta periférica, o que se dá pela atenção concentrada, na qual “o ouvinte, mesmo exercendo outras atividades paralelas, aumenta o volume do receptor, concentrando a atenção na mensagem que lhe interessa” (MOLES, apud ORTRIWANO, 1985, p. 82). Isso significa dizer que o som propagado alcança a mente humana a qualquer momento, mesmo que seu possuidor não esteja dispensando um foco principal para as palavras ou canções emanadas pelo aparelho.

Essa é uma das características mais fascinantes do meio de comunicação, pois ela indica que o cérebro é capaz de processar imagens por meio do manuseio do inconsciente ao ser exposto ao que é veiculado pelo rádio. Os olhos se fecham, mas os ouvidos, não. Tal obviedade não explica muito sob o aspecto da recepção da manifestação sonora, mas é uma metáfora perfeita para abordar o poder de penetração dessa mídia. Como resultado desse processo, tem-se a construção de um conhecimento ativo, aberto à refutação e a reconstrução, dinâmico e pronto para ser transformado em uma movimentada espiral de saberes. Reside nesse aspecto, a chave para a vocação estimuladora do rádio, que encontra sua razão também no fato de que o veículo fala ao ouvinte, apelando para o que McLuhan (1964, p. 334) denominou de “tambor tribal”, referente à oralidade, elemento que provoca uma sensação de proximidade e intimidade, pois é desprovido de barreiras que levam a

qualquer erudição e conseqüente isolamento e limitação intelectual do receptor. Castells (1999, p.415) ainda arremata afirmando que “o rádio perdeu sua centralidade, mas ganhou em penetrabilidade e flexibilidade, adaptando modalidades e temas ao ritmo da vida cotidiana das pessoas.”

No entanto, há obstáculos de ordem estrutural na apreensão da mensagem radiofônica. Como o homem vive em uma sociedade dominada pela obsessão da imagem pronta e acabada, devido ao paradigma da rapidez em diversos aspectos das suas relações pessoais e profissionais, a audição do rádio se tornou um rito momentâneo. Mesmo quando o homem dedica tempo a uma escuta mais atenta das programações, a cultura vigente em que os olhos já estão abastecidos pela frieza dos meios televisivo e cinematográfico impede o exercício de soltar a imaginação e deixar que ela seja conduzida para onde o ouvinte desejar. Isso provocou, com a evolução dos tempos, a chamada fugacidade da mensagem transmitida pelo rádio, ou seja, o som traduzido nas mais variadas formas possui um consciente de retenção por parte do receptor muito baixo. Conforme Ferraretto (2001, p. 29), informação sonora permanece cerca de 10% retida no ouvinte decorridas três horas da sua veiculação, contra 20% da da fotografia e 65% da TV.

Ao contrário dos meios impressos, que possuem a conveniência física do armazenamento por meio de arquivos, e mesmo da televisão, em que os setores de tráfego cumprem papel semelhante, no rádio, o registro das informações é praticamente nulo. Somente é feito para atender a uma determinação legal de manter as programações gravadas por 24 horas, mais para fins de fiscalização das agências reguladoras das telecomunicações. No Brasil, perdeu-se o hábito de colecionar catálogos sonoros, como os da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, que hoje se encontram sob a gestão de órgãos como a Biblioteca Nacional da cidade e o Museu da Imagem e Som de São Paulo. A mensagem radiofônica é a mais fugidia das formas de comunicação de massa. Logo, surge a questão: pode ser considerado conhecimento algo intangível que se consubstancia apenas no imaginário das pessoas, como a informação sonora?

Pessoas candidamente se encontravam à frente dos seus aparelhos sonoros, quando uma voz soturna anunciava algo estarrecedor naquele dia de Halloween nos

Estados Unidos. Marcianos estavam invadindo o planeta e dizimando toda forma de vida humana existente. O local era uma pequena localidade do estado americano de Nova Jersey e o ano era 1939. O inquestionável talento de Orson Wells serviu para um fim maquiavélico, que foi aterrorizar ouvintes de uma emissora de rádio, em um programa cuja linha era a encenação de peças teatrais. O ator nada mais fez que adaptar e vocalizar um livro do escritor inglês Herber George Wells, chamado “A Guerra dos Mundos”, uma obra de ficção científica. O efeito extrapolou seu intento. Homens, mulheres e crianças fugiram da cidade, pregadores do fim do mundo bradaram suas teses e autoridades policiais tiveram muito trabalho para conter essa hecatombe provocada por algo que foi concebido apenas como entretenimento. No entanto, a força da comunicação oral aliada ao seu poder de manipulação das instâncias mais remotas da imaginação terminou com um saldo que comprova as ilimitadas possibilidades do rádio. O *feedback*, no caso, uma involuntária e inesperada reação coletiva demonstrou o poder comunicativo desse artefato inventado e aprimorado por uma correlação de evoluções tecnológicas, desde Marconi, Popov e Landell de Moura, até os atuais testes para a implantação do rádio digital.

Os exemplos são inúmeros, mas todos convergem a um ponto em comum, que é a força de um meio cujas mensagens são invisíveis, mas possuidora de um poder incomparável sob o ponto de vista de provocar reações, sejam elas de aceitação efusiva, sejam elas de contestação entusiasta. A interatividade sonhada por Bertold Brecht, na sua Teoria do Rádio, um conjunto de ensaios escritos entre 1927 e 1932, materializa-se em uma forma aproximada de seu teor a partir do momento em que o retorno por parte dos ouvintes se converte em ações, provenientes do uso interno de cada indivíduo, daquelas mensagens recebidas pelo rádio. A informação obteve seu registro em cada mente, que as processou em conformidade com os valores e repertório peculiares a cada um. Entretanto, ainda perdura a indagação central: pode ser atribuída a denominação de conhecimento algo que possui um grau de obsolescência tão elevado quanto a informação disseminada pelo som?

Nas formulações do teatrólogo Brecht, podem estar contidos alguns caminhos a serem analisados à respeito da inserção da mensagem sonora no mundo das

idéias tornadas públicas e das intelequias. O chamado Mundo 3, preconizado pelo filósofo austríaco Karl Popper, na sua Teoria do Conhecimento Objetivo, pode ser compreendido como um universo em que as informações são expostas à crítica, pois ele confere “intelegibilidade aos três mundos” (MIRANDA, 2003, p. 176): o mundo um, no qual estão inseridas todas as matérias em seu estado físico; o mundo dois, no qual se encontra o pensamento confinado na sua condição mental; e o mundo três, o dos registros. Dessa forma, conforme Popper (apud MIRANDA, 2003, p. 176), “todo ato subjetivo de compreensão está amplamente ancorado no mundo três.”. A partir dessa colocação, é possível concluir que o conhecimento adquire a acepção real de sua definição, quando se defronta com a publicação de seus componentes por meio de registros. Afinal, como definiu Le Coadic (apud MIRANDA, p. 174), “a informação é um conhecimento inscrito (gravado) sob forma inscrita (impressa), oral ou audiovisual.”

Deduz-se, portanto, que a mensagem oral, para ser transformada em real elemento do mundo três, deve estar registrada em um suporte que a faça inteligível. Um exemplo claro são os produtos da indústria fonográfica, como os CD's de música, pois se tratam de documentos inscritos em um alicerce acessível ao público, que transforma seu conteúdo em material passível de apreensão e crítica. No rádio, no entanto, as palavras e demais sons são absorvidos no momento de sua emanção e recebida no instante de sua exposição. Não há registro documental aparente, pois o público não reteve as informações com um gravador ou outro artefato tecnológico. O único meio constante nesse ato instantâneo é a mente humana, que impõe uma conversão da mensagem oral em peça de experimentação e discordância.

Todavia, Popper (apud MIRANDA, p. 176) afirma que o conhecimento do mundo três “está armazenado em bibliotecas e não em nossas cabeças”. Seguindo restritamente o raciocínio sugerido por essa afirmação, emerge novamente a dúvida condutora deste texto: pode ser considerado conhecimento objetivo a informação apenas apreendida nos organismos cerebrais? Recorre-se, desse modo, ao sonho de Brecht, segundo o qual o rádio poderia ser “o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública (...) se fosse capaz não apenas de emitir, mas também de receber. (...)” e ainda que “a radiodifusão deveria afastar-se das

fontes oficiais de abastecimento e transformar os ouvintes nos grandes abastecedores.” (BRECHT, 1932, apud ORTRIWANO p. 2). Então, para que o processo comunicativo de troca de saberes seja plenamente concretizado, é necessário que haja uma interatividade em seu nível mais próximo do absoluto, sendo que os receptores seriam os determinantes prioritários de seus conteúdos.

As tecnologias da radiodifusão evoluíram assombrosamente após a publicação dos preceitos de Brecht. Hoje, a interatividade é perfeitamente viável graças a equipamentos que variam dos mais simples aos mais sofisticados, como as híbridas, dispositivos que possibilitam a inserção de sinais telefônicos ao vivo. É o que permite a colocação de telefonemas no ar, seja para a manifestação dos ouvintes, seja para a intervenção de algum repórter para relatar os fatos no momento em que eles ocorrem, o chamado “tempo real” ou “tempo presente”, como preferem os mais cautelosos. Sem falar da internet, que abriu um novo campo para essa busca da interação com os ouvintes. Porém, as diretrizes financeiras e até ideológicas das programações radiofônicas não acompanharam os passos desse progresso. Os detentores de emissoras notaram o quanto o rádio é poderoso para cativar multidões devido a algumas de suas peculiaridades como meio de comunicação. Tal percepção levou, por exemplo, a práticas tirânicas de doutrinação, como Hittler fez na Alemanha nazista, e mercadológicas, como as FM’s comerciais que, em acordo com as *majors* (grandes gravadoras), impuseram ao público todos os seus produtos musicais pré-determinados, sob critérios de qualidade e, principalmente, de relevância, absolutamente duvidosos. Conclui-se que, se há alguma interatividade, ela está sob pleno controle dos emissores e não debaixo de um equilibrado intercâmbio de prioridades programáticas.

O resultado é a banalização das rádios pelo país. O mercado publicitário simplesmente migrou para o meio televisivo, onde o diferencial de identificação com o público se dá pela imagem em movimento. O jornalismo não passa de um mero artifício para o cumprimento de uma norma legal, que ordena que 5% de uma programação diária sejam dedicados às notícias. O rádio amargura números de audiência cada vez mais fragmentados e insignificantes, o que tem provocado o fechamento de muitas e o arrendamento de outras. À exceção, surpreendentemente, fica por conta das emissoras comunitárias e religiosas, que ao invés de praticar uma

imposição dogmática arbitrária, são as que realmente se ancoram (inconscientemente, é claro), nas idéias interativas da teoria ensaística de Brecht. Um exemplo é a Rádio Ativa, sediada em Campo Grande, capital brasileira do estado do Mato Grosso do Sul, na qual a programação diária é um compartilhamento de pregações e cultos, com depoimentos e serviços eclesiais ao vivo. Sem entrar no mérito da concordância ou da qualidade com que isso é feito, o fato é que são essas rádios que crescem no país e abarcam cada vez mais público, em oposição à deriva em que mergulham as emissoras tradicionais. Nesse caso, o mundo três é uma correlação de exposição e retorno, um fluxo contínuo de emissão e recepção, em que o registro mental da informação sonora não se perde nos neurônios do ouvinte. Ele encontra canais de crítica e refutação abertos para uma das mais marcantes características do conhecimento, que é a sua capacidade de ser mutável e evolutivo ao longo de um processo de disseminação, experimentação, contestação e transformação.

A visão interacionista do rádio de Brecht pode ser aplicada às emissoras que tanto se queixam das baixas respostas por parte do público. Assim como as rádios comunitárias encontram no diálogo com o ouvinte sua razão de sobrevivência em termos de credibilidade, o restante deveria se aventurar reverter em conhecimento, suas mensagens tão efêmeras e assim perpetuar a força que o rádio possui. Força essa que, atendida a finalidades mais nobres, como a difusão cultural genuína e a informação responsável, pode ser de grande valia para uma outra utopia: contribuir para a educação e a cidadania.

4.3. Comunicação extensiva aplicada ao rádio.

A partir da compreensão do conceito de comunicação extensiva, é possível entender porque um veículo de comunicação como o rádio, adquire características flexíveis de transmissão da informação, principalmente quando há um armazenamento de conteúdos sonoros em um serviço de internet agregado a uma emissora jornalística. Miranda e Simeão (2003) afirmam que a comunicação extensiva pode ser definida como um:

Sistema aberto, cooperativo e de compartilhamento de dados. Processo com fluxo horizontal que tem como objetivo a solução de um problema que atinge emissores e receptores de conteúdo. É a comunicação sem regras pré-definidas, sem um padrão fixo, sem fronteiras técnicas ou controle que a limite. Há somente uma finalidade a ser cumprida, um desígnio a ser alcançado e instituído. É a interação de emissores e receptores com uma lógica hipertextual, pontual e objetiva em suas metas, mas efêmera, sem estoques e em constante mutação. (2003, p.205)

O rádio em si, na qualidade de veículo de comunicação de massas se reveste de características extensivas flagrantes se considerarmos a diferenciação proposta entre a comunicação extensiva e seu antagônico correspondente, a chamada comunicação intensiva. No quadro a seguir, proposto por Miranda e Simeão (2003, p. 206) é possível em uma leitura rápida e uma análise preliminar, verificar as várias peculiaridades do rádio enquanto veículo disseminador da informação.

Quadro 9: Comunicação intensiva e extensiva

COMUNICAÇÃO INTENSIVA	COMUNICAÇÃO EXTENSIVA
Tradicionalismo	Informalidade
Normas rígidas	Regras flexíveis
Restrições à leitura	Leitura expandida
Promove o reconhecimento	Promove o inédito
Referências idênticas	Referências diferentes
Leitura íntima, intensiva	Leitura rápida e superficial
Sentido vertical	Sentido horizontal

Fonte: MIRANDA, Antônio. *Ciência da Informação – teoria e metodologia de uma área em expansão*. Elmira Simeão, organizadora. Brasília: editora Thesaurus, 2003.

Dessa forma, é o rádio e a sua convergência para o cyberspaço que podem criar novos paradigmas no processo produtivo da informação e determinar, ainda que com maleabilidade, novos e mutáveis ritos na comunicação sonora e na recepção auditiva da mensagem radiofônica. A passagem e as possíveis transformações que podem surgir da notícia emanada pelo rádio e a sua versão na internet abrangem modelos que dialogam entre si, proporcionando um compartilhamento de experiências, que podem vir algum dia a determinar a

formação de uma nova linguagem. As distinções entre a comunicação intensiva e a extensiva são refletidas tanto no rádio como no ambiente virtual.

O rádio e a internet apelam à informalidade, pois a oralidade de um e a hipertextualidade de outro conduzem a quebras de padrões impostos. O rádio e a internet possuem regras flexíveis, afinal tanto um quanto o outro, seguem um cotidiano rodeado de experimentações plásticas e dificilmente padronizáveis. O rádio e a internet permitem uma leitura expandida, pois a mensagem sonora, embora definida por uma linearidade encerrada no tempo e limitada à concentração informativa em um sentido, abre possibilidades interpretativas inigualáveis, pois o poder do imaginário na construção de cenários mentais é o que impõe ao rádio sua razão de ser; por sua vez a internet, com suas redes de interconexões hipertextuais, também expandem o ato da recepção.

O rádio e a internet promovem o inédito, principalmente quando exploram o jornalismo, o rádio por ser praticado sob a premissa do tempo real e a internet pela explosão diuturna de informação e dados. O rádio e a internet apresentam referências diferentes, pois ambas, por não seguirem as mesmas regras, não se incorporam de maneira unívoca à consciência do receptor. O rádio e a internet proporcionam uma leitura rápida e superficial, já que as dinâmicas de produção de um e do outro levam a modelos de produção fundamentados na quantificação da informação e não na sua qualificação ou depuração. O rádio e a internet atuam em sentidos horizontais, uma vez que ambas, não visam um aprofundamento e sim, uma situação do receptor da mensagem em diversos contextos interconexos da realidade. Feita essa analogia e identificadas as semelhanças de ambos entre si com a comunicação extensiva, é importante buscar reconhecer as diferenças entre os dois ambientes, o sonoro e o virtual.

Determinar uma classificação de um documento é um dos pilares da Ciência da Informação, pois isso integra o rol das prerrogativas basilares da compreensão das diversas abrangências que a informação pode apresentar. Miranda e Simeão (2003, p. 201) propõem um modelo esquemático para compreender a definição de documento e massa documental. Partindo do pressuposto da complexidade do pensamento estabelecida por Morin, e do princípio básico da teoria dos sistemas,

em que o todo pode ser melhor compreendido conhecendo-se as partes que o compõem e vice-versa, os autores propõem a representação estática dos elementos constitutivos do documento representada pela figura a seguir:

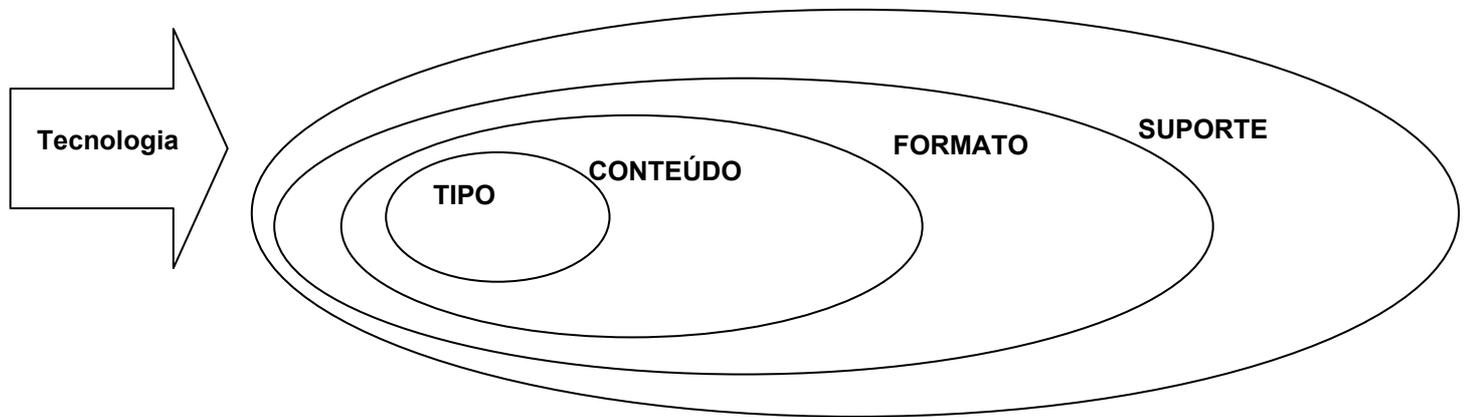


Figura 1: Modelo de célula estrutural do conhecimento registrado.

De acordo com Miranda e Simeão (2003, p. 201), o tipo é a base da compreensão e está associado com a sua produção. Eles afirmam que “são formas que, por força de sua reconhecibilidade, predeterminam os modos de produção e uso.” O tipo ou tipificação de um documento se refere à maneira com que será trabalhada a produção de conteúdo e o parâmetro central para a elaboração da informação a ser disseminada ao usuário. Ele está na raiz mais central da manufatura dos dados a serem convertidos em conhecimento registrado, já que classificando o documento conforme suas características mais primordiais (indicadas por uma nomenclatura reconhecida) é possível compreender a sua nuances lógicas e seus detalhes intrínsecos.

Um exemplo utilizado por Miranda e Simeão para ilustrar essa denominação são os artigos científicos, pois representam diversos pressupostos, como as normas para a sua produção e veiculação, e a autoria. Além disso, há o aspecto que não se mantém estático no tempo que é a sua abertura a modificações em seus padrões de produção, já que é a tipificação do documento, o alvo das normalizações proporcionadas pelas agências reguladoras.

Transferindo essa classificação para a mensagem sonora emanada pelo rádio, é possível determinar parâmetros de classificação documental analogamente ao artigo científico. Respeitando as características que configuram a tipificação do documento, como a autoria, o enquadramento em normatizações técnicas e a base para o estabelecimento de todo um ciclo informacional, elementos (tipologias) como a reportagem, o boletim, a entrevista, o comentário, o debate e o documentário musical, são o ponto de partida para a produção jornalística, pela qual os profissionais do rádio vão se predispor a organizar suas informações preliminares através da pauta, roteiro ou script, e sobre a qual emoldurar a notícia ou a correlação de várias notícias. Cada um possui suas próprias normas de confecção e disseminação, tais como tempo médio, quantidade de atores envolvidos, estrutura básica de alternância de elementos internos (dinâmica entre passagens e sonoras, no caso das reportagens e documentários), ritmo de locução, entre outras. Ainda, é sobre essa tipificação do documento sonoro que vai incidir a autoria que, no caso, do jornalismo é representada por créditos e assinaturas.

O conteúdo é a parte substancial do documento, constituindo a idéia a ser disseminada por um tipo de documento (ou, no caso, por um gênero informativo ou de entretenimento) . Essas idéias seguem as regras próprias do tipo escolhido, ou seja, são desenvolvidos em função da tipificação estabelecida. Dessa forma, voltando ao exemplo do artigo científico, sendo este o tipo de documento a ser observado, pode-se dizer que o conteúdo é o elemento que “constrói o conhecimento de forma mais dinâmica saindo de uma seqüência linear de percepção , determinando a feitura de novos tipos de documentos” (MIRANDA e SIMEÃO, 2003, p.209). Logo, é possível afirmar que o conteúdo existente nesse tipo de documento, o artigo científico, está manifestado pela sua organização interna, a partir de uma metodologia que se transforma em caminho para o alcance de objetivos, para o referendo de justificativas, para a ratificação de um corpo teórico e para o desenvolvimento de uma conclusão expressando um posicionamento do autor da pesquisa. O tema trabalhado durante o estudo que ocasionou o artigo científico e sua contribuição para o conhecimento científico é a mola-mestra do conteúdo enquanto parte integrante do documento.

Novamente, transportando o conceito para o material jornalístico no rádio, a analogia permite afirmar que o conteúdo se exprime inicialmente no íterim do processo produtivo dos vários tipos de documentos sonoros na forma básica da pauta, que é a determinação muitas vezes metodológica, mas não científica e sim jornalística, da abordagem a ser dada ao fato que será relatado como resposta ao interesse público. São os assuntos que serão investigados pelo processo de captação das fontes, tratamento e redação textual, edição, adaptação sonora e veiculação.

Outra maneira de compreender o conceito de conteúdo na sua aplicação ao jornalismo radiofônico é a organização de algumas emissoras noticiosas em editorias, o que significa a demarcação dos territórios, do temário geral, que vai conter os tipos de materiais radiojornalísticos, subdivididos nos assuntos discutidos e escalados para aquele dia ou mesmo aquela hora, já que o rádio *all news*, por exemplo, é um meio que exala jornalismo sem parar um instante sequer. Existe ainda um fator determinante e particular ao documento sonoro radiofônico que é a temporalidade. Tal aspecto possui um grau de relevância determinante no conteúdo, uma vez que a entrevista no rádio, somente para ilustrar, segue uma correlação de fatos e acontecimentos balizados pelas horas e minutos.

O formato diz respeito ao “modo de concepção e exposição do conteúdo”. (MIRANDA e SIMEÃO, 2003, p. 204). Isso significa que o formato obedece não a um parâmetro íntimo de regulamentos internos da própria elaboração do documento ou a padrões subjetivados, mas concatenados com o tipo, e sim um conceito básico e mais genérico, que auxilia na moldagem das idéias que serão desenvolvidas. Já que formato remete imediatamente à forma, então essa parte do todo documental incide decisivamente no conteúdo provocando a necessidade de tratamentos diferenciados a partir do instante em que há alterações significativas, uma vez que formato e conteúdo são elementos indissociáveis. Novamente, ressaltando o exemplo do artigo científico, é possível determinar que seu formato obedece a critérios mais dirigidos ao senso comum, pois essa generalização da exposição da informação por esse tipo de documento é fundamental para que o acesso público ao conhecimento seja menos comprometido.

Dentro do universo do radiojornalismo e mesmo do rádio de uma maneira geral, a expressão formato é muito utilizada para expor a idéia de padronização geral com a finalidade de estabelecer um grau razoável de inteligibilidade a um contexto mais geral de uma programação radiofônica. Ferraretto (2001, p. 61) define formato como “uma espécie de filosofia de trabalho da emissora, marcando a maneira como ela se posiciona no plano mercadologicamente das idéias”. Ele também mostra quais os formatos detectados e praticados nas emissoras de rádio do país, dentro os quais se destacam os formatos híbridos, como os de participação do ouvinte e os programas de música-esporte-notícia, e os chamados puros, como os programas musicais, comunitários, educativo-culturais, místico-religiosos e os informativos ou *all news*, em que toda a programação é preenchida única e exclusivamente por jornalismo, sem a presença de profissão de fé religiosa, entretenimento, programação musical e interação comunitária. Dessa maneira, é possível afirmar que o formato informativo abrange os conteúdos mais diversos norteados, pelo menos teórica e eticamente, pelo interesse público, que são desenvolvidos sobre os alguns tipos comuns de material radiojornalístico.

Finalmente, o suporte é o conceito mais generalizado de todos os componentes constituintes do documento. É sua a parte visível e manipulável, ou “o documento propriamente dito” (MIRANDA e SIMEÃO, p. 204) . Trata-se do aspecto palpável, a manifestação física e concreta do documento, e como o próprio termo deixa entendido, é o que sustenta todas os outros elementos constitutivos do documento. O artigo científico pode ser colocado à disposição do público sobre o suporte da revista ou periódico científico, ou sobre o suporte do periódico eletrônico. Isso demonstra outra característica do suporte, que é a sua maleabilidade em aceitar o mesmo tipo, conteúdo e formato de documento sobre suportes diferentes. É o elemento mais diretamente relacionado com os avanços tecnológicos. Isso pode provocar alterações no modo de produção, nas definições de formato e na elaboração do conteúdo. Um artigo científico publicado em uma revista impressa, embora possua exatamente o mesmo teor do que o veiculado em um periódico eletrônico, pode sofrer modificações, já que as normatizações técnicas e limitações de espaço, bem como o direcionamento que cada suporte, impresso ou eletrônico, vai adquirir com relação aos diferentes públicos receptores, são agentes potencialmente modificadores da informação contido em um documento.

Por fim, fazendo nova analogia com o documento sonoro, o suporte em questão é o meio de comunicação de massas conhecido como rádio e é sobre ele que se desenrolam as propostas de associação ao modelo de célula estrutural do conhecimento registrado. O rádio como veículo de propagação da informação sonora a ser captado pelos receptores da mensagem pelas vias auditivas é, antes de tudo, um sistema eletrônico, de propagação em ondas eletromagnéticas, definido por sua capacidade de disseminar o ato comunicativo – ou pelo menos, um lado dele – a distâncias longas e abrangentes, limitadas apenas pela capacidade técnica dos transmissores, pelos graus de sofisticação dos aparelhos sintonizados e pelas restrições legais determinadas pelos legisladores oficiais e impostas pelo poder concedente, no caso brasileiro, o executivo federal. Configura-se alteração de suporte, o traslado de um debate radiofônico realizado durante 30 minutos ao vivo em uma emissora noticiosa, para uma *home page*, na qual esse material é armazenado e disponibilizado para futuras consultas por parte dos usuários. Nota-se que, apesar de ser o mesmo material, o mesmo tipo, o mesmo conteúdo, no mesmo formato, é um suporte diferente, pois do rádio como estrada de passagem para a informação, passou-se à internet, outra estrada de passagem para a mensagem.

Recapitulando todas as analogias exercitadas na tentativa de propor uma abordagem melhor detalhada da mensagem sonora enquanto documento a partir da comunicação extensiva, manifesta em termos práticos, pelo modelo dos elementos constitutivos do conhecimento registrado, pode-se concluir que a informação jornalística radiofônica adquire os parâmetros demonstrados na figura a seguir:

Quadro 10: Elementos do documento e reflexos na informação no rádio

ELEMENTO CONSTITUTIVO	DEFINIÇÃO	REFLEXO NA INF. JORN. RADIOFÔNICA
Tipo (Reportagens, pautas, etc)	Formas de classificar publicações que divulgam o conhecimento.	Autoria (créditos e assinaturas), normas internas de produção, unidade do ciclo informacional.
Conteúdo	Idéias a serem divulgadas e gerarem novas idéias.	Temporalidade, processo de pauta, captação, redação, edição e divulgação. Implicações éticas.
Formato	Arquitetura que determina a absorção da informação.	Enquadramento no plano das idéias. Estética e conceito.
Suporte	Base física que reúne as idéias.	Tecnologia, implicações legais e maleabilidade.

Fonte: Sales, 2006, baseado em Simeão e Miranda, 2003.

Essas são as bases para se tentar identificar possíveis transformações que a informação radiofônica jornalística sofre ao ser transportada para outra forma de comunicação extensiva que é a internet.

4.6. Convergência midiática e internet: adaptação da informação radiofônica.

Como qualquer manifestação presente da novidade, que se impõe na sociedade carregada de incertezas, a informação digital traz consigo uma gama de desafios a serem superados e perspectivas ainda mais desafiadoras. A informação digital pode ser compreendida como um agrupamento de cinco características básicas que as tornam tão singular e cercada de obstáculos a serem refletidos. Essas marcas da informação digital são auto-explicativas de seu potencial. Sua capacidade de ser manipulada em todas as fases de seu processamento, sua facilidade em ser trabalhada em rede, sua densidade e sua flexibilidade, o que explica o fato de ser perfeitamente possível armazenar grandes quantidades de informação em suportes altamente reduzidos e mesmo que esse espaço ainda seja insuficiente, pode-se comprimir e descomprimí-la, e sua imparcialidade, na acepção estritamente técnica da palavra.

Dessa forma, essas particularidades tecnológicas determinam em grande parte as formas de organização, acesso, produção e distribuição da informação na sociedade atual, o que requer uma capacitação realmente concatenada com o nível de complexidade que ela representa para a solução ou, pelo menos, a aglutinação de conhecimento para a indicação de caminhos. Um dos principais desafios é a questão dos direitos autorais. Uma nova legislação prevê que o que é reproduzido sem os devidos créditos no cyberspaço não deixa de ter os mesmos limites que os que são impostos no “mundo real”. Para TARAPANOFF (1999, p. 30), o direito de reproduzir uma obra é exclusivo de seu titular, inclusive o direito de reproduzi-la eletronicamente em uns e zeros. No entanto, a prática dessa colocação de freios aliada a falta de instrumentos mais eficazes para atuar na fiscalização desse processo provoca uma restrição significativa da disponibilidade de volumes de materiais produzidos. Isso faz com que a biblioteca tradicional seja o ponto de referência para o livre acesso a conteúdos gratuitos protegidos por direitos autorais.

Outro desafio que o advento da informação digital coloca é o controle por parte das instituições governamentais e privadas. Os cadastros de bancos de dados das entidades financeiras e dos setores fiscais e tributários dos governos são verdadeiros dossiês eletrônicos, nos quais a vida de qualquer pessoa pode ser inteiramente devassada e as informações serem utilizadas para fins ditatoriais, para reforçar o exercício da corrupção ou para afirmar a perseguição política. Com isso, a cidadania e o regime democrático podem correr sérios perigos, caso não haja uma política global de controle social baseado nos critérios de respeito aos direitos de acesso e uso da informação. Segundo Miranda (2003, p. 81), uma das grandes perspectivas para a informação digital é a sua busca como alternativa a ser aplicada na educação do futuro. Desenvolver habilidades para se trabalhar com esse mecanismo é tarefa primordial para o uso consciente e ordenado da informação digital.

Dessa forma, a informação digital se abre à expansão através do mecanismo da convergência. O que permite detectar quais são suas principais características.

Na nova sociedade, as tecnologias agem sobre a informação e não apenas o contrário. Isto gera a convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado. Em termos de

sistemas tecnológicos, por mais que os chips sejam produzidos em separado dos softwares, um não sobrevive sem o outro. O paradigma da tecnologia da informação não evolui para seu fechamento como um sistema, mas rumo a abertura como uma rede de acessos múltiplos. Abrangência, complexidade e disposição em forma de redes são seus principais atributos. (CASTELLS, p.563)

Ele ressalta ainda o impacto desse processo de convergência e constante produção de novas tecnologias na sociedade.

A emergência de um novo paradigma tecnológico organizado em torno de novas tecnologias da informação, mais flexíveis e poderosas, possibilita que a própria informação se torne o produto do processo produtivo. Os produtos das novas indústrias de tecnologia da informação são dispositivos de processamento de informações ou o próprio processamento de informações. Ao transformarem o processo de processamento da informação, as novas tecnologias agem sobre todos os domínios da atividade humana, possibilitando o estabelecimento de conexões infinitas entre diferentes domínios, assim como entre os elementos e agentes de tais atividades. (CASTELLS, p. 563)

Então, é possível afirmar que a convergência da tecnologia provoca impactos sensíveis nas mais diversas atividades humanas, entre elas, as atividades produtivas. Compreendendo a produção informativa como uma dessas atividades, é possível deduzir que novas conexões entre a esforço intelectual do trabalho midiático são criadas a partir dos mecanismos da convergência tecnológica. Os meios de comunicação estão sendo obrigados a conviver em um ambiente e isso leva a transformações nos modos de pensar e fazer informação. A elaboração teórica, a reflexão ética, a práxis técnica, os embates internos, todos esses aspectos são abalados pela presença desse novo elemento, que se acentua no cotidiano da ciência em escala cada vez mais acelerada. Dessa forma, o jornalismo é atingido por esses paradigmas constantemente construídos e desconstruídos.

A definição de mídia de massa terá de ser modificada para acomodar esse padrão em modificação na infra-estrutura de informação ao consumidor. A comunicação de massa está sofrendo mutações que estão alterando seus modos de produção e suas finalidades. As novas redes pessoais assumem cada vez mais as características da mídia de massa tradicional. (DIZARD, 2000, p. 259)

Isso significa dizer que a comunicação está adquirindo uma massificação não mais aos moldes “adornianos”, na qual a chamada Teoria Crítica encara os receptores da informação como algo próximo uma gigantesca gleba composta por seres manipuláveis em um ritmo uniforme e retilíneo. Os meios de comunicação de massa se personalizam a medida que o computador pessoal ganha os lares, ainda que no Brasil a passos lentos, criando assim modelos efêmeros de leitura ou recepção da informação, adaptado cada vez mais às necessidades mais íntimas e convenientes do usuário. Recursos como hipertexto, multimídia e interatividade podem estimular uma retro-alimentação informacional bastante acentuada. São essas as identidades da convergência midiática, que trazem ainda uma outra transformação importante.

O desenvolvimento dos meios de comunicação de cria novas formas de ação e interação e novos tipos de relacionamentos sociais. (...) Faz surgir uma complexa reorganização de padrões de interação humana através do tempo e do espaço. (THOMPSON, p. 77)

Se a convergência e os padrões maleáveis que provocam atingem às relações sociais, por lógica, eles devem estar concatenados para se adaptar a essa realidade. Ou pelo menos, tentar um esforço nesse sentido, vencer isso que (BAIRON, p. 64) considera o maior desafio da informática-multimídia. Ele afirma que “seu grande desafio é a proximidade, cada vez maior, da linguagem cotidiana. Isso está acontecendo tanto nos níveis de software quanto de hardware”. Por exemplo, na questão da educação, mais precisamente do ensino, isso se torna cada vez mais cristalino.

A entrada da informática pode transformar todo estilo de aprendizagem, anterior a ela, em convencional: o estilo tradicional de aprendizagem trabalha com palestras em sala de aula, já a multimídia pode possibilitar uma grande exploração individual. (BAIRON, p.65)

Se o fenômeno pode ser percebido na educação, atividade humana por excelência das mais vitais, na comunicação isso é notadamente um agente transformador. Com a convergência, a mídia reposiciona seus meios de propagação da informação, conforme as características de cada um deles. O rádio vem experimentando essa nova forma de se pensar a comunicação. Primeiro, foram as

playlists virtuais, que foram e ainda são sucesso de público entre os navegantes da internet, nos quais, ao invés de esperar uma seqüência de músicas que agrada ao ouvinte, é possível montar essa programação e escutar apenas o que lhe é aprazível. Depois, vieram as emissoras convencionais que se adequaram aos tempos modernos e contrataram profissionais *webdesiners* para montarem páginas oficiais das emissoras, com a possibilidade de ouvi-la ao vivo do próprio computador, mas isso apenas como um dos atrativos entre tantos que os sites de rádio oferecem. Caso da rádio CBN. Finalmente, dois fenômenos interessantes: as *webrádios* crescem a cada dia e se caracterizam por serem rádios, com todas as peculiaridade de uma emissora, mas arquitetada única e exclusivamente para o ambiente virtual, com vida própria dentro da rede, sem a necessidade de concessão governamental. Outro aspecto a ser observado é o surgimento de agências de notícias provenientes das assessorias de imprensa, que montam *home pages* em que disponibilizam reportagens sonoras prontas para a reprodução em emissoras de rádio ou que enviam por e-mail esse material com o mesmo fim. Ou seja, parte-se do mais massificado ao cada vez mais personalizado.

De qualquer modo, a convergência das mídias atinge o rádio também na cultura de audiência do seu público. Castells (2003, p. 162) afirma que

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 feita pelo MIT [Instituto de Tecnologia de Massachussets] nos EUA mostra mais de 10.000 estações transmitindo na internet.

Castells ainda aponta duas razões para esse interesse tão crescente do usuário e das instituições pelo rádio na internet. Um deles é a capacidade a baixo custo que a internet possui de satisfazer demandas locais, dentro de redes locais de informação. Para ele, “a liberdade de contornar a cultura global para atingir sua identidade local funda-se na internet, a rede global da comunicação local”. Outro motivo é a fuga dos mecanismos de controle oligopolista por grandes grupos de mídia em todos os países.

Estações de rádio alternativas, centradas na transmissão de programas do interesse de grupos específicos, encontram na

internet uma maneira barata e fácil de transmitir além dos limites do espectro licenciado. (CASTELLS, p. 162)

Dessa maneira, o rádio é um meio de comunicação passa por tentativas de modificação, mas ainda mudanças nos parâmetros de produção dos seus conteúdos. No caso específico do jornalismo, um novo ouvinte espera por um novo rádio informativo. Que na realidade será, segundo Barbeiro e Lima (2001, p.38), mais formativo do que informativo, uma programação “mais qualitativa que quantitativa”. Mudam-se os modelos, mudam os profissionais que vão atuar e produzir informação sobre esses modelos.

Isso exige dos jornalistas uma capacidade de raciocínio histórico-sociológica para explicar origens e fatos sociais cotidianos e sua inserção no contexto histórico onde ocorrem. (BARBEIRO e LIMA, p. 38)

A convergência midiática veio ao mundo para provocar antes de uma sensação de insegurança quanto ao futuro e ao presente dentro de um mercado trabalho competitivo, um convite à reflexão e à preparação intelectual, técnica, humanística, estética e ética. O radiojornalismo consagrado no Brasil há mais de 80 anos pela audiência como uma ferramenta de estimulação às ações de transformação social não tem a menor chance de escapar dessa verdadeira metamorfose.

4.7. Tecnologias da internet para a compactação de arquivos de áudio.

Para entender onde se encontram as bases tecnológicas para a confecção de arquivos jornalísticos em áudio para a inserção na internet é importante recorrer ao processo histórico anterior, ou seja, a disseminação das formas de compactação de documentos sonoros disponibilizados ao público internauta voltada ao entretenimento, mais precisamente à música e a sua analogia com a conjuntura das práticas que as rádios vinham realizando com relação ao uso do som como forma de comunicação de conteúdos e mensagens dos mais diversos estilos. Entender o contexto das mudanças provocadas pela indústria fonográfica pode auxiliar na compreensão da dimensão que as tecnologias de tratamento de áudio e disponibilidade na rede mundial de computadores vem provocando também no

jornalismo radiofônico, uma vez que o suporte e as normas de produção são semelhantes.

Há muitos anos, desde a popularização em massa das emissoras em frequência modulada, as chamadas FM's, formou-se uma barreira praticamente intransponível nas grades de programação das empresas desse segmento. As grandes corporações fonográficas brasileiras e internacionais incluíram nos seus organogramas de divulgação, as principais rádios, as de maior alcance volumétrico na população consumidora. São os conhecidos "jabás", um acerto financeiro ou permuta de qualquer outra espécie que implica na imposição monopolizada dos produtos de quem contribui com a melhor oferta aos programadores dos veículos. Como as gravadoras normalmente catapultam ao sucesso e ao topo das paradas, trabalhos de fácil assimilação, arraigados na superficialidade de conteúdos estéticos e artísticos, a aceitação junto aos rádio-ouvintes se torna extremamente facilitada, especialmente nas camadas sociais menos afortunadas com a educação e a exposição às autênticas raízes da cultura brasileira. Isso acaba por formar no imaginário, e esse é um termo que em um veículo como o rádio adquire uma dimensão muito importante, a idéia ou o preconceito de que esse é o panorama da música popular.

Ocorre que tal processo já desencadeado pela indústria fonográfica apresenta efeitos muito mais preocupantes nas pessoas do que simplesmente uma alienação cultural limitada ao universo da música. O Brasil é um país de educação deficitária e privilegiada, o que acarreta na formação de uma maioria acessível a produtos de entretenimento de caráter e finalidade questionáveis. Configura-se na mentalidade das pessoas a idéia de que vive-se uma situação de restrição encerrada nesses mecanismos de empobrecimento da cultura, distanciando-as de suas verdadeiras origens e influências positivas. Há algum interesse maior envolvido nesse contexto? Qual o propósito em se diluir as fundamentais raízes de um povo? É claramente perceptível, nas décadas de 80 e 90, a voraz disseminação da música proveniente dos Estados Unidos, mas não aquela originada das autênticas manifestações dos negros, por exemplo. O que se consumiu e ainda se consome, embora com menos intensidade, é a mesma estrutura de produção marcada pela efemeridade e pela descartabilidade que se conhece nas FM's brasileiras. Aliás, esse modelo de

implante estético tem sua gênese justamente nas hostes americanas e a sua escola mercantilista estendida a todos os setores da economia e sociedade, incluindo as mídias. O Brasil se constitui em uma paráfrase precariamente adaptada dessa forma de organização e sobretudo dessa filosofia de trabalho radiofônico.

O rádio é um veículo de comunicação de características peculiares. Fatores como a portabilidade, o estímulo do imaginário e a oralidade, proporcionam um espectro de intimidade que nenhum outro meio possibilita. O aparelho postado simpaticamente sobre uma mobília da casa ou embutido no painel do carro ou pendurado na cintura na forma de um *walk man* são demonstrativos do nível de importância inconsciente que as pessoas concedem ao conteúdo contido na mensagem radiofônica. No entanto, essa relação não se completa do outro lado. Não há que se costuma chamar de interatividade, uma vez que os programadores e diretores de emissoras de rádio estão com as atenções mais direcionadas aos interesses das gravadoras, empresas que movimentam bilhões de dólares por ano no mundo inteiro. Poderia haver um nobre desígnio em difundir a cultura profundamente enraizada, que ganharia um forte aliado com o grau de adesão que o rádio ostenta, com certeza o mais elevado entre todos os meios.

Há de se considerar que o advento dos mecanismos de digitalização do áudio ascendeu vertiginosamente a qualidade do material disseminado pelas rádios. Instrumentais tecnológicos como o compact disc (CD), o minidisc (MD), o digital audio tape (DAT), o ADAT, muito utilizado em estúdios de gravação na confecção de matrizes para CD's musicais e outros, contribuíram e ainda deixam seus legados e utilidades nessa melhoria. A leitura a laser permitiu uma facilitação extrema nos processos de produção, arquivamento e a execução dos produtos. Conseqüentemente, a penetração límpida e com maior riqueza de detalhes perceptíveis aos ouvidos se tornou uma atraente realidade. Os aparelhos de gravação de CD's, por exemplo, já permitem que as pessoas possam organizar suas preferências muitas delas cultivadas em anos de fidelidade ao pé do rádio, na fabricação do que se pode denominar repertório cultural musical.

No entanto, nenhuma dessas tecnologias permitiu o complemento da contrapartida citada anteriormente entre o ouvinte e o sua emissora de rádio

predileta no que diz respeito a interatividade. Nesse ínterim, começa a surgir, entre as várias pequenas revoluções de alcance ainda incerto, a inserção do conteúdo radiofônico nos domínios da internet. Sites de construção de programações de rádios como www.radio.sonicnet.com, representam um discreto princípio de quebra dessa barreira. Deve ser levado em consideração, que são recursos de custo ainda muito alto, que envolvem a aquisição de computador, modem, linha telefônica, e que fazem parte de estatísticas baixas nos hábitos e costumes da população brasileira. Pode ser um alento para que se inicie uma nova relação entre ouvintes e rádios e a música popular brasileira comece a conquistar seu merecido lugar junto à sociedade.

Outra nova tecnologia que desponta nesse cenário é o rádio digital, que vem sob uma aura entusiasmada e discussão acalorada, juntamente com a TV digital. Uma de suas grandes prerrogativas é o alcance amplificado, por causa da transmissão por satélite, que essa tecnologia pode promover, podendo também ser convertida em um artefato a mais para a busca de uma recuperação necessária da cultura musical brasileira. A territorialidade mais abrangente possível com essa modalidade realça um desejo de integrar não uma musicalidade brasileira unificada, até porque o país é um dos mais plurais do mundo nesse sentido, mas de se ressaltar as características regionais com suas inúmeras derivações e oferecer-lhes a possibilidade de também gozar de todas os avanços eletrônicos que estão sendo colocados em circulação em intervalos de tempo gradativamente menores.

É interessante destacar a questão da convergência digital sob esse enfoque da cultura musical brasileira. À medida que todos os tipos de informação passam a ser reduzidos a bits, fica difícil se distinguirem as especificidades de cada um. Transferindo essa assertiva para o círculo exclusivo do rádio, tem-se uma situação semelhante, o que pode ser observado no site www.radios.com.br no qual é possível sintonizar on line, várias emissoras ao pelo mundo. Acontece que não se tem alicerçados públicos distintos para perfil de programação das rádios disponíveis na página e, sim, o usuário da internet que busca mais satisfação da sua curiosidade, mas acaba por contrair alguma preferência, ainda que muito latente. Trata-se de um campo fértil para a formação de novos padrões culturais, porque o que existe é um

terreno indefinido, mas com uma boa perspectiva, já que os consumidores desse tipo de produto são pessoas portadoras de um razoável repertório cultural.

Uma das características mais presentes na difusão da cultura e da informação pela via radiofônica é a instantaneidade e a proximidade com o tempo real. Uma outra forma de compartilhamento de material musical são os softwares desenvolvidos por empresas e usuários comuns, o que está deixando as grandes gravadoras em constante estado de preocupação. Há dois anos, o Napster, acessado pelo site www.napster.com foi um dispositivo que continha todos os requisitos para deflagrar uma revolução das relações entre a indústria fonográfica, as rádios e a formação cultural do ouvinte. Simultaneamente, aproximadamente 36 milhões de usuários distribuídos em todo o mundo democratizaram seus materiais musicais e fazem uma genuína troca de arquivos em MP3. Várias emissoras de rádio do país estão trabalhando com ele e quando pensava-se que o Napster poderia ser usado como uma reluzente fonte de extração de toda a sorte de produção, eis que vem o contra-ataque das *majors* (maiores gravadoras fonográficas do mundo), que derrubou nos tribunais essa promessa tecnológica.

As novas tecnologias de digitalização do áudio e o rádio digital são avanços ainda absorvidos na atmosfera da imprecisão quanto ao seu destino, papel e repercussão junto ao público ouvinte. As colocações feitas no intuito de fazer com que as rádios brasileiras, veículos de divulgação da manifestação musical por excelência, passem a se sensibilizar com a qualidade de fato do trabalho que aqui é desenvolvido. Qualidade reconhecida em vários países pelo mundo. Ainda se trata de um pequeno universo, a aldeia da internet, mas que pode tomar um status maior daqui a alguns anos. Portanto, enquanto as gravadoras se apropriam das tecnologias de digitalização do áudio e combatem as de “democratização” da produção fonográfica, essa incerteza quanto ao futuro da evolução poderia ser um terreno de ação para que o poder público e organismos de incentivo à cultura desenvolvam meios de inserir a música popular brasileira em todas as suas nuances nas programações das rádios e no conhecimento dos ouvintes.

Dada a dimensão das transformações da informação no contexto da indústria fonográfica é importante transferir o exemplo para a prática jornalística. Ainda refém

do gravador de bolso, o jornalismo de rádio vem experimentando nos últimos anos avanços relacionados às facilidades propiciadas pela portabilidade dos equipamentos destinados à captação e edição da informação. No cotidiano das redações jornalísticas, a convivência com expressões como MP3 e Wave são cada vez mais constantes. Usam-se essas tecnologias de compactação e compartilhamentos de arquivos para transformar o conteúdo sonoro em material catalogado e disponibilizado nos *sites*. Os gravadores portáteis estão trocando as fitas cassete e minicassete pelos *voice recorders* de U\$ 100 que registram de 10 a 50 horas de voz com qualidade sonora superior e com uma possibilidade bem conveniente de editar esse material através de programas próprios e de fácil manuseio ou mesmo o já clássico *Sound Forge*, vedete dos softwares de edição de áudio.

Se novos instrumentos surgem para o jornalista de rádio, aparecem também novas e até aparentemente mirabolantes maneiras de se ouvir o rádio informativo. Com o interesse do internauta cada vez mais crescente por informação na rede, avança-se em direções antes inimagináveis rumo a tornar o acesso ao rádio mais viável.

Segundo o Ibope/NetRating, em dados divulgados no primeiro semestre de 2004, 48,88% dos internautas buscam notícias e informações e a maioria cultiva o hábito de ouvir rádio. (JUNG, 2005, p. 67)

Esses números naturalmente provocam o brilho nos olhos do mercado produtor de tecnologia da informação e da comunicação. O rádio que, nos anos 60, tornou-se portátil graças à invenção do transistor, saindo literalmente da sala de estar e sendo colocado nos pequenos aparelhos, nos automóveis e *walk man's*, e em direções ainda mais ousadas, sendo inserido estrategicamente em estruturas cada dia mais miniaturizadas, como os MP3 *Players* e os *Ipods*, e entrando, por exemplo, nos aparelhos de celular.

*Não há limites, como adiantou Bill Gates, em 1995, ao prever uma espécie de carteira computadorizada na qual você carrega todos os documentos, cartões de crédito e débito, dinheiro eletrônico, fotografias da família e jogos preferidos. Além disso, ainda informa o horário, envia e recebe mensagens por correspondência eletrônica, acessa informações sobre meteorologia, ações da bolsa e situação do trânsito. Gates batizou o equipamento de *wallet PC* que, ao*

reproduzir o áudio de um programa jornalístico, pode também ser chamado de rádio. (JUNG, p. 67)

Novas tecnologias exigem novos profissionais. Novos profissionais exigem novos estudos, novas metodologias para a compreensão dos avanços para que o novo radiojornalismo que está em fase gestação não transforme o jornalista de rádio em um ser obsoleto para o processo comunicacional. É uma questão de sobrevivência nessa verdadeira antropofagia tecnológica.

5. DEFINIÇÕES OPERACIONAIS

- **Informação jornalística:** informação disseminada por meio de comunicação de massa, caracterizada pela atualidade e relevância pública;
- **Informação radiofônica:** informação veiculada na forma sonora pelo rádio;
- **Edição:** tratamento da informação sonora. Manipulação do conteúdo informativo captado.
- **Captção:** captura da informação primária por meio de dispositivos tecnológicos apropriados.
- **Rádios virtuais:** rádios convencionais adaptadas ao ambiente da internet com a possibilidade de transmissão no próprio computador do usuário.
- **Webrádios:** Rádios criadas a partir da internet, que não necessitam de concessão do poder executivo, no caso do Brasil, e que podem ser montadas por qualquer usuário que possua um computador, um software especial para codificador para voz e sons, e os equipamentos básicos de um estúdio de rádio.

6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para compreender quais alterações a informação radiofônica jornalística sofre ao ser transportada para o chamado ambiente virtual, foi necessário recorrer à análise de um objeto específico, no caso, a situação em que se encontra atualmente a rádio da Central Brasileira de Notícias (CBN). Por se tratar de uma emissora tradicional no tocante o jornalismo em rádio no Brasil, ela se coloca como pioneira em vários aspectos, como, por exemplo, a inovação de ousar implantar o modelo de radiojornalismo all news – 24 horas de notícias – em uma rádio de frequência modulada (FM), o que ocorreu em São Paulo, a partir do ano de 1997, sob a coordenação do jornalista Heródoto Barbeiro. Dessa forma, é possível afirmar que as contribuições que a CBN estabelece no radiojornalismo são dignas de referência e reflexão por parte dos profissionais da área.

Dessa maneira, a escolha pelo objeto de estudo se deve a tal importância que a CBN possui para a imprensa nacional e também por possuir um site bem arquitetado em sua estrutura. O endereço, www.cbn.com.br foi analisado com o objetivo de comparar o que é veiculado ao vivo na rádio com o que está armazenado na *home page*. A meta desse procedimento foi detectar as semelhanças e diferenças no trato da informação nos parâmetros relativos ao suporte utilizado, o tipo estabelecido, formatos praticados e conteúdos disseminados, ou seja, os “elementos constitutivos do documento” (MIRANDA, 2003, p. 203). A comunicação extensiva não contribui apenas como um arcabouço teórico, mas também para a aplicação metodológica com o fim de verificar essa trajetória que a informação radiofônica jornalística percorre até o cyberspaço.

A pesquisa destinada para cumprir com os objetivos determinados é caracterizada como teórica ou básica, que consiste em uma modalidade em que a meta é “conhecer por conhecer. Não há preocupação imediata quanto a seus resultados” (BARROS e LEHFELD, 1988, p. 34). A pesquisa também pode ser classificada como descritiva, pois objetiva a descrição do objeto por meio da observação ou levantamento de dados. A proposta da aplicação dessa metodologia é buscar compreender por quais processos a informação sonora deixa de ser um

ente não-palpável, portanto, esvaecido para se transformar em um elemento sustentado pela perenidade da internet.

Então, resumindo, a pesquisa consiste na observação do site da CBN e a audição da emissora ao vivo para o enquadramento no modelo de massa documental, que contém os elementos constitutivos do documento. Essa observação foi realizada durante o período de uma semana, entre os dias 27 de março de 2006 a 3 de abril de 2006. Dessa maneira procurou-se detectar o percurso que a informação radiofônica realiza para se adaptar ao ambiente virtual, considerando suas novas práticas de produção.

7. ANÁLISE DOS DADOS

7.1. Histórico da rádio CBN

A partir da coleta de informações observadas no site da Central Brasileira de Notícias, foi possível detectar elementos informativos constantes e organizados em links e classificados por denominações estabelecidas pelo senso comum entre os praticantes do jornalismo radiofônico e adotados como parâmetros pela rádio. É importante traçar um breve histórico da CBN no contexto jornalístico brasileiro. De acordo com site oficial da emissora, a proposta de criar a central era a de se equiparar a uma bem estruturada agência de notícias. Instalada em 1991, a CBN se consolidou como a maior cadeia de emissoras de rádio que produzem e transmitem jornalismo 24 horas por dia, constituindo no chamado formato *all news*, que segundo o idealizador do projeto Jorge Guilherme Pontes, é a melhor alternativa pois “o jornalismo é o grande produto do rádio brasileiro (...) pois é um veículo imediato, que oferece informações constantemente e na hora em que acontecem” (TARRIO, 1992, p.46).

Acompanhando os momentos decisivos e importantes da história recente do Brasil, CBN se consagrou na cobertura de eventos marcantes como a conferência mundial Rio-92, em que foram discutidos os problemas ambientais do mundo e as denúncias do esquema PC Farias, que levaram ao pedido de impeachment do então presidente Fernando Collor de Mello. Na cobertura esportiva, a CBN também se destacou nas copa do mundo de 1994. Até 1995, a emissora operava apenas em amplitude modulada (AM), mas uma jogada ousada viria mudar os rumos do radiojornalismo no país: ela ganhou nesse ano um espaço para veicular o formato *all news* em uma concessão de frequência modulada (FM). Segundo o gerente de jornalismo da CBN, Heródoto Barbeiro, “isso garantiu maior audiência em FM do que em AM”. Tanto a emissora no ambiente FM quando no AM podem ser acessados a partir do site oficial da emissora.

No final da década de 90, a CBN estava presente nas principais capitais do país, servindo de referência para o trabalho da grande imprensa, como fonte de

sugestões de pauta e acompanhamento dos assuntos de interesse público nacional e local, nas capitais em que a emissora possui estação retransmissora. Em Campo Grande, isso era uma realidade desde 1997 até 2003. A CBN foi adquirida pelo grupo Zahran e foi denominada CBN Morena, fazendo parte do grupo em que está presente a TV Morena, retransmissora da Rede Globo de televisão no Mato Grosso do Sul. Três anos depois, a família do empresário e ex-governador do estado Pedro Pedrossian, comprou a emissora local e a rádio se tornou CBN Pantanal, que, sob a coordenação do jornalista Carlos Eduardo Bortolot, refletiu em nível regional, a realidade que a CBN representava para a grande imprensa, ou seja, um grande manancial de informações, pautas, entrevistas e debates que ajudariam a nortear os rumos do jornalismo local. Devido ao baixo retorno do mercado publicitário e falta de investimentos na estrutura e salários dos jornalistas e técnico atuantes na rádio, a CBN Pantanal deixou de operar em Mato Grosso do Sul, no ano de 2003.

7.2. O *site* oficial da CBN

Em 1997, a rádio CBN optou por colocar à disposição do ouvinte, seus materiais radiojornalísticos na internet. Ela se associou ao provedor Mandic e inaugurou o que a própria emissora denominou “o primeiro *site* de nacional de *net-escuta* de notícias em tempo real”. Segundo Mattiussi (apud MOREIRA, 1999, p.219), pela página na *web*, “o usuário pode interagir na programação através do e-mail, com sugestões de pauta, comentários e eventuais críticas às reportagens apresentadas”.

O *site* oficial da rádio CBN trabalha a partir da reprodução, edição e armazenamento do material informativo veiculado pelas emissoras que compõem a rede, principalmente as matrizes de São Paulo e Rio de Janeiro, para as quais a página oferece *links* destinados à audição ao vivo no computador, tanto as emissoras em AM quanto em FM. Ao contrário de outras *home pages* arquitetadas para disponibilizar as notícias em áudio para a reprodução em rádios que elaboram material próprio exclusivamente para os *sites*, a CBN realiza um catálogo virtual por meio de *links* diversos de elementos jornalísticos já veiculados pelas rádios que fazem parte da cadeia. Esses materiais radiofônicos são organizados de modo que as ligações hipertextuais permitam ao usuário um raio de possibilidades maior, sem

que se perca a essência do chamado rádio informativo. No entanto, todo o conteúdo em áudio é extraído do que já havia sido veiculado ao vivo pelo rádio.

Já tomando como base as definições do modelo de célula estrutural do conhecimento registrado e para efeito de análise, estão presentes no site da CBN os seguintes tipos informativos radiofônicos:

- 1) Reportagens** – Distribuídas nas editorias, ou seja, a caracterização genérica dos assuntos de um veículo jornalístico, de Brasil, Economia, Internacional, Política, Esportes, Mundo Corporativo, Ciência e Saúde, Cultura e Reportagens Especiais, às vezes constam nos destaques de primeira página como forma de chamar a atenção para o fato relevante a ser divulgado pelas equipes de jornalismo da emissora.

Segundo Abramo (apud BARBEIRO e LIMA, 2001, p. 40),

A reportagem é uma narrativa, simplesmente, uma narrativa. Ela depende muito do poder de observação do narrador, da maneira de transmitir essa observação em palavras e de saber concatenar bem a forma de expressá-la. Uma observação cuidadosa não é necessariamente uma boa reportagem. Mas uma boa reportagem é necessariamente fruto de uma observação cuidadosa.

Traduzindo em termos práticos e conectados à realidade da CBN, as reportagens presentes no site da emissora são um relato ilustrado ou não por sonoras – trechos de depoimentos gravados usados para dar crédito a uma fonte e assim referendar uma informação jornalística.



Figura 2 - Página de reportagem no site da rádio CBN

2) Boletins – Distribuídos no site da emissora sob os links CBN Auto-esporte, CBN Ecopolítica, CBN Tecnologia da Informação, Ética nos Negócios, Galileu, Jingles Inesquecíveis, Meio e Mensagem, Mundo Sustentável, Valor Econômico na CBN, Responsabilidade Social, Saúde em Foco, Sessão de Cinema, A Voz do Cidadão e Viva Música, os boletins se caracterizam pelo caráter opinativo que é permitido ao próprio repórter sobre os assuntos determinados por cada editoria. Segundo Ferraretto (2001, p. 265)

Embora carregue em si uma grande carga das impressões pessoais do repórter, o boletim, de modo geral, constitui-se em uma ampliação quantitativa da notícia, ou seja, situa-se no âmbito do jornalismo informativo. A carga interpretativa vai depender do conhecimento, da habilidade e da experiência do repórter.

Na prática, o boletim é apresentado com uma âncora – apresentador de estúdio – chamando o repórter do estúdio ou do telefone. Nesse momento, o repórter apresenta o fato e realiza comentário a respeito do assunto. A emissora optou por escalar para esse fim, profissionais que possuem experiência considerável sobre os temas abordados, para que os boletins cumpram sua função de informar e fornecer ao ouvinte um aprofundamento por meio da interpretação dos fatos.



Figura 3 – Página de boletim do site da rádio CBN

3) Comentários – Trata-se de canais opinativos por excelência na rádio e, por conseguinte, no site da emissora. São colunas assinadas por jornalistas e críticos de outras áreas dotados de renome na mídia, que emprestam sua assinatura e suas opiniões ao jornalismo da CBN. Para o usuário, ao invés de buscar o assunto que envolve o fato jornalístico, como acontece com os demais tipos informativos, o comentário é disponibilizado pelos nomes dos comentaristas. São eles: Armando Nogueira, Arnaldo Jabor, Carlos Sardenberg, Celso Itiberê, Arthur Xexéo e Carlos Heitor Cony (assinam uma única coluna chamada Cony & Xexéo), Franklin Martins, Giberto Dimenstein, Juca Kfourir, Lúcia Hipólito, Mauro Halfeld, Max Ghringer, Merval Pereira, Miriam Leitão e Renato Machado.



Figura 4 – Página de comentário do site da rádio CBN

4) Entrevistas – São dispersas no conteúdo de todas as editorias e seções do site e se caracterizam por manter a estrutura de diálogo entre o âncora e a fonte que está fornecendo a informação para o usuário. Segundo Barbeiro e Lima (2001, p. 46), a entrevista “revela novos conhecimentos, esclarecem fatos e marcam opiniões”. Por isso, ela possui uma importância cabal no contexto do radiojornalismo, principalmente no formato informativo all news praticado pela CBN, já que ela também serve como elemento de sustentação do tempo utilizado pelos jornalistas que cumprem a função de apresentadores âncoras.



Figura 5 – Página de Política que contém três entrevistas no site da rádio CBN

5) Debates e mesas-redondas (Fato em Foco) – Colocados em um link à direita da página, esse tipo de material jornalístico também é disponibilizado pelo site em partes, uma vez que geralmente, são conteúdos extensos e que requerem uma reflexão mais paciente do que os outros tipos informativos. Para Prado (1989, p. 93), a função do debate é “fornecer dados à opinião pública sobre temas que a afetem diretamente”. A organização básica deste tipo informativo é a participação de vários convidados que vão expor pontos de vistas conflitantes (debate direto) ou complementares (mesa-redonda).



Figura 6 – Página de debates no site da rádio CBN



Figura 7 – Página de mesas-redondas Fato em Foco do site da rádio CBN

6) Documentários musicais – Também colocados em link especial intitulado “Sala de Música”, esse tipo de material pode ser caracterizado como um documentário já que ele reúne elementos constitutivos a partir de uma perspectiva histórica e utilizando roteiro previamente elaborado para fundamentar a pesquisa em arquivos de registros sonoros. Também se vale do uso de recursos de sonoplastia, ou seja, a manipulação de sons abstratos para provocar a ambientação sonora da mensagem. No caso da CBN, esses materiais radiofônicos são utilizados não como

forma de proporcionar um entretenimento, mas sob uma ótica jornalística, já que são programas de música revestidos de contextualizações e resultados de pesquisas sobre os movimentos, gêneros e expoentes da música.



Figura 8 – Página de documentários musicais Sala de Música do site da rádio CBN

Outros elementos que constituem o *site* oficial da CBN são textuais e gráficos, mas cumprem a função de situar o usuário no contexto da notícia. Através dos títulos e legendas, emprega-se a forma de organização visual dos veículos impressos, com o intuito de exercer a atribuição de enunciação prévia da notícia, ato que, no rádio ao vivo, havia sido feito pelo jornalista âncora do horário. Por exemplo, em uma reportagem levada ao ar, antes do conteúdo ser divulgado, o apresentador realizou o trabalho de contextualizar o ouvinte de forma breve e sucinta, pronunciando em uma ou duas frases na ordem direta e na seqüência anunciar a entrada do repórter. No *site*, o arquivo é disponibilizado a partir da intervenção do repórter, portanto sem a participação do âncora, que é substituído pelos títulos e legendas escritas.



Figura 9 – Página de Reportagens Especiais com legendas

Além disso, há um *link* para um elemento conhecido como grade de programação, que consiste em um quadro que apresenta toda a organização dos programas e horários da emissora, no caso, a cabeça de rede, a emissora sede da CBN, localizada em São Paulo. Esse elemento não consta no *site* de forma sonora, mas na forma gráfica, com vistas a facilitar a situação do usuário no tempo da emissora.

Horário	Programa	Âncora
. 06h às 09h30m	Jornal da CBN	Heródoto Barbeiro
. 09h30m às 12h	CBN Local	Local
. 12h às 14h	CBN Brasil	Carlos A. Sardenberg
. 14h às 17h	CBN Total - Rede	Adalberto Piotto
. 17h às 19h	Jornal CBN II Edição	Roberto Nonato
. 20h às 21h	CBN Esporte Clube	Juca Kfourri
. 21h às 00h	CBN Noite Total	Roxane Ré
. 00h à 00h15	CBN Madrugada	Alves de Mello
. 00h15 à 01h15	Programa do Jô	Jô Soares
. 01h15 às 04h	CBN Madrugada	Alves de Mello
. 04h às 06h	CBN Primeiras Notícias	Ceci Mello

Horário	Programa	Âncora
. 06h às 09h	Jornal da CBN	Rodízio

Figura 10 – Página de programação contendo a grade da emissora

Outro aspecto importante é a relação dos profissionais da emissora, também organizada por meio de um *link* específico. Todos os profissionais da rádio que

trabalham como apresentadores âncoras possuem uma apresentação organizada em quadro que mostra os e-mails profissionais e os horários em que cada um vai ao ar ao vivo na emissora, além das fotografias deles. Outro elemento a ser observado no *site* é a presença textual dos contatos para negociações publicitárias com os departamentos comerciais da CBN. Há também um link para um breve histórico da emissora e sua participação na vida da sociedade e da imprensa brasileira.

O *site* oficial da CBN disponibiliza ao usuário uma série de serviços virtuais para complementar seu leque de alternativas para a obtenção da informação. Um deles é um serviço de busca por arquivos de áudio armazenados no servidor da *home page*. Digitando-se uma palavra chave, é possível encontrar qualquer um dos tipos de documentos sonoros jornalísticos já descritos, o que torna a recuperação da informação em áudio uma realidade concreta. Há também um serviço de acesso a dois sistemas midiáticos importantes para o jornalismo. Trata-se da rede BBC de notícias internacionais e do sistema Globo de rádio, do qual a CBN faz parte. É possível ouvir a rádio Globo FM a partir do site da CBN.



Figura 11 – Página que ilustra os serviços de busca, CBN Express, BBC Brasil e links da Globo (lado direito da ilustração)

Para que seja viável a audição de materiais radiofônicos da emissora, o *site* coloca ao dispor do usuário dois *links*, que facilitam o *download* do *plug in* (tocador de som) padrão utilizado pela equipe de tecnologia da emissora, já adaptado à plataforma conectiva Linux, além do *Windows Media Player*, compatível com o

ambiente Windows, o mais comum entre a maioria dos usuários de computadores do país. Esse é um serviço de suma importância para fidelizar e ampliar o espectro de acessos ao *site* e alavancar a audiência da rádio, pois qualquer material sonoro não deve encontrar obstáculos para ser acessado e escutado pelo ouvinte-usuário.

Quanto à interatividade, o *site* possibilita várias opções. Cadastros para o usuário receber comentários e notícias da CBN são uma ferramenta constante na página. Outra alternativa de interação com o público é a inscrição para salas de *chat*, ou bate-papo, ligada ao conteúdo de alguns materiais radiojornalísticos. Enquanto o programa está no ar, ao vivo, o cadastro é usado para centralizar e dinamizar as conversas com os apresentadores, convidados e outros usuários. Há também um serviço de correspondência virtual direcionado, intitulado de Fale Conosco, no qual o usuário se identifica, deixa um contato para retorno e seleciona o nome do profissional da rádio para quem a mensagem será enviada e o tipo de missiva on line em que consistirá o recado (dúvida, crítica, sugestões, et cetera).

Finalmente, como serviço adicional oferecido pelo site da CBN ao usuário tem-se a possibilidade de ouvir as emissoras cabeças de rede, sediadas em São Paulo e no Rio de Janeiro ao vivo, direto do próprio computador. Utilizando-se do sistema de *buffer*, que é armazenamento temporário de arquivos no momento da sua emissão, a CBN pode ser escutada em qualquer lugar do planeta, rompendo-se dessa forma os limites legais da radiodifusão, que incidem apenas sobre a transmissão baseada na emissão de ondas eletromagnéticas, autorizada no Brasil apenas pelo Governo Federal, através do Ministério da Comunicações, como poder concedente. Isso representa uma das características mais marcantes da convergência midiática, que está levando o jornal impresso, o rádio e a televisão enquanto meios de comunicação a um só lugar: a Internet.



Figura 12 – Página e dispositivo de áudio acionado que ilustra a possibilidade de escutar a rádio CBN ao vivo do computador a partir do site da emissora (lado direito da ilustração)

7.3. Análise a partir do modelo de célula estrutural do conhecimento registrado.

Tomando-se como pilar o modelo proposto por Miranda e Simeão para definir o documento, é possível analisar os dados obtidos e detectar se houve alterações na trajetória da informação sonora emitida pelo rádio até a informação sonora compactada no ambiente virtual. A partir dos conceitos de elementos constitutivos do conhecimento registrado, o tipo ou tipificação, o conteúdo, o formato e o suporte, foram verificados os seguintes dados.

Quanto ao tipo, as reportagens sofreram modificações, uma vez que compreende-se essa tipificação de documento sonoro com um componente integrante de um contexto temporal, logo factual. Uma reportagem sobre a prisão da jovem Suzane Von Richtoffen perde o sentido da atualidade uma vez que ela já está com pedido de revogação da detenção em andamento. A notícia fez sentido na circunstância em que ela havia acabado de ser reclusa e o seu armazenamento no arquivo da emissora serve apenas como peça de referência ou mesmo consulta. A reportagem, portanto, deixou de ter o seu atributo de notícia, pois perdeu sua “validade”, já que novas informações foram sobrepostas, reciclando a factualidade. A reportagem deixou de ser reportagem, pois esse tipo de documento sonoro está intimamente ligado ao fator tempo, e se tornou um registro sonoro que um dia, uma

hora, alguns minutos e alguns segundos foi uma reportagem. Outra alteração sofrida por esse tipo de material está explícita na própria preparação para a internet. Na veiculação original na emissora, um âncora enunciava uma introdução contextualizadora, que no jargão jornalístico é comumente chamada de “cabeça do apresentador”. No ambiente virtual do *site*, esse papel é exercido pelo título e legendas escritas, o que caracteriza um outro aspecto da convergência midiática, no caso, a convivência com diversas formas de reprodução, como o texto e o áudio. Isso auxilia o ouvinte-usuário a se situar no contexto da notícia, da mesma forma que o apresentador o faz, mas continua padecendo da perda da atualidade, o que leva à obsolescência, uma doença genética do rádio.

O boletim passa por alterações semelhantes quanto ao tipo, principalmente no que diz respeito aos assuntos ligados a temas de grande repercussão em que opinião do jornalista serve de parâmetro de credibilidade. O risco da defasagem se torna presente, o que reveste a informação radiofônica da obsolescência. Menos que a reportagem, pelo fato desta não apresentar o elemento interpretativo, contido na prática da análise imediata ou não do fato e suas circunstâncias, causas e conseqüências. Tecnicamente, a mudança no referencial de enunciação prévia também está presente nos boletins da CBN disponibilizados no site. No entanto, às vezes, a presença do âncora no áudio acaba reforçando de forma prolixa, o que foi anunciado pelo título e pela legenda.

Já os comentários, quanto ao tipo, passam por mudanças, mas sob um foco diferenciado. Enquanto que as reportagens e boletins são alterados no seu sentido, perdendo a função básica para o qual foram definidos, logo não merecendo mais essas denominações, os comentários mantêm sua atribuição, mas acabam ampliando o caráter consultivo dessa tipificação quando são postados no ambiente virtual. Isso se deve à personalização caracterizada da opinião ou da análise dos comentaristas, na qual o nome que sustenta o crédito desses jornalistas junto à opinião pública ajuda a minimizar o efeito da desatualização. O simples fato de se ouvir um comentarista como Juca Kfoury já é por si só um atrativo.

As entrevistas e debates e mesas-redondas, estes sob a alcunha de Fato em Foco, enquanto tipos de documentos sonoros sofrem poucas alterações, já que a

ampliação do espectro da notícia para além do fato relatado, auxilia também a reduzir o impacto da transformação em arquivo sonoro disponível na internet. A convivência do jornalista com uma ou mais fontes contribui para inserir o elemento interpretativo, o que ajuda a manter um pouco mais a caracterização original desses tipos radiofônicos. O aprofundamento jornalístico tem se demonstrado um fator atenuante do golpe acusado pelos demais tipos de documentos sonoros anteriormente estudados, como os boletins e as reportagens. No entanto, há a aparentemente inevitável modificação também presente nas entrevistas, debates e mesas-redondas, de inserção dos elementos textual escrito e hipertextual na enunciação ou “chamada” das matérias, mas sem a linearidade própria do rádio ao vivo. Ao contrário das reportagens, em que esse componente descaracteriza o tipo em relação ao meio original, transferindo o papel de âncora para as legendas e títulos, nos outros tipos há um acréscimo reforçador que legitima de forma redundante o lead ou informações basilares para a compreensão da notícia.

Finalmente quanto aos documentários musicais, no que se refere à tipificação, é o único que passa quase incólume pela transferência do rádio para a internet. Sem a prisão do tempo e da factualidade, os especiais musicais já funcionaram como peça de referência mesmo sendo veiculado ao vivo na rádio. Apenas, uma chamada textual anuncia o tema do material radiofônico e de resto, a tipologia sofre menos transformações que os tipos anteriores estudados aqui. A pesquisa e a maior profundidade em tratar das informações sobre os artistas tornam o documentário musical produzido pela CBN em registro histórico constante, tanto no rádio quanto no *site*.

Para efeito de contribuição adicional, embora o foco desta pesquisa seja a informação radiofônica jornalística, as maiores alterações se dão fora do âmbito noticioso. Os horários e programas integrantes da grade de programação da emissora são trabalhados em forma de *spots*, que consistem em peças de curta duração – 30 segundos em média – que são veiculados nos intervalos comerciais, os *breaks* da emissora. É maneira da rádio CBN divulgar ao seu ouvinte a estrutura da sua programação como um todo. Ao ser colocada no site oficial da rádio, o que ocorre é a supressão de qualquer elemento sonoro e se enquadrarmos a figura do *spot publicitário institucional* como mais uma tipificação – essa não-jornalística – ele

desaparece na internet e cede lugar a outro tipo de documento, que, no caso, é um quadro de horários, a grade de programação propriamente dita. Cumprem a mesma função, mas são tipos documentais completamente distintos. O mesmo acontece com a divulgação dos nomes dos profissionais apresentadores que trabalham na emissora.

Quanto ao conteúdo, ou seja, as idéias a serem divulgadas a partir da tipificação, não foi detectada qualquer modificação aparente. Acontece que tanto o material disseminado pela rádio quanto o mesmo pelo *site*, propagam a mesma mensagem e transmitem, em princípio, o mesmo conhecimento. O que pode causar certa instigação é saber se quando o material é armazenado no servidor da emissora e disponibilizado ao público, ele sofreu algum tipo de edição, geralmente corte ou manipulação de voz. Dos exemplos analisados, nenhum apresentou mudanças de conteúdo, tanto em debates, entrevistas, reportagens, especiais musicais e comentários. O sentido da notícia foi preservado até mesmo porque qualquer alteração que extraísse a fidelidade do que foi veiculado anteriormente pela rádio, poderia implicar em problemas de natureza ética, o que causaria ranhuras na imagem de veículo de comunicação sério que a CBN possui ou tentar passar ao público.

Em relação ao formato, os materiais radiojornalísticos estão sob a regência do conceito genérico de informativo, conforme proposto por Ferraretto. Trata-se de um posicionamento estratégico da emissora no imaginário popular e, por extensão, no mercado publicitário com vistas a angariar receita com a venda espaços. De acordo com a descrição institucional contida no próprio *site*, a CBN visa atender a um público definido entre as classes A e B, ou seja, classificada como um perfil de pessoas com maior poder aquisitivo e formação escolar e cultural; também é definido e exposto que esse mesmo perfil de programação, no caso, o formato, está direcionado às pessoas com mais de 30 anos de idade, o que pressupõe um objetivo de atingir homens e mulheres com maior estabilidade financeira e amadurecimento intelectual para a absorção de notícias pelo rádio.

O único material radiofônico disponibilizado em áudio presente no *site*, que extrapola o formato informativo é o documentário musical. Tomando por base a

classificação proposta por Ferraretto, pode-se afirmar que esse tipo de documento sonoro adquire um hibridismo entre os formatos informativo e educativo-cultural, já que além das características narrativas, textuais e estéticas semelhantes aos outros materiais radiofônicos, ele é revestido de uma camada de textura educacional, no sentido da sua suposta contribuição para a formação intelectual e social do ouvinte usuário, e de um tempero cultural, já que trata diretamente de uma pauta advinda da música enquanto forma de arte e manifestação de bens simbólicos que expressam sentimentos, ideologias e impactos sociais. Aliás, é possível afirmar que possivelmente ao ser transportado para o ambiente virtual, ele perde seu caráter informativo e passa a ser gerenciado sob o conceito educativo-cultural. Logo, há uma mudança sensível no formato desse tipo de documento sonoro presente no *site*.

No entanto, é no suporte que a informação radiofônica jornalística sofre suas maiores alterações. A mudança de base física é evidente, uma vez que todos os tipos de documento sonoro aqui descritos antes veiculados pelo rádio ao vivo passam para uma nova plataforma, um novo sustentáculo concreto. Tudo é transferido para a internet e isso abre possibilidades e limitações. Como vantagens, pode ser mencionada a perda da fugacidade, que consiste em uma característica típica do rádio, na verdade, um traço problemático da informação radiofônica, pois leva a uma baixa retenção do conteúdo por parte do ouvinte. A possibilidade de recuperação de um conteúdo que se perdeu no ar com a veiculação pela emissora ao vivo é um ganho proporcionado pela tecnologia do cyberspaço. Há também o despreendimento da temporalidade, o que é bom e ruim ao mesmo tempo. Positivo porque a capacidade de buscar e recuperar um documento sonoro, uma reportagem veiculada há dois meses, por exemplo, é um ótimo serviço que o *site* proporciona ao usuário de retomar algum ponto perdido e assim dar continuidade à construção do seu entendimento da realidade.

Da mesma forma que o portal Globo.com disponibiliza as reportagens mais interessantes, segundos seus critérios e aferição de audiência. Caso contrário, seria algo que se perdeu em um domingo de Fantástico ou uma sexta-feira de Globo Repórter. Pelo menos, no caso, somente para os assinantes do provedor da rede Globo, ao contrário da CBN em que o acesso a esse serviço é aberto a qualquer

usuário gratuitamente. O aspecto negativo é que ao mesmo tempo em que se ganha com a atemporalidade, se perde com a obsolescência. Os documentos sonoros tendem a se tornar peças obsoletas, servindo apenas para a consulta eventual ou complementação de uma informação que acidentalmente não foi escutada ao vivo na emissora. Como a capacidade de armazenamento tem um limite físico nos servidores de rede de computadores das empresas, a tendência é um enxugamento periódico dos documentos sonoros mais antigos.

Uma outra vantagem oferecida pela mudança de suporte que foi observada é a hipertextualidade e a interação com outras mídias, como a fotografia e, principalmente, o texto escrito. A abertura para a ampliação do espectro da notícia da linearidade da mensagem sonora à não-linearidade obtida pelo *site* possibilita um enriquecimento informativo considerável e com a “liberdade” de manipulação da ordem em que o usuário vai utilizar os arquivos sonoros e outros elementos do ambiente virtual.

Ainda sobre a alteração de suporte, incide outra particularidade verificada. É provável que a mesma empresa, a CBN, esteja atingindo públicos diferentes utilizando o mesmo conteúdo informativo. É que o rádio naturalmente vai ser recepcionado pelas pessoas que possuem um aparelho na residência, no automóvel, no serviço, no bolso ou no celular. Pressupõe-se que há uma abrangência de público heterogênea, já que o rádio atinge 98% da população brasileira, de acordo com dados já mencionados aferidos pelo Instituto Marplan. Logo, deduz-se que o rádio convencional, a emissora CBN no caso, atinja camadas diversas da população brasileira espalhada pelos estados. No ambiente virtual, isso se torna mais limitado, já que de acordo com dados do Ibope, aferidos em 2004, 11 milhões de pessoas possuem acesso à internet.

Há uma implicação de ordem legal que ocorre em função da alteração no suporte do documento sonoro jornalístico que é a facilidade maior para a reprodução em larga escala e sem autorização dos arquivos armazenados. Apesar de todos os produtos radiojornalísticos disponibilizados no *site* possuírem vinheta que o identifica como pertencente à CBN, programas de computador como o *Sound Forge* podem ser perfeitamente utilizados para editar no sentido de subtrair esse elemento

demarcador e, com isso, abrir a possibilidade de que outras emissoras usem partes dos depoimentos obtidos pelo esforço dos repórteres da rádio sem sequer mencionar os créditos empresariais para a CBN. Esse é um problema que envolve a ética jornalística e o direito autoral, e está presente não apenas na conjuntura das rádios na internet, mas principalmente no jornalismo escrito, praticado pelos *sites* noticiosos e agências de notícias *on line*. Como tornou-se mais fácil reter e armazenar o áudio, sua manufatura por meio de tecnologias razoavelmente baratas, permite transgressões e atitudes de má-fé por parte de veículos menos estruturados financeiramente.

Por fim, vale ressaltar que o site da CBN não consegue substituir à altura o elemento mais peculiar da linguagem radiofônica: a emoção. Apesar do meio físico em si, utilizado para a propagação ser o mesmo, ou seja, o som, tanto para o rádio quanto para a internet, no jornalismo exercido pela emissora convencional, existe uma linearidade com a qual as pessoas já estão habituadas nos 80 anos de história do veículo no país. Além disso, pelo fato da CBN ser uma rádio no formato informativo *all news*, isso transmite ao ouvinte a sensação de estar presente no palco de ação do acontecimento no momento em que ele acontece. Toda a seqüência de programação noticiosa caminha em função da marcha histórica dos fatos no transcórre da realidade e essa proximidade que completa o desenho da mensagem radiofônica. Quer dizer, isso é o radiojornalismo na sua real essência.

Ao ser transferida para a internet, a informação jornalística perde seu elemento mais caracterizador, o aspecto chave que o definia enquanto produto do trabalho radiofônico, que é a simultaneidade. Perde-se a factualidade, perde-se a temporalidade, embora isso seja uma vantagem, perde-se o elo com o espaço e os personagens, no instante em que eles se configuram como tal. Logo, perde-se o sentido radiofônico, o sentido do radiojornalismo. Por conseqüência, boa parte da emoção humana contida na adrenalina dos repórteres e âncoras, esvai-se, para ceder lugar à sobriedade dos catálogos virtuais de registros sonoros, o que significa dizer que a partir da sua conversão em arquivos de MP3, *Wave* ou *WMA*, já o coloca no estágio posterior da história, que é o seu estancamento na organização informacional e na qualidade de material referencial a ser buscado, encontrado e consultado. A informação radiofônica jornalística simplesmente deixa de ser

radiofônica, deixa de ser rádio e passa a ser apenas áudio, que a correlação de sons concretos e abstratos, de sons verbalizados ou vocalizados, e não-verbalizados, mas sem a carga da instantaneidade, sem a abertura ao chamado “tempo real”.

Para clarear e concluir a análise dos dados da pesquisa, os quadros a seguir procuram resumir o panorama das transformações que a informação jornalística sonora sofreu ao ser transferida para o ambiente virtual, no caso da CBN, a partir do modelo da comunicação extensiva:

Quadro 11 - Quanto ao tipo

	RÁDIO => INTERNET	MUDANÇAS
Reportagens	Alterou	Perdem a factualidade
Boletins	Alterou	Perdem a factualidade
Entrevistas	Não alterou	Mantém as características
Comentários	Não alterou	Mantém as características
Debates e M.R.	Não alterou	Mantém as características
Documentários Musicais	Não alterou	Mantém as características

Quadro 12 - Quanto ao conteúdo

	RÁDIO => INTERNET	MUDANÇAS
Reportagens	Não alterou	A idéia transmitida se mantém
Boletins	Não alterou	A idéia transmitida se mantém
Entrevistas	Não alterou	A idéia transmitida se mantém
Comentários	Não alterou	A idéia transmitida se mantém
Debates e M.R.	Não alterou	A idéia transmitida se mantém
Documentários Musicais	Não alterou	A idéia transmitida se mantém

Quadro 13 - Quanto ao formato

	RÁDIO => INTERNET	MUDANÇAS
Reportagens	Não alterou	Continuam informativos
Boletins	Não alterou	Continuam informativos
Entrevistas	Não alterou	Continuam informativos
Comentários	Não alterou	Continuam informativos
Debates e M.R.	Não alterou	Continuam informativos
Documentários Musicais	Alterou	Passam de informativos a educativo-culturais

Quadro 14 - Quanto ao suporte

	RÁDIO => INTERNET	MUDANÇAS
Reportagens	Alterou	Passam a ser recuperáveis. Perdem a instantaneidade.
Boletins	Alterou	Passam a ser recuperáveis. Perdem a instantaneidade.
Entrevistas	Alterou	Passam a ser recuperáveis.
Comentários	Alterou	Passam a ser recuperáveis.
Debates e M.R.	Alterou	Passam a ser recuperáveis.
Documentários Musicais	Alterou	Passam a ser recuperáveis.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados pesquisados e analisados, é possível extrair algumas conclusões abertas ao questionamento, que são apenas observações obtidas por meio da reflexão constante, sem divorciar os resultados do seu contexto histórico e tecnológico. A proposta desse momento do trabalho é contribuir juntamente com tantos outros trabalhos em Ciência da Informação e em Ciência da Comunicação para a compreensão do desenvolvimento dos meios de comunicação e demais meios de disseminação da informação, que acontece em escala cada vez mais acelerada nos tempos atuais, principalmente em época de internet e de convergência midiática. Mas não se resume a isso. Discussões acerca da digitalização da TV e do rádio, da conversão dos meios impressos jornalísticos e científicos, bibliotecas e bases de dados do serviço público, para o ambiente virtual, são relevantes e merecem ser compartilhadas nos espaços públicos disponíveis. É fundamental que a sociedade reflita sobre tais implicações, pois elas incidem diretamente na vida de todos.

É possível concluir que os tipos jornalísticos sonoros mais factuais, como as reportagens, que mais sofrem alterações nas suas estruturas documentais internas, já que estão mais frágeis à ação corrosiva das transformações tecnológicas. Os materiais sonoros caracterizados pelo jornalismo opinativo e interpretativo, como os boletins, as entrevistas, os debates e mesas-redondas, são os mais resistentes aos desgastes que uma transformação em material sonoro virtual acarreta, o que permite dizer que o aprofundamento informativo fortalece a credibilidade da informação. Apesar de ser o menos factual de todos, o documentário musical sofre mais alterações que os tipos interpretativos e opinativos, já que possui um aprofundamento mais estático no tempo e espaço. O elemento constitutivo que mais provoca mudanças é o suporte, o que permite afirmar que a tecnologia e seus avanços e desafios são dignos de discussão, reflexão e cautela.

É imprescindível ressaltar o legado da Ciência da Informação na compreensão de um fenômeno comunicacional importante, que é a transmissão de notícias pelo meio radiofônico e sua passagem para o cyberspaço. A partir da proposta de

sistematização dos elementos constitutivos do conhecimento, que se valeu apropriadamente da premissa da complexidade dos fenômenos e sua dissolução em partes para uma melhor análise, foi possível avançar no entendimento da relação entre os meios tradicionais e o ambiente que se configura e se fortalece com o uso, que é o virtual. Foi antes de tudo um instrumento metodológico crucial, acrescido de outras definições propostas pela Ciência da Informação, principalmente das acepções do termo “informação”, para o confronto entre o passado e o tradicional, consagrado pela prática produtiva e pela utilização já inserida nos hábitos da sociedade, no caso do rádio convencional, e o presente e futuro, em fase de crescimento e solidificação, estabelecendo novos mercados profissionais, reciclando o conhecimento dos profissionais da comunicação jornalística e provocando possíveis novas práticas de produção da informação sonora.

Esses benefícios metodológicos puderam se tornar concretos graças a uma característica exaltada pela Ciência da Informação e seus expoentes mais destacados: a interdisciplinaridade. A compreensão dos fenômenos comunicacionais em estudo neste trabalho se enriqueceu sobremaneira pela flexibilidade com que a Comunicação, enquanto disciplina, demonstrou para receber o somatório de conhecimentos arraigados na Ciência da Informação. Os resultados da análise dos dados demonstraram que é possível praticar a ciência com bases realmente sólidas, como convém a essa atividade humana, abrindo canais de participação e recepção de saberes de outras áreas. Neste trabalho, foi a intersecção entre as duas disciplinas que possibilitou as conclusões e considerações que aqui serão tratadas.

Uma primeira contribuição que o resultado da pesquisa pode oferecer é uma alternativa para a solucionar a mítica confusão que ainda se faz entre os termos “informação” e “comunicação”. Enquanto que a última se detém nas questões de conteúdo e mensagem, seus efeitos, canais e contextos sociais, a informação na qualidade de elemento unitário básico do conhecimento abrange todo um processo de classificação e organização, fluxo, transferência e recuperação. No rádio e na conversão da notícia sonora para a internet, pode-se notar que a comunicação foi tratada como um processamento de condução do conteúdo através de um veículo e como fenômeno, foi o sustentáculo para que a informação se fizesse desnudar pela utilização dos recursos metodológicos emprestados da comunicação extensiva.

Reforçou-se que informação contém todos os elementos constituintes do que virá a ser conhecimento e se mantém como unidade padrão da produção emitida pelos processos de comunicação.

Vale salientar que a partir dos dados pesquisados e dos resultados obtidos, foi possível engrossar a fileira dos que aprovam a proposta de classificação da massa documental, como ferramenta de eficácia comprovada para entender os fenômenos comunicacionais e, neste caso, jornalísticos e radiofônicos. O jornalismo é uma área de conhecimento ainda envolta em muita celeuma e alguma confusão, pois sabe-se que a notícia, que é o produto jornalístico da informação trabalhada em um processo de várias etapas com vistas a transmitir um relato próximo da realidade dos fatos e pautado pela veracidade, atualidade e interesse público, constitui-se no instrumento de trabalho deste profissional, mas a ciência se estanca aí. As rotinas de trabalho nas redações, cada vez mais tomadas pela celeridade mercadológica, não permitem que o jornalista, antes de tudo um comunicador social, um profissional da informação tanto quanto um bibliotecário, reflita criteriosamente sobre algo que obviamente deveria ser mais incentivado: saber melhor com o quê ele exatamente está trabalhando, saber mais sobre a anatomia da informação, assim como um médico tem o dever técnico, científico e ético de dominar todas acepções e engrenagens de funcionamento do corpo humano. O modelo de classificação do documento acabou se traduzindo em uma porta de entrada muito iluminada para iniciar esse entendimento e também para caracterizar a notícia não apenas como um produto, mas também como um documento, um manifesto do conhecimento registrado, o que pode auxiliar o profissional de jornalismo a valorizar mais ainda o sistema nervoso com que ganha seu dia-a-dia.

Isso demonstra que a ciência e a pesquisa científica têm muito a colaborar com o jornalismo, no sentido de sua capacidade não de fornecer repostas definitivas e fechadas à refutação, mas de propor alternativas metodológicas para se compreender seus fenômenos, efeitos e práticas. No caso desta pesquisa, foi possível entender que, no rádio informativo, por mais que esteja mergulhado em um cotidiano de produção conduzido pelo imprevisível, pelo tempo real e por uma aparente sensação de caos, existe uma lógica informacional, que procurou ser dissecada a partir de um referencial de mercado importante para a imprensa

brasileira, que é a Central Brasileira de Notícias (CBN). Elementos como tipificação, conteúdo, formato e suporte, componentes da célula primordial do conhecimento registrado ajudaram a situar os produtos radiofônicos e sonoros jornalísticos em parâmetros mais claros, o que deve ajudar a explicar muitas das práticas diluídas nas redações e até, quem sabe, a corrigir erros e distorções.

Adentrando na reflexão sobre as transformações sofridas pela informação radiofônica jornalística no percurso entre a emissão ao vivo pela emissora de rádio e a sua disponibilização no ambiente virtual do *site* oficial da CBN, pode-se concluir preliminarmente que mudanças ocorreram e devem ser pensadas e avaliadas. O material jornalístico inicialmente divulgado pelas ondas do rádio ganha em perenidade, mas perde em dinâmica radiofônica. Dessa forma, deixa de ser rádio e se transforma em áudio, o que possibilita afirmar que a linguagem e as técnicas de redação próprias para o veículo não se alteram, portanto, não há, em princípio, a criação de uma nova mídia com a internet. O que ocorre é o acréscimo de novos elementos peculiares ao cyberspaço, mas que são complementares, adicionais e somatórios, e não provoca transformações estruturais na essência da mensagem. De qualquer modo, essas modificações merecem ser analisadas para alicerçar um possível aprimoramento da funcionalidade do *site* oficial da emissora CBN.

No entanto, a iniciativa de se criar um serviço dessa natureza, complementar ao carro-chefe que é a emissora *all news*, constitui um significativo avanço para o jornalismo brasileiro. Ao colocar ao dispor do público, ferramentas de recuperação de conteúdos outrora disseminados, demonstra-se uma preocupação em sanar um dos problemas presentes no próprio DNA do rádio enquanto meio de comunicação, no caso, a fugacidade típica da informação sonora. O conceito de aprendizagem está ligado à idéia de apreensão e culturalmente isso foi sendo associado à idéia de alfabetização e letramento por meio da palavra escrita, como domesticação do pensamento selvagem, expressão consagrada por McLuhan. A oralidade se tornou sinônimo de primitivismo e isso se arraigou no inconsciente coletivo das massas de modo que o rádio, o veículo que se manifesta por esse recurso, perdeu em credibilidade e afirmação, como contribuinte para a formação e a informação. A TV veio a sacramentar mais ainda esse apelo pela imagem e a necessidade de ver para se acreditar. Por isso, a informação no rádio se torna fugaz e mais fácil de ser

dispersada. Idéias como as do *site* da CBN ajudam decisivamente a tornar a informação sonora valiosa e relevante. Ajuda a revigorar e fortificar o rádio informativo.

Todavia, todo avanço merece ser trabalhado com cautela. Uma utilização desmedida, mantida sob a discutível profecia de que a internet vai fazer o rádio e a televisão desaparecerem, como defendem Barbeiro e Lima, pode ocasionar danos ao rádio informativo. Incorporar essa “filosofia” embebida na embriaguez de um exagerado entusiasmo e mergulhada na falta de critérios metodológicos consistentes para sustentar essa profetização apocalíptica, pode conduzir a decisões precipitadas e avassaladoras. Pode-se, por exemplo, fazer com que os investimentos dos empresários de comunicação na infra-estrutura das emissoras de rádio sejam ainda menores, em detrimento ao baixo custo de se manter um *site* noticioso com arquivos de áudio. Como conseqüências maléficas, o desemprego de jornalistas e técnicos, e a desvalorização do rádio como veículo propagador da cidadania e da comunicação mais próxima do ideal, mais próximo do público, serão efeitos terríveis para a comunicação e o jornalismo.

Afinal, por mais que a internet represente um ganho de possibilidades considerável com o advento da convergência, a necessidade de estudos constantes deve se tornar um hábito inserido no cotidiano dos produtores de tecnologia. Os convencionais métodos de obtenção da informação, por mais que sejam menos encantadores do ponto de vista da praticidade em comparação com os meios digitais, ainda são protegidos por legislações, que garantem um uso responsável. Outro aspecto que merece ser levado em consideração é o estudo por parte dos proprietários de meios de comunicação que trabalham com o jornalismo de novas formas, linguagens e abordagens para o relato e a interpretação da notícia e esclarecimento do papel da imprensa junto à sociedade democrática. Apenas arquitetar e por em funcionamento um serviço de internet através de um *site* noticioso que armazena, como já mencionado, é um avanço significativo, mas não se basta. É necessário que o rádio informativo encontre formas de se revigorar face às evoluções por que passam as tecnologias da informação e da comunicação. A qualificação profissional das equipes técnica e de jornalismo, bem como dos que atuam diretamente no processamento das ferramentas de que um serviço de internet

vai dispor deve se direcionar também não somente para oferecer ao público, mais alternativas, mas que ele possa usufruir dessas soluções com uma gama maior de conhecimento sobre o que são e como elas podem interferir na sua vida. Alguns *sites* de rádio explicam, por exemplo, como se organiza uma *webradio* (www.radios.com.br), em uma tentativa de expor ao usuário que ele pode sim participar dessa democratização das mídias que a internet aparentemente oferece, o que não acontece com o atual quadro de concentração e *lobbies* políticos, imperativo na organização dos meios de comunicação de massa no país.

Para que essa democratização possa acontecer, é preciso, no entanto, que a sociedade se faça presente nos fóruns que lhes são oferecidos, que elas sejam motivadas a pensar juntamente com os meios de comunicação, e a internet pode representar uma saída muito interessante. Como se trata de um ambiente ainda em formação, fruto de avanços tecnológicos relativamente recentes, a *web* passa por um processo de aclimatação que deve durar um bom tempo. Ela está pavimentando suas culturas e refletindo sobre suas normas. A liberdade quase absoluta em que está envolvida, um dia, pode terminar e a internet será incorporada ao cotidiano da sociedade como a televisão e o rádio se tornaram bens de primeira necessidade. Enquanto isso não acontece, é interessante que as entidades que representam o usuário se manifestem e ocupem seus espaços de discussão e formem seu poder de decisão. E isso pode começar da prática de participar mais dos meios de interatividade que a internet dispõe.

Por sinal, a pesquisa realizada demonstrou também que esse aspecto da interatividade parece modificar-se, mas de forma horizontal. Os canais que o *site* da CBN oferece são basicamente meios de correspondência, utilizando o princípio do recebimento de mensagens, o que nem sempre garante uma comunicação eficaz. O mesmo ocorre com o rádio, ou seja, uma comunicação unilateral, de emissor para receptor, sem que o inverso aconteça, como defendeu na década de 30, Bertold Brecht. Isso implica em uma política impositiva por parte dos proprietários de mídia e em pouca estimulação para a cidadania e para a democracia. Dessa forma, é possível afirmar que a interação tão aventada pelos anúncios publicitários que divulgam TV's, rádios, jornais e *sites*, não passa de mais uma propaganda enganosa. Um indício claro é o fato dos dados sobre a rádio CBN terem sido

pesquisados a partir da leitura de um dos *links* do *site* oficial. Foi enviado um questionário elaborado para extrair informações sobre a produção da informação e o armazenamento nos arquivos virtuais da página, mas não houve qualquer retorno.

A inserção do Brasil na sociedade da informação passa por uma ampla preocupação e conseqüentes ações de inclusão digital. Justamente para que o país possa ter usuários de mídia jornalística mais críticos e mais efetivos no tocante a reivindicar seus espaços. As concessões de rádio são de propriedade pública, gerenciadas pelo governo federal e administradas por empresas privadas, na sua maioria. Logicamente, são patrimônio do erário da sociedade, pelo menos teórica e legalmente. Como a comunicação social é estruturada sobre o direito à informação, evidente que a população tem a prerrogativa natural de participar de seus institutos. Então, o *site*, que é um serviço agregado da rádio CBN, deveria conter algumas explicações básicas sobre, pelo menos, qual a finalidade do serviço, quais as implicações legais sobre uma reprodução indevida de material sonoro sem a citação de créditos e de que maneiras o usuário, entre eles, jornalistas de outros veículos, já que a imprensa trabalha também sob um efeito multiplicador constante, pode utilizar o que é oferecido em benefício da informação. Isso também é educação e educação é um eixo da inclusão digital.

Por fim, resta uma questão crucial de cunho técnico, que a análise dos dados deixa transparecer: é a internet um novo meio de comunicação, uma nova mídia ou apenas um ambiente receptáculo para as mídias convergirem e se interagirem? É contraproducente estabelecer uma conclusão sobre essa dúvida no atual momento. Os dados levantados e observados respondem a respeito da transformação que a informação radiofônica sofre até chegar ao estágio de informação sonora armazenada no *site* oficial da rádio CBN, mas aponta indícios de que, se o meio é a mensagem, pode-se afirmar que a internet ainda não superou o status de grande e hospitaleira aldeia anfitriã das verdadeiras linguagens midiáticas. Mas parece estar no caminho para isso.

Portanto, essa é uma indicação para agregar conhecimento ao assunto através de novos estudos que possam ajudar a desvendar tanto o universo do rádio quanto da internet. Outras mídias como a TV e o livro podem ser pesquisados a

partir da mesma premissa de convergência tecnológica e tomando como base, a comunicação extensiva e o modelo de célula estrutural do conhecimento registrado.

9. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

BAIRON, Sérgio. **Multimídia**. São Paulo: Global, 1995.

BAPTISTA, Sofia Galvão. MUELLER, Suzana Pinheiro Machado (org.) **Profissional da Informação: o espaço de trabalho**. Brasília: Thesaurus, 2004.

BARBEIRO, Heródoto e LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo – Produção, ética e internet**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. **Informação e transferência de tecnologia: mecanismos e absorção de novas tecnologias**. Brasília: IBICT, 1992.

BARROS, Aidil de Jesus Paes de. LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Projeto de Pesquisa: propostas metodológicas**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1990.

BAUER, Martin W. GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som – um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BERTALANFFY, Ludwig von. **General systems theory: foundations, development, applications**. Harmondsworth, England: Penguin Books, 1973.

BRECHT, Bertolt. **Teoria de la radio (1927-1932)**. Apud: BASSETS, Luís. De las ondas rojas a las radio libres. Barcelona, Gustavo Gili, 1981. In: ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A interativa teoria do rádio. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 22, 1999, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Intercom, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____, **A Galáxia da Internet: reflexões sobre internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

DEMO, Pedro. **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2000.

DIZARD, Wilson. **A Nova mídia- a comunicação de massa na era da informação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

FERRARETTO, Luiz Arthur. **O rádio – o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: editora Sagra-Luzzato, 2001.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2004.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Ed. Contexto, 2004.

LE COADIC, Yves. **A Ciência da Informação**. Brasília: Briquet de Lemos Livros, 1996.

LEVY, Pierre. **O que é virtual?** São Paulo : Ed. 34. 1998.

MASUDA, Yoneji **A sociedade da informação como sociedade pós-industrial** Rio de Janeiro: Rio, 1980.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.

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

MIRANDA, Antônio. **Ciência da Informação – teoria e metodologia de uma área em expansão**. Elmira Simeão, organizadora. Brasília: editora Thesaurus, 2003.

MIRANDA, Antônio e SIMEÃO, Elmira. **Organização e representação do conhecimento na perspectiva da Ciência da Informação**.

MOREIRA, Sônia Virgínia. BIANCO, Nélia R. Del (org). **Rádio no Brasil – Tendências e perspectivas**. Rio de Janeiro, EDUERJ. Brasília, UnB, 1999.

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

ORTRIWANO, Gisela S. **A interativa teoria do rádio**. Artigo publicado em 1990.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PRADO, Emilio. **Estrutura da Informação Radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

ROMO GIL, Maria Cristina. **Introducción al conocimiento y práctica de la radio**. México: Diana, 1994.

SALES, Clayton Wander N. de. **Quando o rádio invade o terceiro mundo**. Prosa Uniderp – Vol.4 n.2. Campo Grande: Ed.Uniderp, 2004. p. 61-69.

SARACEVIC, Tefko. **Ciência da Informação: origem, evolução e relações**. Perspectivas em Ciência da Informação, Belo Horizonte, v.1, n.1, p.41-62, jan./jun., 1996.

TARAPANOFF, Kira. **O profissional da informação e a sociedade de informação: desafios e oportunidades**. Transinformação, v.11, p.27-38, jan./abr. 1999.

TARRIO, Carolina. **A sintonia da informação**. Imprensa, São Paulo: Feeling, 1992.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.