

## **Ressonâncias e dissonâncias**

*a rádio na frequência da internet*

[215]

***Madalena Oliveira***

## **UMA NOVA ORDEM COMUNICACIONAL ANTES DA SOCIEDADE EM REDE**

O aparecimento da ideia de sociedade em rede está profundamente ligado aos processos de digitalização da comunicação e ao desenvolvimento da internet. No entanto, o conceito de rede, definido por Manuel Castells (1999, p. 566) como “um conjunto de nós interconectados”, autoriza uma leitura mais recuada no tempo daquilo que pode ser entendido como o prenúncio de uma sociedade de fluxo e de ligações. Com efeito, registando já uma história praticamente centenária, a rádio está muito mais vinculada à criação de redes e de comunidades virtuais do que a sua origem analógica, baseada em tecnologia pouco sofisticada, poderia fazer crer.

[217]

Embora a pretensão de propagar som entre dois pontos físicos distintos sem recurso a fios não tenha tido originariamente a ambição de inventar um meio de comunicação de massas<sup>1</sup>, os precursores da descoberta da rádio são, de algum modo, os precursores de uma nova geografia das relações sociais. Ao promover a transmissão de sons e da voz humana através do espaço, as experiências que conduziram à criação da comunicação radiofónica tornaram-se experiências decisivas para desvincular a noção de comunidade da noção de território.

Não obstante as dúvidas frequentemente formuladas relativamente ao futuro da rádio no conjunto da paisagem mediática contemporânea, a história deste meio tem sido relatada como uma história genericamente bem sucedida. De acordo com Patrice Cavelier e Olivier Morel-Maroger (2008, p. 3), “a maior

---

1 Só em 1912, quase duas décadas depois das primeiras experiências de radiodifusão, quando Brillard propõe a uma estação a divulgação de mensagens dirigidas a destinatários desconhecidos, é que se assume que a rádio poderia ter potencialidades para se constituir como meio de comunicação de massas. (JEANNENEY, 1996)

parte das obras históricas sobre a rádio privilegia uma abordagem essencialmente técnica”, mas é sobretudo como “um fenómeno cultural de massas”, fundado no elogio da palavra e da música acima de tudo que ela se instala na nossa vida quotidiana.

Apesar das ameaças sentidas pelo aparecimento constante de novos meios, desde logo pela invenção da televisão, que mais não é, na verdade, do que um sucedâneo deste meio inventado por Maxwell, Hertz e Marconi, a rádio tem vingado muito graças à sua generosidade como meio de parcos requisitos e ao intenso envolvimento que proporciona desde sempre com as suas audiências. Convivendo com todas as formas de comunicação visual que lhe são contemporâneas<sup>2</sup>, sem preconceitos relativamente ao seu carácter invisual e à sua dependência de códigos exclusivamente sonoros, a rádio afirmou-se como um suporte comunicacional discreto, mas sedutor. Com um apelo singular à capacidade criativa e imaginativa das audiências, a comunicação radiofónica tornou-se progressivamente numa espécie de banda sonora ou som de fundo das atividades diárias, o que por vezes contribuiu para a ideia de que os conteúdos sonoros seriam excessivamente ligeiros.

[218] Os velhos meios de comunicação tradicional, que a literatura anglo-saxónica apelidou de *mainstream media* e a que a rádio continua, de alguma maneira, a pertencer, são hoje vistos como meios que consistiam, ou consistem ainda, em fluxos de comunicação unilateral. Baseadas, portanto, numa presumida passividade dos públicos, a imprensa, a rádio e a televisão exerceriam, neste entendimento, um domínio sobre os indivíduos condicionando as suas maneiras de pensar e de atuar pessoal e coletivamente. Neste pressuposto se inspirariam, no início dos estudos dos média, na primeira metade do século XX, os autores das clássicas teorias dos efeitos, que olharam para a rádio, por exemplo, com um interesse exclusivo no impacto das suas mensagens sobre a opinião pública. São disso bem ilustrativos os contributos de

- 
- 2 Apesar de ser muitas vezes apresentada como um meio prévio aos meios audiovisuais, a rádio acompanhou toda a história da imagem, desde a proliferação da fotografia e da ilustração em geral à consolidação do cinema e à estreia da televisão e da internet como suportes baseados fundamentalmente numa componente visual da comunicação. Com este percurso, a ausência de imagem na rádio não é sinónimo de uma fatalidade tecnológica, mas antes uma opção cultivada com o tempo como alternativa do recurso ao olho para contactar o mundo.

Lazarsfeld (1940) e de Lasswell (1971) que se dedicaram a compreender o papel da rádio na comunicação de ideias e as suas virtualidades técnicas para propagar informação.

Embora os primeiros trabalhos de investigação estivessem mais voltados para questionar o que a rádio faz às pessoas, há na natureza deste meio, desde muito cedo, uma vocação para convidar as pessoas a fazer parte. Para além das propriedades envolventes do som, a que dedicamos o próximo ponto deste texto, do ponto de vista técnico pode reconhecer-se que a rádio se prestou, logo que possível, a ouvir os seus ouvintes, assim suscitando um desejo de comprometimento e de participação naqueles a quem se dirige. Se é verdade que a imprensa sempre convidou os leitores a escrever cartas, acolhendo sobretudo nos espaços de opinião escritos provenientes do público, também o é que foi a rádio que em rigor introduziu a ideia de participação dos públicos ao envolvê-los nos conteúdos veiculados e ao fazê-los tornarem-se parte das suas emissões. Com um sentido bem mais dialógico do que a comunicação escrita, este gesto da rádio antecipou, portanto, uma das características da sociedade em rede, a dos fluxos bilaterais e de retroalimentação da comunicação. O uso do telefone como uma espécie de microfone para pôr as vozes dos ouvintes no ar tornou-se, com efeito, na inspiração de muitas, senão todas as formas subsequentes de comunicação participativa.

[219]

Considerado “um dos meios mais democráticos e mais abertos à intervenção dos seus públicos” (ALCUDIA BORREGUERO, 2008, p. 124), a rádio beneficiou como nenhum outro meio das inovações tecnológicas por que foi passando. O processo de miniaturização, que afetou não apenas a estrutura de produção, mas principalmente a portabilidade da receção da rádio, fez este meio ressoar no íntimo dos ouvintes, que o acolhem tanto em viagem, no automóvel, como no momento a sós do deitar e do acordar ou no percurso de uma caminhada, qual metáfora do próprio trajeto da vida. Ao longo de várias gerações, a rádio enfrentou transformações constantes – embora na mesma matriz de carácter – tendo-se adaptado sucessivamente a mudanças nos modos de escuta (JEDRZEJEWSKI, 2007), o que significa que seguiu os estilos de vida mutantes com uma extraordinária capacidade para estar em qualquer lugar. Quando os jornais eram “móveis” só porque as pessoas poderiam levá-los debaixo do braço, a rádio já era acessível em pequenos aparelhos e

muito depressa se tornou parte dos automóveis – primeiro como um dispositivo adicional, hoje como um componente totalmente integrado<sup>3</sup> – e mais recentemente nos telefones móveis, mesmo antes de a internet lhe providenciar um novo suporte de transmissão.

Ora, uma das razões por que a rádio, ao contrário de vaticínios tantas vezes apocalípticos, tem sido encarada como esse meio inultrapassável tem talvez a ver com o facto de ela ser um meio à frente do seu próprio tempo e de ser um meio que criou rede antes mesmo da chamada *sociedade em rede*. Cavelier e Morel-Maroger (2008, p. 3) reconhecem que “ela soube acompanhar e mesmo preceder os grandes movimentos da sociedade”. Nela encontramos, pois, desde muito cedo o que na era da internet parece anunciar-se como uma nova ordem comunicacional: o desenvolvimento de linguagens mais afetivas, a experiência multitarefa, a formação de comunidades e a mobilização para a participação. São estas as dimensões características da rádio que se exploram nos próximos pontos antes da problematização, feita na parte final deste capítulo, das dissonâncias experimentadas por este meio na sua migração progressiva para a internet.

[220]

## **SOM, UMA LINGUAGEM DE AFETOS**

Nos parágrafos anteriores, sugere-se que a noção de participação na rádio, e concomitantemente a ideia de sociedade em rede, é anterior ao atual debate sobre participação nos e através dos média. Ainda que tal entendimento seja devedor em parte de uma abordagem focada nas potencialidades técnicas da rádio, ele não se esgota numa perspetiva exclusivamente tecnológica deste meio. Há nesta interpretação a percepção de que a própria narrativa

---

3 Um dos aspetos mais curiosos da transformação da rádio tem a ver com o facto de ela se tornar progressivamente parte integrante dos objetos mais imprescindíveis à vida moderna, especificamente o carro e o telemóvel. Ao converter-se num dos componentes de base destes dispositivos, a rádio dá provas da sua íntima ligação ao quotidiano e à rotina dos ouvintes.

radiofônica supõe um apelo à participação dos ouvintes que decorre da natureza do som em si mesmo.

A sociedade contemporânea define-se habitualmente como uma civilização da imagem. Todo o século XX foi atravessado pela multiplicação dos suportes visuais e por uma abundância de imagens sob todas as formas inigualável na história da humanidade. De acordo com Laurent Gervereau (2000, p. 30), que reportou a história do visual no século XX, "o que caracteriza a nossa época e a singulariza na história é a acumulação. Acumulação de imagens sobre todos os suportes, de todas as épocas, de todas as civilizações". Não sendo questionável esta constatação, a assunção da imagem como produção primaz da comunicação moderna tem contribuído, no entanto, para subestimar o som e para um tratamento quase discriminatório para os média sonoros, relegados para uma atenção secundária da investigação em comunicação mediática.

A fascinação pelos conteúdos visuais tem ofuscado o relevo do som na comunicação humana. Sendo difícil estudar o que não se vê, na perspectiva da investigação científica, a imagem tem tomado a dianteira da atenção dos investigadores.<sup>4</sup> Mas, em termos sociosemióticos, o som é, senão mais, pelo menos portador de tanta carga significativa como qualquer imagem. É que, se a imagem traduz a realidade numa escala bidimensional, o som está apto a proporcionar ao ouvinte a tridimensionalidade da realidade. É por isso que David Hendy (2003, p. x) acredita que "o som pode ajudar a compreender algum do drama e do esforço da história humana de um modo inteiramente novo e esclarecedor". Lembra o autor, por outro lado, que "o som é uma forma de tocar à distância." (HENDY, 2013, p. xiv) Se em certo sentido a imagem também toca os olhos a uma curta distância através de um conjunto de estímulos visuais, o som fá-lo de uma maneira que é talvez mais intensa porque, ao contrário da imagem, o som

[221]

---

4 Diz-se com frequência que a rádio é o parente pobre da investigação sobre os média, porque são francamente menos numerosos os trabalhos sobre este meio quando comparados com os da imprensa, da televisão ou da internet. Embora a chamada época dourada da rádio coincida, do ponto de vista histórico, com a introdução da comunicação como disciplina em muitas universidades, é a imagem e não o som o que mobiliza a dedicação dos investigadores à comunicação de massas. São talvez dificuldades técnicas de registo do objeto observado que "desviam" a pesquisa dos *media studies* da rádio, mas é também a agressiva transformação de mentalidades que se opera com a generalização do acesso à imagem, e à imagem em movimento, que ditam uma certa falta de interesse por estudar um meio sobre o qual poucos efeitos negativos se conhecem.

é vibração. Diz LabBelle (2008, p. ix) num livro em que perspetiva a arte sonora, que “o som é intrinsecamente relacional: ele emana, propaga, comunica, vibra e agita; ele deixa um corpo e entra noutros; ele prende e liberta, harmoniza e traumatiza; ele envia o movimento do corpo, o sonho da mente, a oscilação do ar. Aparentemente ele evita definições, embora tenha um efeito profundo”.

Uma imagem significa porque é análoga à realidade. Representa as coisas reais porque substitui a coisa representada. A imagem é, portanto, outra coisa diferente da coisa a que se refere. O seu processo de produção de sentido está fundado na significação icónica, o que quer dizer numa relação com a realidade que se baseia na ideia de semelhança. O som, porém, evoca a alma da coisa significada e não apenas o contorno ou a sombra da superfície. Ele faz parte da coisa significada. Ele implica a presença da coisa (a menos que se trate de uma reprodução artificial do som natural). De acordo com Andrew Crisell (1994, p. 43), o som “parece nunca existir como um fenómeno isolado, porque ele sempre manifesta a presença de uma outra coisa”. Ora, ao contrário da imagem, o som opera por um processo de indexicalidade. Ele não substitui a coisa que evoca. Ele pertence ao que é suposto representar. Entre o som e a realidade há uma relação de contiguidade. Da mesma maneira que a voz é fortemente afetada pela pessoa que fala, o som é profundamente afetado pela vida que existe dentro das coisas para que remete. Eis, pois, a razão por que o som funciona como um vestígio da realidade e por que ouvir alguma coisa é uma espécie de trajetória através de um mistério do sentido.

O primeiro passo para envolver os ouvintes na narrativa radiofónica dá-se, assim, antes de qualquer possibilidade tecnológica. Devido à sua natureza indexical e invisual, o som é em si mesmo envolvente. Ele requer a cumplitude do ouvinte pelo menos no mesmo sentido em que a literatura o faz. Embora ler uma imagem não seja um processo tão natural quanto possa parecer, e embora interpretar uma imagem tenha tanto de cultural como ler um texto, pode dizer-se que compreender um som é uma experiência empírica de relação com o espaço que a todo o momento proporciona ao ouvinte coordenadas de localização física e emotiva.

Em certo sentido, é impossível não ouvir. O que pressupõe que ouvir é uma atividade permanente e não uma atividade necessariamente exclusiva. Ora, uma das características associadas à essência da rádio (e ao som

[222]

em geral) é a ideia de acumulação, que significa dizer que há na rádio “a possibilidade de realizar outras atividades em simultâneo com a sua escuta”. (PORTELA, 2011, p. 27) É também isso que, segundo Pedro Portela, faz da rádio “uma coisa realmente democrática”. Solidária de outras tarefas, a produção radiofônica chega ao ouvinte nas suas distrações e desatenções, através de estímulos sensitivos que abreviam a sua linguagem ao domínio do ouvido e das faculdades imaginárias.

Em termos narrativos, a linguagem da rádio suporta-se em palavras, música, silêncio e efeitos sonoros (BALSEBRE, 2004), pressupondo a implicação não só do emissor como também do ouvinte. Com efeito, ouvir requer não apenas uma atenção específica ao som como também uma atitude participativa, porque o significado é algo que não está decidido na dimensão textual do discurso ou na sequência de sons editados numa mensagem sonora. O significado é algo que resulta da relação estabelecida entre aqueles para quem o som circula e portanto de uma ação colaborativa de significação. Se este princípio é genericamente aplicado aos conteúdos sonoros, torna-se ainda mais relevante quando, no contexto da rádio, se considera a ausência de imagem. Graças à inexistência de imagem, é expectável que o ouvinte imagine, o que quer dizer que crie uma imagem do mundo expresso através do som. É aqui, e não em nenhum outro mecanismo técnico, que começa a dimensão participativa do conteúdo áudio. É aqui, e não somente na abertura de canais de retorno, que começa o envolvimento da audiência.

[223]

Ouvir (música, rádio ou qualquer outra forma de som) é, na verdade, uma prática muito rica nem sempre justamente considerada. Ela integra uma experiência estética e, tal como outras formas de arte, requer envolvimento tanto em termos racionais como emotivos. A modernidade, tal como David Hendy (2013) a assume, é barulhenta. Por causa de uma multiplicidade de sons hoje produzidos por incontáveis máquinas, a experiência do ouvir é uma experiência que pode revelar-se confusa. Todos os dias a esfera sonora é composta por uma mistura de ecos que vêm de todo o lado. Talvez aqui esteja a razão por que ouvir tem sido uma experiência tão esquecida ao nível social e cultural, ao mesmo tempo em que a incorporação na internet cria dissonâncias a um meio cuja virtude reside, originariamente, no desenvolvimento da capacidade de escutar e de compreender uma linguagem feita da afeção que há na sensação acústica.



## COMUNIDADE EM REDE

A evolução da rádio na internet tem, em parte, orientado os discursos relativos ao futuro deste meio para uma ideia de comunidade, que tem sido muitas vezes a expressão alternativa para falar de sociedade em rede. Do ponto de vista da economia política dos média, o conceito de rádio comunitária consiste num modelo de propriedade, financiamento e produção específico. Mas, à semelhança do conceito de participação, também a ideia de comunidade é, de algum modo, prévia à digitalização da comunicação e, portanto, prévia ao domínio da internet. Por conseguinte, se no ponto anterior a essência do som e o processo de significação inerente à comunicação não visual foram tomados como condições primárias que inspiraram o caráter participativo da rádio, nestes parágrafos é a noção de comunidade que é tomada como algo intrínseco ao que a rádio aspira a ser.

[224]

O ditador português António Salazar tinha pela rádio um fascínio que nunca demonstrou pela televisão. Se a televisão lhe fazia mal aos olhos, como chegou a dizer, a rádio tinha, pelo contrário, o encanto de reunir a mais larga comunidade que alguma vez se poderia juntar a ouvir a sua voz. Ou seja, num período que a história documenta como a idade de ouro da rádio (meados do século XX) mas anterior às promessas da rede global, era já a hipótese de uma orientação para a ligação entre pessoas no seio das comunidades que despertava interesse pela comunicação hertziana.

Hoje a ideia de comunidade está normalmente associada à rádio no contexto daquilo que Bart Cammaerts (2009, p. 635) classifica como um “terceiro tipo de emissão, nomeadamente a rádio participativa, complementar aos média comerciais e públicos”. Em termos formais, esta taxonomia remete para uma perspetiva economicista da rádio e para uma visão mais mercadológica do que cultural que emerge entre os anos 1990 e 2000, quando o fenómeno das rádios comunitárias se começa a expandir. Ainda assim, a relação que o meio mantém com a noção de comunidade numa abordagem mais abrangente está muito mais profundamente enraizada no seu “temperamento”. Ao contrário da imprensa, o foco na rádio como a temos conhecido não está exclusivamente centrado na transmissão de informação. É que a rádio é muito mais um meio de

comunicação do que um meio de informação, ainda que disponha de condições altamente favoráveis à disseminação instantânea de notícias.

Sendo parte de todo o processo de comunicação, a informação é o componente formal de toda a situação comunicativa. Na perspectiva da teoria matemática da comunicação de Shannon e Weaver (1949), a informação é aquilo que circula, uma espécie de objeto que atravessa o fluxo de comunicação entre uma fonte destinadora e um recetor. Criada para ser um canal ao serviço destes fluxos, a rádio abandonou há muito o estatuto de via de transmissão inventada por Marconi. Tornou-se com o tempo num modo de comunicação que se define pelo contacto, pela relação, pela interação e pela partilha não apenas de ideias e de informação mas também de emoção, de sentimentos e de sensações. Compreendendo todas estas ações, a rádio não tem outro espírito senão o de construir comunidades e de se constituir como uma vasta rede social, tão intensa em matéria de vínculos afetivos como será hoje, por exemplo, o Facebook.

No início das emissões radiofónicas, pelos anos 1920 e 1930, as famílias e os vizinhos costumavam juntar-se à volta de um aparelho de rádio para ouvir alguns espetáculos, música e teatro. Havia na rádio uma aptidão para agregar pessoas e dar-lhes motivos para estender conversas e comentários sobre a atmosfera sonora criada pela emissão. Por outro lado, embora os microfones da rádio também sejam sensíveis à dor e a registem com a frequência com que as notícias fazem sofrer, a comunicação radiofónica tem propriedades festivas que favoreceram a sua capacidade para criar laços.

Com a diversificação da oferta de estações comerciais e com os avanços tecnológicos – que criaram aparelhos cada vez mais pequenos –, ouvir rádio tem-se tornado, contudo, um comportamento cada vez mais individualizado, à semelhança de uma tendência que se tem agudizado em muitas outras práticas de consumo cultural. Escapam quiçá desta regra de escuta privada alguns contextos profissionais onde a sintonia continuará porventura a ser uma ação partilhada. O que mantém sob novas formas o conceito de comunidade inerente à atuação da rádio. Ainda que de modos diversos dos tempos de ouro deste meio, a conexão a uma estação continua a ser um sinal de pertença a um grupo de interesses e de gostos, de preferências musicais, às vezes da mesma religião e quase sempre de uma mesma sensibilidade humorística.

Os estudos clássicos de recepção e de audiências definem-se frequentemente por uma preocupação com a caracterização sociodemográfica dos ouvintes. E alguns destes indicadores descrevem o retrato de grupos que, em certa medida, criam comunidades específicas. É por isso que a história da rádio está cheia de exemplos de programas cujos ouvintes fazem parte de grupos de fãs, têm blogues ou páginas no Facebook, interagem fora da emissão, normalmente em redes sociais para onde hoje se expandem as conversas que antes juntavam fisicamente as pessoas e criam plataformas para partilhar informação adicional sobre um tipo específico de música ou sobre um grupo desportivo ou mesmo sobre outro qualquer interesse comum. É o perfil comunitário próprio de todas as estações de rádio que encoraja estas formas de dinâmica coletiva.

Alguns programas de emissoras locais continuam a funcionar hoje como uma espécie de café onde as pessoas se encontram para conversar.<sup>5</sup> Falando com o animador por telefone, os ouvintes falam na verdade entre si, alimentando o sentido de comunidade que existe na maioria destes projetos radiofónicos. Por outro lado, a relação de intimidade que se estabelece entre os produtores e os ouvintes também contribui para o sentimento de pertença a um grupo. Incomparável, portanto, a qualquer outro meio, a rádio tem-se revelado como um espaço que exerce mais do que uma relação com uma massa anónima de ouvintes. Ela é, pelo contrário, o lugar de uma "relação quase interpessoal que se estabelece entre os profissionais da palavra e os ouvintes". (OLIVEIRA, 2013, p. 186) Por isso, agregação é uma característica que deve ser tomada como fundamental na descrição da rádio como meio. Para além

---

5 Na primavera de 2013, floresceu em Portugal um debate público sobre o papel que as rádios locais têm em algumas regiões do país. Gerada a propósito do anúncio do fim do programa "Bom dia Tio João" que estava no ar diariamente há 20 anos numa rádio transmontana, esta discussão suscitou uma reflexão sobre o papel das rádios locais em termos de sociabilidade. O apresentador, que se tornou com o tempo uma espécie de tio de uma grande família, havia dado início às emissões em 1989 com uma locução em que anunciava: "Bom dia, eu sou o Tio João e quero criar a maior família do mundo". Criando laços muito intensos com os seus ouvintes, o autor do programa recolheu a solidariedade daqueles com quem se "encontrava" todas as manhãs e o programa voltou a estar no ar. Embora modesto, este caso é um exemplo de como o público pode criar expectativas de diálogo e estabelecer contratos de companhia em tudo semelhantes ao ato de ir a um café e encontrar amigos.

de ser universal, simultânea e instantânea (PORTELA, 2011), a rádio também funciona como um agregador, ainda que este efeito pouco tenha a ver com a circunscrição geográfica a uma determinada localidade.

## RESSONÂNCIAS NA WEB

A experiência da internet é seguramente a experiência mais radical, mais promissora e mais desconcertante, ao mesmo tempo, que os meios de comunicação tradicionais tiveram que enfrentar. Aspirando a ser tudo em simultâneo, texto, som, imagem, imediatismo, globalidade, a internet tornou-se a fonte de todas as oportunidades e perigos. Para a rádio ela começou por significar um novo dispositivo de difusão e uma montra formal das empresas radiofónicas que aí apenas disponibilizavam informação quase exclusivamente institucional. Mas a reacomodação do meio nas páginas web depressa viria a exigir uma estratégia de reinvenção como nunca antes a rádio tinha enfrentado, ou talvez equiparável apenas ao impacto revolucionário proporcionado pela digitalização e pelas consequentes novas formas de registo e edição do som.

[227]

Falar hoje de rádio e internet, ou de como a rádio ressoa na internet, significa problematizar muito mais do que um meio adicional de distribuição sonora. Não se tratando apenas de uma mudança de suporte, ou seja, da retransmissão da rádio pela internet, a mudança que este meio tem vindo a enfrentar está muito para além de se dar a ouvir noutro espaço. É por essa razão que Cebrián Herreros (2008, p. 24) procura distinguir a denominação de “rádio por Internet” de “rádio na Internet”. Segundo o autor, a primeira designação “refere-se a uma conceção instrumentalista de Internet como mero suporte de difusão”; a segunda, por seu lado, “rompe com a conceção puramente instrumental e passa a outra em que se estabelece um vínculo entre ambos os termos [rádio e Internet]”.

As ressonâncias da rádio na internet projetam assim uma conceção nova, que menos tem a ver com a expansão da noção de rede – de que a rádio tradicional hertziana já era promotora – e mais com a ideia de uma redefinição de carácter. Não espanta, pois, que a internet seja ainda um lugar de desconfortos,

onde a rádio se descobre, de alguma maneira, em crise de identidade. Como lembra Pedro Portela (2011, p. 49), a reconfiguração da rádio tem-se feito especialmente “pela aproximação às especificidades essenciais da comunicação na Internet, como sejam a hipertextualidade, a interatividade e a expressão multimédia”. Por isso, ainda que “mantendo a difusão sonora como fio de ligação ao passado” (PORTELA, 2011, p. 49), a rádio na internet transfigura-se num meio novo, quase irreconhecível na sua marca assumidamente sonora.

No âmbito de um projeto que tem como finalidade a análise da migração progressiva da rádio tradicional para a web<sup>6</sup>, confirma-se que a adaptação da rádio a esta nova fase se tem feito à custa do abandono das suas características convencionais. É por essa razão que a internet tem sido para a produção radiofónica uma experiência algo embaraçosa, marcada por um conjunto de dissonâncias que vão desde a transgressão dos princípios de irreversibilidade e de continuidade até à tolerância a novas linguagens estranhas ao berço sonoro.

[228]

## DISSONÂNCIAS #A RÁDIO AOS PEDAÇOS

A possibilidade de gravar e fragmentar uma emissão de rádio não é nova, embora as ferramentas ao dispor desta ação não tivessem propriamente o intuito de promover um consumo da rádio por partes. Com a internet, porém, os conteúdos radiofónicos repetem-se fora da programação, oferecem-se ao consumo avulso, rompendo com a ideia de irrepetibilidade. É que, para além da funcionalidade de *streaming* direto que permite difundir a emissão contínua, as páginas web das rádios ditas convencionais disponibilizam também a rádio aos pedaços.

Ao impor uma reconfiguração da noção de tempo, de direto e de simultâneo, a internet afastou a rádio da noção de imediatismo. Diz Cebrián Herreros

---

6 Projeto “Estação NET: moldar a rádio para ambiente web”, desenvolvido no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, com financiamento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (Ref<sup>a</sup> FCT PCDT/CCI-COM/122384/2010).

(2008, p. 51) que "há uma combinação entre a sequência de 24 horas de emissão e uma programação não sequencial ou justaposta". De par com a fragmentação progressiva das audiências, cada vez mais divididas por uma oferta mais diversificada tanto quantitativa quanto qualitativamente, a fragmentação dos produtos radiofônicos, oferecidos a retalho nos comandos de *audio-on-demand* retira da narrativa sonora o signo de um tempo que não volta atrás. Fora, portanto, das lógicas de fluxo contínuo, marcadas pela simultaneidade entre a produção e a recepção, as produções radiofônicas tornam-se portáteis e transmissíveis, precisamente porque têm uma condição "intrinsecamente assíncrona", como assinala Pedro Portela (2011, p. 54).

O que perde do instantâneo da comunicação radiofônica, dessa ideia de aqui e agora, é, contudo, inversamente proporcional ao ganho em termos de memória. O que não deixa de ser dissonante relativamente à condição original da rádio. Na sua traça primitiva, a rádio definia-se pelo efêmero, pelo esgotamento no próprio momento. A memória da rádio era, por isso, essencialmente a memória do ouvido. Na internet, ao invés, a memória é a da máquina que guarda, que arquiva, que organiza. A longevidade da rádio estava em conversas marginais do quotidiano, num ou noutro apontamento de jornal. Hoje, a longevidade estende-se pelas redes sociais adentro, onde se partilha, se sugere, se recomenda, se exalta ou se recrimina uma determinada transmissão.

[229]

Central na definição da narrativa radiofônica, o conceito de tempo está também profundamente vinculado à ideia de comunidade a que se fazia alusão anteriormente. Muito embora o perímetro de uma comunidade não se reduza a uma definição meramente territorial nem a uma expressão física delimitada no espaço, a comunidade de ouvintes que se "reúne" em simultâneo na hora da transmissão hertziana desestrutura-se, porém, em processos de individuação e desencontro, próprios do tempo a que cada um acede a um determinado produto. Ou seja, não é só em relação à produção/emissão que a recepção é assíncrona. É também entre os próprios ouvintes entre si, dado que cada um pode ouvir à hora que pessoalmente lhe for mais conveniente e não à hora marcada na programação sequencial. Revolver o tempo da narrativa é, assim, também revolver o tempo do encontro virtual daqueles cujo motivo de reunião era ouvir ao mesmo tempo.

## DISSONÂNCIAS #A LINGUAGEM CONTAMINADA

A mudança mais cara imposta pela internet à rádio está, no entanto, situada no domínio da linguagem. Apesar de nunca se ter “envergonhado” de ser um meio exclusivamente sonoro, na web, a rádio não conseguiu escapar à aprendizagem de linguagens estrangeiras à sua natureza. Pela necessidade de adotar uma configuração multimédia, incorporou a urgência de se dar a ver. Aprendeu a linguagem do vídeo, da fotografia, do texto escrito, contaminando o som de todas as formas de expressão de que o manteve imune até ao surgimento da internet.

Aceder ao *site* de uma rádio<sup>7</sup> significa aceder a um espaço de convergência mediática onde muitas vezes não se distingue a marca original do meio sonoro que lhe deu origem. O som é muitas vezes o último recurso disponível nestes espaços onde a rádio se mostra, e um recurso relativamente escondido. Sendo visual, o primeiro contacto com o *on-line* – que é mais espaço do que tempo, razão pela qual só pode ser visual a forma de abordagem – faz-se por intermédio de imagens e de texto escrito. A mensagem sonora é a última oferta de um meio que, apesar de algumas metamorfoses, continua a chamar-se rádio.

Construindo uma nova estrutura discursiva, aberta a elementos que costumava dispensar, “a rádio na Internet passa a ser um meio em que a multimedialidade, hipertextualidade e interatividade são fatores determinantes na sua linguagem específica”. (PORTELA, 2011, p. 53) Prestável aos anseios de consumo multimediático, esta nova rádio da chamada sociedade em rede compromete as razões que a singularizaram na história dos média. Trai-se a si própria ao buscar na convergência a visibilidade do que por natureza não se vê, ao ocultar no olho a alma das coisas a que só se chega pelo ouvido. Discordando da sua própria matriz genética, a rádio na internet revela-se no avesso do que a tornava um meio mágico, um meio cheio dos mistérios do oculto.

---

7 Note-se que todo o texto é centrado na migração da rádio tradicional para a web e não na noção de ciberrádio. Por isso, ao supor-se o acesso ao *site* de uma rádio sugere-se exclusivamente o acesso ao espaço de uma rádio convencional que também tem “alojamento” na web, sem referência a projetos que tenham nascido exclusivamente *on-line*.

As vozes que só se associavam a rostos imaginários estão hoje identificadas nos sites e nos vídeos que se propagam pelas redes sociais. A arquitetura dos estúdios de onde o locutor sussurrava aos ouvintes está exposta em vídeos que desvendam a casa imaginária das palavras e da música. Ao mesclar a linguagem sonora que ecoava do lado de lá dos aparelhos recetores, a rádio desfaz uma parte dos enigmas que a tornavam tão apaixonante.

A instalação da rádio na internet é uma inevitabilidade, uma saída inescapável para um meio que não pode existir à margem dos desafios da sociedade em rede. Embora o mundo seja cada vez mais ruidoso, como sugere David Hendy (2013, p. 312), e pareça “crescer um desejo de voltar as costas ao barulho”, o silêncio tem uma qualidade apenas ilusória. Por isso, se a rádio tem futuro, isto é, se ela pode ainda resolver as dissonâncias que tem experimentado, é pelo regresso ao som e não pela cedência às chamadas linguagens emergentes que ela pode continuar a ser um meio não apenas viável mas absolutamente fundamental.

[231]

## **Referências**

- ALCUDIA BORREGUERO, M. *Nuevas perspectivas sobre los generos radiofónicos*. Madrid: Editorial Fragua, 2008. 210 p.
- BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Barcelona: Cátedra, 2004. 250 p.
- CAMMAERTS, Bart. Community radio in the West. A legacy of struggle for survival in a state and capitalist controlled media environment. *The International Communication Gazette*, v. 71, n. 8 p. 635-654, 2009
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1, 571 p.
- CAVELIER, P.; MOREL-MAROGER, O. *La radio*. 2. ed. Paris: PUF, 2008. 127 p.
- CEBRIÁN HERREROS, M. *La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. Buenos Aires: La Crujía, 2008. 294 p.
- CRISELL, Andrew. *Understanding radio*. 2. ed. London: Routledge, 1994. 242 p.



GERVEREAU, L. *Histoire du visuel au XXe siècle*. Paris: Éditions du Seuil, 2000. 534 p.

HENDY, D. *Noise: a human history of sound & listening*. London: Profile Books, 2013. 382 p.

JEANNENEY, J.-N. *Uma história da comunicação social*. Lisboa: Terramar, 1996. 303 p.

JEDRZEJEWSKI, S. (Ed.). *The medium with promising future*. Lublin: Wydawnictwo KUL, 2007. 188 p.

LABELLE, B. *Background noise: perspectives on sound art*. New York, London: Continuum, 2008. 336 p.

LASSWELL, H. *Propaganda technique in the world war*. Massachusetts: The MIT Press, 1971. 268 p.

LAZARSELD, P. *Radio and the printed page: an Introduction to the study of radio and its role in the communication of ideas*. New York: Duell, 1940. 354 p.

OLIVEIRA, M. Sounds and identity: the role of radio in community building. In STACHYRA, G. (Ed.). *Radio: community, challenges, aesthetics*. Lublin: Maria Curie-Skłodowska University Press, 2013. p. 177-188.

PORTELA, P. *Rádio na internet em Portugal: a abertura à participação num meio em mudança*. Ribeirão: Humus, 2011. 144 p.

SHANNON, J.; WEAVER, W. *The mathematical theory of communication*. Illinois: University of Illinois Press, 1949.