

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIAS
EDUCACIONAIS EM REDE
MESTRADO PROFISSIONAL EM TECNOLOGIAS EDUCACIONAIS
EM REDE**

Angélica Moreira Pereira

**WEBRÁDIOS UNIVERSITÁRIAS: REALIDADES, DESAFIOS E
POSSIBILIDADES PARA A EDUCOMUNICAÇÃO**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**Santa Maria, RS, Brasil
2016**

Angélica Moreira Pereira

**WEBRÁDIOS UNIVERSITÁRIAS: REALIDADES, DESAFIOS E POSSIBILIDADES
PARA A EDUCOMUNICAÇÃO**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado do Programa em Pós-Graduação em Tecnologias Educacionais em Rede, área de concentração em Tecnologias Educacionais em Rede para Inovação e Democratização da Educação, como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Tecnologias Educacionais em Rede**.

Professor Orientador: Dra. Rosane Rosa

Santa Maria, RS, Brasil
2016

Angélica Moreira Pereira

**WEBRÁDIOS UNIVERSITÁRIAS: REALIDADES, DESAFIOS E POSSIBILIDADES
PARA A EDUCOMUNICAÇÃO**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado do Programa em Pós-Graduação em Tecnologias Educacionais em Rede, área de concentração em Tecnologias Educacionais em Rede para Inovação e Democratização da Educação, como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Tecnologias Educacionais em Rede**.

Aprovado em 19 de agosto de 2016:

Rosane Rosa, Dra. (UFSM)
(Presidente / Orientadora)

Marciel Aparecido Consani, Dr. (USP)

Vera Lucia Spacil Raddatz, Dra. (UNIJUÍ)

Santa Maria, RS
2016

AGRADECIMENTOS

Agradeço:

Primeiramente aos meus pais Sônia e Milton pelos incentivos ao estudo, por me mostrarem que não existe herança que supere o investimento na educação. Eles são meus principais incentivadores;

À minha irmã Lucélia, que mesmo longe geograficamente sempre esteve presente me apoiando e enviando vibrações positivas;

Aos meus avós Santa e Beraldo pelas doces palavras nos almoços em família, nos cafés da tarde e nos quitutes caseiros enviados para me ajudar nas leituras e nos estudos;

Ao meu noivo e grande parceiro de caminhada Leandro, que entendeu minha ausência em determinados momentos e mesmo assim sempre esteve ao meu lado ao longo destes cinco anos;

À minha orientadora professora Dra. Rosane Rosa, que desde o começo do processo seletivo se mostrou muito honesta em sua conduta, transparente e uma profissional dedicada no seu fazer docente.

À professora Dra. Nair Prata pelas ricas contribuições na banca de qualificação do mestrado;

Ao professor Dr. Marciel Consani pelo acompanhamento e leitura atenta do trabalho desde a qualificação até a defesa final;

À professora Dra. Vera Raddatz por ter aceito o convite de participar da banca final do mestrado;

Aos coordenadores das webrádios das Universidades Federais do Brasil que participaram e contribuíram com esta pesquisa;

Aos meus colegas de trabalho do Centro Universitário Franciscano, em especial as professoras do curso de Publicidade e Propaganda, por sempre me incentivarem e acreditarem em mim;

Ao Programa de Pós-Graduação em Tecnologias Educacionais em Rede (PPGTER) da Universidade Federal de Santa Maria e à atenciosa secretária do curso, Angelita Zimmermann, pelos esclarecimentos e ajuda durante os 24 meses do mestrado;

Aos colegas do mestrado, pessoas maravilhosas que tive o prazer de conhecer.

Obrigada a todos e a todas que de alguma forma contribuíram para que este trabalho seja concretizado.

RESUMO

WEBRÁDIOS UNIVERSITÁRIAS: REALIDADES, DESAFIOS E POSSIBILIDADES PARA A EDUCOMUNICAÇÃO

AUTORA: ANGÉLICA MOREIRA PEREIRA
ORIENTADOR: ROSANE ROSA

O presente projeto de pesquisa volta-se para a temática das Rádios Universitárias das Universidades Federais do Brasil, classificadas como webrádios. A questão que se pretendeu investigar é como se dão os processos e estratégias comunicacionais e educacionais no espaço multimídia, ou seja, como as rádios universitárias convergem entre os campos da comunicação e da educação, na perspectiva do paradigma educomunicativo? A partir disso, o objetivo geral foi investigar os processos comunicativos e educativos no espaço multimídia das webrádios das Universidades Federais do Brasil, ou seja, como as rádios universitárias convergem entre os campos da comunicação e da educação. Já os objetivos específicos foram: a) mapear as webrádios das universidades federais do Brasil; b) conhecer os usos, as apropriações, interações, as temáticas, os formatos e as funções das rádios na internet e c) analisar a especificidades das webrádios na internet a partir dos seus respectivos sites. A pesquisa é de natureza exploratória, caracterizada como quali-quantitativa, utilizando como técnicas de coleta de dados o questionário *on-line* hospedado no *Typform*, enviado aos coordenadores das rádios web, no qual contém perguntas abertas e fechadas. Além disso, é feita uma análise dos sites das rádios a partir dos critérios de usabilidade das homepages. O corpus da pesquisa é integrado pelas oito webrádios existentes nas Universidades Federais do Brasil. Podemos concluir que as rádios se caracterizam, na maioria das vezes, como pedagógicas e educativas, sendo os principais benefícios da prática radiofônica a aprendizagem acadêmica e o contato com a comunidade. Algumas dificuldades encontradas pelas webrádios foram a adaptação ao formato na web e a falta de incentivos e investimentos das universidades.

Palavras-Chave: Webrádio; Comunicação e Educação; Educomunicação.

ABSTRACT

This research project aims to study the Radio University of the Federal Universities of Brazil, classified as webradios. It was intended to investigate how the communicative and educational processes and strategies develop in the multimedia space, thus, the college radio converge between the fields of communication and education, from the perspective of educommunicative paradigm?. The overall objective was to investigate the communicative and educational processes in the multimedia space of webradios of Federal Universities in Brazil, as the college radio converge between the fields of communication and education. The specific objectives were: a) mapping the webradios of federal universities in Brazil; b) knowing the uses, appropriations, interactions, themes, formats and functions of internet radio and c) analyzing the specificities of webradios the Internet from their respective sites. The research is exploratory in nature, characterized as qualitative and quantitative. Its data collection techniques was an online questionnaire hosted on Typform. It was sent to the coordinators of the web radios and contained open and closed questions. Moreover, an analysis of the radios websites was made from the homepages usability criteria . The corpus of the research is comprised of the eight existing webradios the Federal Universities of Brazil. We could conclude that the radios are characterized, in most cases, as pedagogic and educational, presenting as main benefits of radio practice the academic learning and the contact with the community. Some difficulties encountered by webradios were the adaptation to the web format and the lack of incentives and investments of universities.

Key words: Webradio, Communication and Educations, Educommunication

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Página inicial da Rádio Web UFPA	70
Figura 2 – Página inicial do site da Webradio UFAC	78
Figura 3 – Página inicial da Audioativo Webradio	80
Figura 4 – Fanpage e Twitter da rádio	85
Figura 5 – Página inicial da Rádio Ponto	87
Figura 6 – Fanpage e Twitter da Rádio Ponto UFSC	89
Figura 7 – Página inicial Porto Capim	91
Figura 8 – Marcas que apoiaram o projeto	95
Figura 9 – Twitter e Facebook da Rádio Porto do Capim	95
Figura 10 – Página inicial Rádio Web Agroecologia	98
Figura 11 – Página inicial da Rádio UNIFEI	101
Figura 12 – Twitter e Facebook da Rádio UNIFEI	103
Figura 13 – Twitter e Fanpage da Rádio Web UTFPR	105

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Tabela da radiodifusão	43
Tabela 2 – Universidades Federais que não possuem rádio	64
Tabela 3 – Universidades Federais que possuem rádio com presença na web	65
Tabela 4 – Universidades Federais que possuem webradio	67
Tabela 5 – Universidades Federais que utilizam o rádio como espaço experimental	67
Tabela 6 – Critérios de análise das rádios web	68
Tabela 7 – Programas da Rádio UFPA	71
Tabela 8 – Interprogramas da Rádio Web UFPA	75
Tabela 9 – Menus secundários da página inicial do Audioativo Webradio	81
Tabela 10 – Programas da Audioativo Webradio	82
Tabela 11 – Programação da Rádio Ponto UFSC	87
Tabela 12 – Programação da webradio Porto do Capim	92
Tabela 13 - Programação da Rádio UNIFEI	101
Tabela 14 – Respostas da questão 12	117
Tabela 15 – Dificuldades e desafios encontrados na gestão de uma webradio	120

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Razões pelas quais as pessoas acessam a internet	48
Gráfico 2 – Participação da elaboração da grade de programação e da reunião de pautas ..	111
Gráfico 3 – Caracterização da rádio como laboratório?	112
Gráfico 4 – Práticas desenvolvidas na webradio	113
Gráfico 5 – Características da webradio	116
Gráfico 6 – Principais benefícios da prática radiofônica	119

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO: UM OLHAR DE COMPLEMENTARIDADE ..	18
2.1 APONTAMENTOS HISTÓRICOS DO CAMPO DA EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO	20
2.2 PRINCÍPIOS PEDAGÓGICOS DA EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO A PARTIR DE MÁRIO KAPLÚN E PAULO FREIRE	22
2.2.1 Kaplún e sua contribuição para o meio radiofônico	25
2.3 A EDUCOMUNICAÇÃO A PARTIR DO NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO (NCE)	31
2.4 ECOSSISTEMAS COMUNICATIVOS.....	33
3 DO RÁDIO ANALÓGICO AO RÁDIO WEB	37
3.1 O RÁDIO BRASILEIRO NASCE EDUCATIVO.....	37
3.2 RÁDIOS TRADICIONAIS AM/FM	41
3.3 RÁDIOS COMUNITÁRIAS E LIVRES.....	43
3.4 WEBRADIO: DEFINIÇÕES E CARACTERÍSTICAS.....	47
3.4.1 Usabilidade das homepages.....	55
4 PROCESSOS METODOLÓGICOS, DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS SITES DAS WEBRÁDIOS.....	59
4.1 NATUREZA, MÉTODO E TÉCNICAS DA PESQUISA	60
4.2 CORPUS DA PESQUISA	63
4.3 PROTOCOLO DE ANÁLISES.....	68
4.4 DESCRIÇÃO DAS RÁDIOS WEB.....	69
4.4.1 Rádio web UFPA.....	69
4.4.1.1 Usabilidade da <i>homepage</i> da rádio UFPA	77
4.4.2 Rádio UFAC	77
4.4.2.1 Usabilidade da <i>homepage</i> UFAC	79
4.4.3 Audioativo webrádio UFRJ.....	80
4.4.3.1 Usabilidade da <i>homepage</i> Audioativo.....	85
4.4.4 Rádio Ponto UFSC.....	86
4.4.4.1 Usabilidade da <i>homepage</i> Rádio Ponto UFSC	90
4.4.5 Webrádio Porto Capim.....	90
4.4.5.1 Usabilidade da <i>homepage</i> Porto do Capim	96
4.4.6 Radioweb Agroecologia	97
4.4.6.1 Usabilidade da <i>homepage</i> Radioweb Agroecologia	99
4.4.7 RádioUNIFEI.....	103
4.4.7.1 Usabilidade da <i>homepage</i> UNIFEI	104
4.4.8 Rádio UTFPR	105
4.4.8.1 Usabilidade da <i>homepage</i> UTFPR	106
5- ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS	109
5.1 ANÁLISE DO INSTRUMENTO DE PESQUISA	109
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	122
REFERENCIAIS	127
APÊNDICE A	132
APÊNDICE B	133
APÊNDICE C	135
APÊNDICE D	140
APÊNDICE E.....	147

1. INTRODUÇÃO

O cenário mundial das práticas comunicacionais e educacionais está mudando e com eles, a evolução tecnológica proporciona diferentes formas de relacionamento e fomenta o surgimento de novas plataformas sociais. Jovens nascidos depois dos anos 90 já estão imersos em uma realidade diferenciada, baseada no compartilhamento das informações, no livre acesso aos diversos conteúdos e múltiplas possibilidades de utilização da internet por meio de celulares, computadores, *tablets*, entre outros.

A web 2.0 possibilitou um ambiente em que os sujeitos podem experimentar novas formas de contato, de relações interpessoais e a participação e difusão de conteúdos multimídia, tais como textos, imagens e sons que são produzidos pelos próprios usuários. Spadaro (2014, p.10) alega que toda informação postada nas redes sociais é reelaborada de imediato, ou seja, entra em uma rede de relações entre pessoas e outros conteúdos. Ele exemplifica ao referir que “um artigo que apareceu em um diário *on-line* pode ser comentado em um blog, para depois ser aprofundado graças à edição de conteúdos de áudio e vídeo”. Este é o sentido da web 2.0, ou seja, a participação entre os usuários, o compartilhamento.

Tapscott e Williams (2006) complementam afirmando que ninguém gasta mais tempo com a internet do tipo "publique e navegue". Cada vez mais as pessoas preferem participar de uma nova geração de comunidades produzidas por usuários nas quais eles mesmos interagem e criam juntamente com seus colaboradores. Os *prosumers* (produtores e consumidores) entram nesta nova realidade das mudanças tecnológicas produzidas nos últimos anos, compreendendo indivíduos são receptores ativos no processo de comunicação. Aparici e Osuna (2014) defendem que este novo cenário exige novas abordagens tecnológicas, pedagógicas e comunicativas, que vão além do uso de uma ferramenta.

Diante dessas mudanças, o campo educacional também sofre mudanças e alterações no processo de ensino e aprendizagem, tanto dos discentes, quanto dos docentes. Em muitos casos, a utilização de tecnologias nos ambientes de aprendizagem corresponde a um uso tecnicista, sendo apenas adaptadas às atividades e rotinas do cotidiano. Barroso (2014) expõe que a mentalidade da cultura tradicional como prioridade à autoridade e ao saber do professor torna o espaço educativo centralizado em um tempo e espaço físico, a formas tradicionais de ensino, pois a aprendizagem inicia e termina na ferramenta utilizada, sendo além de tecnicista, funcionalista, pois os objetivos e a avaliação priorizam o conteúdo curricular.

O educador Paulo Freire, em meados do século XX, ressaltou a importância de alfabetizar para que a partir da leitura e da escrita ocorressem as transformações nos indivíduos, significando que o conhecimento gerava oportunidades de melhorar o ambiente próximo, e conseqüentemente, da sociedade. Atualmente, o que se percebe é uma mudança social atravessada pela cultura tecnológica que afeta e instiga mudanças, tanto no campo educacional, quanto no campo midiático – de consumo e de produção dos meios de comunicação.

Jenkins (2009) aborda a questão da convergência dos meios como um processo que altera a lógica de produção de conteúdo e a lógica de consumo dos meios de comunicação, conseqüentemente, alterando também, a lógica comercial, social e educacional. Não distante, a partir dessas mudanças do perfil dos consumidores, as Instituições de Ensino também enfrentam desafios de como lidar com a realidade em que muitos jovens se encontram, acostumados com as formas colaborativas de participação nas redes. Jenkins (2009) sugere um trabalho conjunto de toda a comunidade, afirmando que a “ação comunicativa” não pode estar fechada em uma sala de aula, nem a um programa, nem na relação entre aluno e professor.

Visto deste lugar e relacionando as webrádios com os meios sendo utilizados como suporte no processo de ensino-aprendizagem, alguns podem pensar que os novos meios substituirão os velhos e que a cultura digital suprimirá a cultura impressa. Entretanto, a história mostra o oposto, pois a fotografia se inspirou na pintura, o cinema na fotografia, a televisão no rádio, e assim por diante. “Velhas e novas mídias colidem. Os velhos meios de comunicação nunca morrem, nem desaparecem. O que morre são as tecnologias de distribuição (CD’s, MP3, Fita cassete), etc.” (JENKINS, 2009, p. 29).

Corroborando com Jenkins (2009), pode-se abordar o rádio como um meio que passou e ainda passa por inúmeras transformações, desde o seu formato físico até as distintas formas de distribuição e consumo do seu conteúdo. Desde o seu surgimento no Brasil, em meados de 1920, era um meio restrito a poucas pessoas, em função do alto valor dos receptores, necessitando associar-se para ter acesso ao conteúdo radiofônico. Segundo Citelli et al (2014), nas primeiras décadas do século XX, no Brasil, o rádio tinha enorme importância cultural, informativa e mesmo educacional. Cabe observar que 75% da população vivia no campo e 80% do total da população era analfabeta. Os educadores Roquette-Pinto e Anísio Teixeira identificaram no veículo radiofônico uma grande possibilidade para ajudar a reverter o cenário de abandono dos brasileiros à educação formal. Ambos os educadores revelaram uma

profunda compreensão sobre a importância do rádio para mediação dos processos de alfabetização e de difusão cultural.

Hoje, é sabido desta importância cultural que este meio exerce na sociedade, e por ser possível acessá-lo facilmente pela internet, pelos telefones celulares, computadores e até aparelhos de televisão, é o meio em que provavelmente vai se consolidar, de maneira satisfatória, na arena digital, graças a sua mobilidade e sua versatilidade.

Falar que o rádio é o companheiro inseparável de milhares de pessoas que estão em casa, no trabalho, no carro ou no transporte público, torna-se lugar comum. Conforme Blois (2004) o Brasil conta atualmente com o segundo maior parque de radiodifusão do mundo. Segundo o site do Ministério das Comunicações¹, existem mais de 10 mil outorgas espalhadas pelo país. De todos os meios de comunicação, o rádio é o que mais se aproxima democraticamente das massas, atingindo 55 milhões² de lares brasileiros. O papel socioeducativo que ele ocupa, em função de sua linguagem clara e de fácil entendimento para todas as classes sociais, ficou nítido desde o seu surgimento no Brasil e fez com que ele se tornasse o segundo meio mais utilizado pelos brasileiros, ficando atrás somente da televisão.

Neste panorama, de acordo com Gaia (2001), o rádio vem sendo utilizado, experimentalmente, de maneira bem-sucedida, com outras mídias, tornando-se uma valiosa fonte de informação e propostas pedagógicas, que tenham “a midialidade e a intermidialidade com base metodológica” (p.85). O objetivo do rádio inserido nas escolas ou universidades, por exemplo, é transmitir em circuito aberto ou semifechado, no interior da mesma, conteúdos que possibilitam aos alunos a produção de seus próprios conteúdos radiofônicos, sob a orientação de educadores.

Nas escolas e nas universidades, podem ser encontrados diversos tipos de rádios inseridos no ambiente educacional. Para esta pesquisa, cabe diferenciar as terminologias referentes ao seu uso. Rádio convencional, tradicional ou hertziana é a denominação para as emissoras que detêm concessão junto à Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) e transmitem em ondas médias, amplitude moderada, ondas tropicais, ondas curtas e frequência modulada. Rádio na internet é a denominação para as emissoras radiofônicas convencionais que também transmitem sua programação via internet. As rádios classificadas como web – foco desta pesquisa – são destinadas para as emissoras que foram construídas e tem seu conteúdo transmitido unicamente pela internet, ou seja, não possuem frequência AM ou FM.

¹Ministério das Comunicações. Disponível em <http://www.mc.gov.br/espaco-do-radiodifusor>. Acesso em 20 de julho de 2015.

² Informações do Mídia Dados 2015. Disponível em <https://mdi.dados.media/>. Acesso em 20 de julho de 2015.

Com a internet, o rádio web supera suas limitações, pois passa a oferecer recursos de interatividade, agregar imagens e outros recursos cabíveis, diminuindo de forma considerável a distância entre o próprio rádio e os ouvintes. Passamos a ter um ouvinte que além de escutar a programação também pode interferir, enviar comentários e, quem sabe, também emitir. Se antes o rádio precisava de concessões governamentais, agora, na web, o espaço torna-se ilimitado, já que o compartilhamento das informações não depende mais de ondas eletromagnéticas, mas sim, de canais da rede.

A partir dessas mudanças culturais, sociais e educacionais provocadas pelas novas tecnologias e pelos reflexos que estas provocam no campo da educação e comunicação, a premissa básica desta pesquisa refere-se ao estudo das webrádios universitárias, caracterizando-se por ser de natureza experimental, atual e inovadora na estrutura, formatos e conteúdos. O papel do rádio na educação contabiliza expressivas realizações, tanto na educação formal, quanto na não formal e informal, pois tem potencial para contribuir na construção da cidadania uma vez que pode atingir as mais diversas camadas sociais. Pode-se afirmar como hipótese que este espaço ocupado pelas webrádios nas universidades caracteriza-se, também, pelo cunho educativo, plural, dialógico e comunitário, de modo a buscar a participação e a interação dos envolvidos no processo de produção, circulação e consumo do conteúdo.

Sendo assim, a problemática que se estabelece é a investigação de como as rádios web universitárias brasileiras atuam na interface entre a comunicação e a educação? Como se dá a organização, a gestão, o estabelecimento de métodos, procedimentos e ações entre os sujeitos envolvidos no processo das rádios que podem ser descritos e analisados na tentativa de aproximação do paradigma educacional? Qual a relação com a comunidade externa à Universidade, quais os espaços de interação e participação? Os educandos utilizam a rádio como um espaço dialógico, pedagógico e questionador? O que se vislumbra a partir deste problema de pesquisa, definido como objetivo geral, é compreender os processos e estratégias comunicacionais no espaço multimídia, ou seja, como as webrádios universitárias convergem entre os campos da comunicação e da educação. Acredita-se que as webrádios não foram criadas com o intuito de seguir um modelo educacional, por isso, o foco da pesquisa é encontrar pontos em comum, convergências entre os conceitos e práticas trabalhadas na educação com as práticas das webrádios das universidades federais que se encontram inseridas em um espaço de interface entre a comunicação e a educação.

Definido isto, estabeleceu-se os seguintes objetivos específicos: a) mapear as webrádios das universidades federais do Brasil; b) conhecer os usos, as apropriações,

interações, as temáticas, os formatos e as funções das rádios na internet e c) analisar a especificidades das webrádios na internet a partir dos seus respectivos sites.

Faz-se necessário justificar a presente pesquisa pelo viés do campo de interface entre a comunicação e educação e/ou da educomunicação e para o programa de Pós-Graduação em Tecnologias Educacionais em Rede da Universidade Federal de Santa Maria. O campo de pesquisa envolvendo o meio rádio não é novo, pois analisando apenas os trabalhos publicados no Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom³ datados do ano de 2010 até 2014, somam-se 217 pesquisas referentes ao meio rádio em suas diversas atuações. No que diz respeito ao rádio e a educomunicação, pesquisou-se os trabalhos publicados nas três edições do EDUCOM SUL (2013, 2014 e 2015), totalizando 16 artigos com relatos de experiências do meio radiofônico em sala de aula. Entretanto, o enfoque da inserção do rádio na internet, as novas possibilidades trazidas a partir da união de um meio tradicional e massivo com a rede a partir do viés comunicação e educação e/ou educomunicação pode gerar uma provocação nos profissionais da educação e da comunicação, pois são poucas as pesquisas que abordam estes assuntos de maneira concomitante.

Para o PPGTER – linha de pesquisa Gestão de Tecnologias Educacionais em Rede – o estudo é relevante, pois a webrádio fundamenta-se na utilização das novas tecnologias a partir da evolução e expansão das antigas mídias como é o caso da rádio, como fator preponderante para a educação no processo de expansão dos espaços, sujeitos, metodologias e tempos educativos.

No âmbito pessoal, a temática é cara uma vez que a pesquisadora atua como coordenadora do Laboratório de Áudio TOM⁴, localizado na cidade de Santa Maria, pertencente ao Centro Universitário Franciscano (UNIFRA) onde também é docente do Ensino Superior do curso de Publicidade e Propaganda na mesma Instituição desde setembro de 2012. Pelas práticas diárias com alunos, técnicos, corpo docente e estagiários da rádio, surgiu uma inquietude a respeito das possibilidades e desafios que este meio fascinante e ao mesmo tempo desafiador proporcionaria, se poderia servir de extensão da sala de aula, como um espaço pedagógico e participativo que auxilie no desenvolvimento e no fortalecimento das habilidades dos alunos e professores, bem como servir como espaço dialógico com a comunidade externa.

³ Portal do Rádio - Intercom. Disponível em <https://blog.ufba.br/portaldoradio/gp-radio-e-midia-sonora/congresso-da-intercom-2014/>. Acesso em 29 de setembro de 2015.

⁴ O TOM é o laboratório de áudio do curso de Publicidade e Propaganda da UNIFRA e ocupa o mesmo espaço da Rádio Web Unifra.

É sabido que as práticas educacionais no ambiente escolar trazem melhorias nas relações interpessoais entre a equipe e entre alunos e professores. Sobre isso, Soares (2011) esclarece que estas ações permitem aos membros da equipe, no desenvolvimento de algum projeto - como rádio escolar, jornal mural, entre outros - a motivação para buscar metas comuns, bem como a redução da violência e o domínio da linguagem e da operação dos dispositivos, entre outros benefícios.

A partir disso, para a realização da presente pesquisa, o caminho metodológico adotado será de natureza quali-quantitativa, de caráter exploratório, sendo necessário um levantamento bibliográfico sobre o tema a ser estudado. As webrádios que serão analisadas são emissoras pertencentes às Universidades Federais, totalizando uma amostra de oito (8) rádios. São elas: 1) *Rádio Web UFPA* - Universidade Federal do Pará; 2) *Rádio Web UFAC* - Universidade Federal do Acre; 3) *Webrádio Audioativo* - Universidade Federal do Rio de Janeiro; 4) *Rádio Ponto UFSC* - Universidade Federal de Santa Catarina; 5) *Webrádio Porto Capim* - Universidade Federal da Paraíba; 6) *Rádio Web Agroecologia* - Universidade Federal Rural de Pernambuco; 7) *Rádio Universitária UNIFEI* - Universidade Federal de Itajubá (Minas Gerais) e 8) *Rádio Web UTFPR* - Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

O instrumento de pesquisa adotado é o questionário com perguntas abertas e fechadas, sendo este enviado para os coordenadores das rádios via e-mail ou mensagem privada no Facebook, através do link *on-line* do site *Typform*, facilitando assim, o processo de envio do instrumento para os responsáveis pelas webrádios que se localizam em outros estados.

A dissertação está organizada em capítulos. No primeiro, abordaremos o tema Comunicação e educação: um campo de complementaridade, seguido pelos subcapítulos: 2.1) Apontamentos históricos do campo da educação e comunicação; 2.2) Princípios pedagógicos da educação e comunicação a partir de Mário Kaplún e Paulo Freire; 2.2.1) Kaplún e sua contribuição para o meio radiofônico e 2.3) A educação a partir do núcleo de comunicação e educação (NCE). Nesta primeira parte, serão utilizados os autores Paulo Freire (1973), Mario Kaplún (1978), Pedro Guareschi (2013), Ismar de Oliveira Soares (2011), Roberto Aparici (2014), Maria Aparecida Baccega (1999), Adilson Citelli (2011), André Barbosa (2004), Ângelo Piovesan (2004), Rosana Beneton (2004), Maria Cristina Castilhos Costa e Joan Ferrés i Prats (2014).

No capítulo três, intitulado Do rádio analógico à webrádio, dividido em 3.1) O rádio nasce educativo; 3.2) Rádios tradicionais AM/FM; 3.3) Rádios Comunitárias e livres; 3.4) Webrádio: definições e características e 3.4.1) Usabilidade das *Homepages*, foram

consultados os autores Patrick Charaudeau (2012), Luiz Artur Ferrareto (2001), Marlene Blois (2004), Raquel Severo Alves Neberguer (2012), Cecília Peruzzo (1998), Mauro Sá Rego Costa (2011), Nair Prata (2009), Gisela Swetlana Ortriwano (1985), José Carlos Veronezzi (2009), Jakob Nielsen (2000) e Marie Tahir (2002).

No capítulo quatro, abordaremos os processos metodológicos, descrições e análise das webrádios a partir dos subcapítulos: 4.1) Natureza, método e técnica; 4.2) Corpus da pesquisa; 4.3) Protocolo de análise; 4.4) Descrição das webrádios e 4.4.1) Análise da usabilidade das *homepages*. O capítulo cinco aborda a Gestão, Práticas e Processos das webrádios, a partir da análise dos questionários respondidos pelos coordenadores das rádios e por fim, no capítulo seis, as considerações finais.

2. COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO: UM OLHAR DE COMPLEMENTARIDADE

“Toda atividade comunicativa é uma atividade educativa e vice-versa”, afirma Kunsch (1986, p. 05) ao mostrar a relevância destes dois campos que caminham juntos e se complementam. O debate a respeito destes caminhos faz com que o educador acompanhe de perto as mudanças tecnológicas da comunicação dentro do ambiente educativo, bem como, segundo a autora, faz-se necessário o entendimento acerca da dimensão política, econômica e social desses dispositivos midiáticos e tecnológicos.

O ambiente educacional, enquanto local de difusão da cultura e gerador de conhecimentos, deve interpretar os fatos a partir de um olhar cuidadoso do dia a dia, devendo, portanto, a educação e a comunicação andar juntas na construção de uma sociedade mais crítica, participando ativamente da construção de uma cidadania plena (KUNSCH, 1986).

Guareschi (2013, p. 143) ao analisar a comunicação como uma prática educativa, provoca o leitor a pensar sobre o que é educação e o que é comunicação, pois se a afirmação de que a “comunicação deve ser educativa” for verdadeira, então o que seria a educação? Seu objetivo é mostrar que uma comunicação fundamentada em uma educação problematizadora pode conferir aos envolvidos uma prática diferenciada da comunicação que é praticada nos dias atuais. O autor cita o artigo 221 da constituição de 1988, o qual estabelece os princípios que devem reger a comunicação, colocando em primeiro lugar seu caráter educativo: “Artigo 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios: I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas”.

A partir disso, Guareschi (2013) analisa duas matrizes teóricas contrastantes do que se pensa sobre a educação: 1) corrente comportamentalista ou dos estímulos e 2) corrente dialógica ou problematizadora. A primeira se baseia na ideia de que a aprendizagem se processa a partir de estímulos carregados de significados e de conteúdo que são transmitidos ao aluno. De acordo com o estímulo é que se dará a resposta. Se o estímulo for positivo, faz com que a pessoa reproduza o que o estímulo sugeriu que ela faça; se for negativo pode fazer com que o sujeito reprima o comportamento anterior. O autor salienta:

Não estaríamos muito longe da realidade ao afirmar que, ao examinarmos nossas práticas pedagógicas, nossas práticas didáticas, constatássemos que a quase absoluta maioria dos métodos empregados em nossas agências educativas (escolas, igrejas, famílias etc.) ainda estivessem fundamentados nessa matriz teórica, do estímulo-resposta. Os educadores fazem coisas, dão exemplos, e os educandos reproduzem e repetem o que lhes é pedido.

Que tipo de ser humano está por trás dessa teoria? O ser humano suposto e exigido por tal teoria não se diferencia de um simples animal (GUARESCHI, 2013, p. 146).

O autor compara os estímulos que os humanos passam para alguns animais, como os macacos, golfinhos ou cães e estes reproduzem o comportamento que lhes é exigido. Freire (1973) determinou este tipo de educação como bancária, pois o aluno recebe saberes, conhecimentos e vai armazenando, depositando o que está sendo recebido, seguindo a mesma lógica de uma conta bancária, ou seja, a atitude do aluno é de um objeto que está sendo moldado e recebendo passivamente as informações. A provocação de Guareschi (2013, p.146) é a respeito desta primeira teoria, já que questiona a quem interessaria ser um “humano repetidor, receptor e reproduzidor do que lhe é transmitido?”. O autor complementa sua ideia afirmando que a ideologia que se esconde nesta teoria dos condicionamentos favorece um sistema social em que são necessários apenas trabalhadores não pensantes, que apenas executem as tarefas de maneira obediente.

A segunda matriz é a dialógica e problematizadora que, por sua vez, contesta a visão anterior sobre a corrente comportamentalista e de estímulos. Para Guareschi (2013, p. 148), o primeiro passo é fazer uma pergunta, questionar o aluno ou o comunicador a partir de indagações que venham a provocar e discutir o “referencial mental” estabelecido anteriormente. “A partir da pergunta, o próprio educando cria e acrescenta elementos novos, forjados por ele na reflexão para reestruturar seu esquema. Este é o ato de aprender, ato pessoal, autônomo”. Na ocasião em que o esquema mental é desestabilizado, é o educando quem procura ampliar ou construir um novo referencial que dê conta da contradição. Esta superação de não seguir apenas o que é lógico é o ato de aprender. A diferença para esta teoria é que o aluno é o sujeito da ação e não mero objeto de aprendizagem, repetidor de uma ação.

Outro ponto importante observado pelo autor é que neste processo não existe ninguém que saiba mais ou menos, o que existe são saberes diferentes, pois segundo Guareschi (2013, p.149) “toda educação é uma construção mútua”, pois não há apenas um sujeito que ensina e outra que aprende, a aprendizagem e o ensino ocorrem ao mesmo tempo. E esta ideia se reforça a partir do diálogo, da conversa, supondo igualdade de posições. O autor defende um ambiente sem hierarquias de saberes, não necessitando impor ou classificar saberes mais ou menos importantes, ou direcionar a tarefa de ensinar apenas para uma pessoa, criando assim, relações verticais de poder.

Relacionando estas reflexões com o campo de interface entre a comunicação e a educação, a prática de uma comunicação educativa e de uma educação comunicativa deveria ser a de assumir o papel questionador, indagador, problematizando as situações sem trazer uma resposta, mas provocar perguntas para que o

ouvinte/leitor/telespectador/aluno/interlocutor possa tirar suas próprias conclusões. O autor explica a natureza dialógica desta relação:

A verdadeira prática educativa, e, no caso, comunicacional, deveria, enquanto possível, incluir a interação e o diálogo. Esse é um ponto crucial. O diálogo para ser verdadeiro, supõe que o educador-educando, comunicador-telespectador/ouvinte estejam lado a lado, nenhum colocando-se em posição de superioridade, nenhum deles estando convencido de que só ele sabe. O diálogo exige respeito total ao mundo do outro, aos saberes do outro. Somente quando um está ao lado do outro é possível na interação, na pergunta e na resposta, a formação e o reconhecimento dos diferentes mundos representacionais, mentais que devem ser respeitados (GUARESCHI, 2013, p. 151).

É desafiante se tornar um comunicador-educador, pois nessa perspectiva a comunicação exige uma mudança profunda de atitudes, respeito pelas pessoas e pelas experiências que elas possuem. Ela conduz à mudança, pois exige outras formas de vivência social e de práticas educativas e comunicativas, pois não são recentes. “De nada adianta belos discursos, cheios de propósitos e palavras libertadoras se a prática é dominadora” (GUARESCHI, 2013, p. 154).

2.1 APONTAMENTOS HISTÓRICOS DO CAMPO DA EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Os estudos referentes à interconexão comunicação/educação datam alguns anos. Nos Estados Unidos, tiveram início com o surgimento da televisão, nos anos 1930; no Brasil, em decorrência de ações desenvolvidas por Roquette-Pinto e Anísio Teixeira; e na França pelo trabalho desenvolvido por Célestin Freinet. Na América Latina, Paulo Freire e Mario Kaplún, em meados dos anos 60, já demonstravam sua preocupação em relação à invasão cultural norte americana e à necessidade de uma educação comunicativa e de uma comunicação educativa. Paulo Freire (1973) entendia o diálogo como algo importante para a problematização do conhecimento, pois questionava o conhecimento preestabelecido, não sendo este uma mera conversação, mas sim, uma metodologia e uma filosofia.

A partir disso, é notável o crescente interesse e preocupação em relacionar o campo da educação com o da comunicação, em diferentes países, com distintas concepções e modos de ação. Os primeiros programas vigentes no continente americano, segundo Soares (2014), datam da década de 60 e voltam-se especialmente para a análise da produção cinematográfica, a partir dos cineclubes da época (mais frequentados pela elite intelectual), por colóquios e discussões promovidos pelas paróquias e escolas católicas. Os cineclubes no Brasil

transformaram-se em um espaço político, gerando grande oportunidade para o movimento estudantil, representado tanto pela União Nacional dos Estudantes quanto pela Juventude Universitária Católica, que – a partir das discussões sobre a produção cinematográfica – vislumbraram a possibilidade de “iniciar e avançar em suas reuniões de análise da conjuntura sociopolítica brasileira, consolidando suas alianças e articulações” (SOARES, 2014, p. 09).

Em relação à popularização do trabalho educativo com o cinema nos anos 60, o autor ressalta a importância da iniciativa do pedagogo Luis Campos Martínez, do Plan DENI (Plan de Niño), o qual tinha o intuito de exibir e analisar as produções cinematográficas com crianças, apresentando-as à linguagem audiovisual e oferecendo a possibilidade de produzir suas próprias narrativas. O Plano também previa a formação de professores para trabalhar o cinema em sala de aula.

Nos anos 70, na América Latina, conforme explicita Soares (2014, p.09) é que se proliferaram projetos tais como “educação para a televisão”, ou de “formação de consciência crítica” ou, ainda, de “leitura crítica da comunicação” em função da forte influência cultural dos produtos originários do hemisfério norte. Estes programas desenvolveram-se à margem dos sistemas educativos formais, situando-se nos bairros e nos subúrbios. Nesta década, também surge um movimento preocupado com a renovação do pensamento latino-americano, sendo que uma das principais instituições responsáveis por essa mudança foi o *Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación* (CIESPAL), com sede em Quito, Equador.

Nos anos 80, o termo educomunicação foi referenciado pela UNESCO para designar uma prática genericamente definida na Europa como *Media Education*, ou seja, educação para a recepção crítica dos meios de comunicação na formação de crianças e jovens. Neste sentido que o termo foi utilizado por Mario Kaplún, bem como por grupos ligados nos diferentes países da América Latina e Caribe, à Organização Católica Latino-Americana e Caribenha de Comunicação (OCLACC), com sede em Quito (SOARES, 2011).

Aparici (2014, p. 30) ressalta que a década de 80 e o início da década de 90 representaram um período caracterizado pela “organização, formação, difusão e expansão das diferentes práticas” deste campo de estudo, que vão proporcionar o surgimento de outros movimentos locais, nacionais e internacionais:

Cada um destes grupos linguísticos estabeleceu propostas e respondeu às necessidades culturais de seus respectivos contextos. Por exemplo, na América Latina, através do Ciespal (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para a América Latina), no Equador, do ILC (Instituto Latino Americano de Comunicação Educativa), no México, do CENECA, no Chile, do

ILPEC, na Costa Rica, do Plano DENI, no Uruguai, do Centro Guarura, na Venezuela, do SEPAC e Cineduc, no Brasil, do La Crujía, na Argentina (ibidem, p.30).

Já Soares (2011, p. 34) destaca que, diferentemente do que aconteceu em outros continentes, “o maior volume de práticas deu-se na América latina, no contexto do movimento denominado ‘educação popular’, ‘comunicação alternativa’ e ‘comunicação popular e alternativa’, com a adoção de uma perspectiva dialética”. O que almejaram discutir não era o impacto das mensagens sobre suas audiências, mas o modo como as audiências reagiam e se articulavam ao receber e ressignificar os conteúdos midiáticos.

No Brasil nos anos 90, núcleos de extensão de universidades, assim como ONG’S que usavam os meios de comunicação em suas experiências na formação de crianças e jovens perceberam que o “exercício de produzir comunicação de forma democrática e participativa” resultaria em um diferencial em relação às experiências internacionais voltadas unicamente para a “leitura” da mídia (SOARES, 2011, p.34).

2.2 PRINCÍPIOS PEDAGÓGICOS DA EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO A PARTIR DE MÁRIO KAPLÚN E PAULO FREIRE

Como já citado anteriormente, muitos dos princípios pedagógicos do campo de interface da comunicação, da educação e da educomunicação são baseados na comunicação dialógica de Paulo Freire – Pedagogia do oprimido; Extensão ou Comunicação – e na comunicação educativa de Mário Kaplún – *Producción de Programas de Rádio; A lá educación por la comunicación*, entre outros.

A comunicação dialógica defendida por Freire (1973) ressalta a importância do diálogo, seja ele em torno de um conhecimento científico, técnico ou experiencial. Ele entendia o diálogo como elemento fundamental para problematizar o conhecimento, pois o diálogo não adormece ninguém, pelo contrário, conscientiza, traz a possibilidade da dialogicidade e problematização entre o educador e o educando. Isso faz com que ambos desenvolvam uma postura crítica, o que resulta na percepção de que o conhecimento parte do princípio da interação dos sujeitos envolvidos. “O diálogo não é mera conversação nem filosofia inconsciente, o diálogo é uma metodologia e uma filosofia” (FREIRE, 1973, p. 35).

No processo de comunicação, pensado por Freire (1973) não há uma divisão entre emissores e receptores, pois ambos são sujeitos ativos no processo comunicativo. O modelo

de ensino-aprendizagem que Freire criticava estava centrado em uma concepção bancária da educação, ou seja, em um modelo pautado por um transmissor, no caso o docente que detinha o conhecimento, em relação ao aluno. Kaplún (1998, p. 177) complementa afirmando que, neste processo tradicional, valoriza-se muito mais o “dado e muito pouco o conceito, a boa retenção dos conteúdos (isto é, sua memorização) é premiada, e a reprodução pouco fiel é castigada”. Assim, a elaboração pessoal do aluno é reprimida como erro e a experiência de vida desvalorizada. Kaplún ainda reforça que esta mesma relação também existe nos meios de comunicação de massa, em que um emissor se dirige a milhares de receptores, propondo que seria possível construir outro tipo de relação entre e com os agentes da comunicação e da educação.

No processo comunicativo e educativo, Kaplún propôs um modelo baseado na participação ativa para melhorar a eficácia do processo de ensino-aprendizagem, bem como para aproximar-se da realidade contemporânea:

Como se vê, tem de ser assim, participativo, não só por conta de coerência com a nova sociedade democrática que procura construir, como também em razão da eficácia: porque somente participando, envolvendo-se, pesquisando, estabelecendo perguntas e procurando respostas, questionando e questionando-se, chega-se realmente ao conhecimento (KAPLÚN, 1998, p. 179).

O autor⁵ buscava o entendimento de uma “comunicação educativa” ou de uma “educação comunicativa”, os pontos de convergência entre a educação e a comunicação, bem como as interações e as articulações para exemplificar o “educador-comunicador” da década de 20 de Célestin Freinet.

No ano de 1924, no Sul da França, Célestin Freinet introduziu na sala de aula a mini-imprensa, incentivando seus alunos a desenvolverem jornais como um exercício escolar, fazendo com que estes discentes mergulhassem na sua própria realidade para procurar informações verídicas, entrevistando, conversando com outras pessoas, para que assim, pudessem expressar suas ideias. O objetivo da atividade não era para ser lido apenas pelo professor ou com o intuito de atribuir-lhes uma nota, mas o foco da atividade é para que este trabalho pudesse ser publicado, comunicado, compartilhado com outros colegas, parentes, amigos e outros moradores das cidades ao redor. O meio jornal (jornal escolar) possibilitou

⁵ O artigo de Kaplún intitulado Uma Pedagogia da Comunicação (*Una Pedagogia de la Comunicación*) faz parte do monográfico da revista *Voces y Culturas*, dedicado à educação e comunicação e coordenado por Roberto Aparici, n.11-12, 1987. O texto consultado para esta dissertação foi encontrado no livro *Educomunicação para além do 2.0. Informações sobre o livro encontram-se no final deste trabalho, no referencial bibliográfico. O autor faleceu em 1998.*

aos alunos a criação de uma rede de interlocutores, próximos ou distantes, que resultou em incentivo para a pesquisa, a criação, o estudo e o aprofundamento dos seus conhecimentos, de maneira sutil, sem carregar a obrigatoriedade do ensino formal. Eles aprendiam com a comunicação.

A pedagogia freinetiana, afirma Kaplún (2014, p. 67), é uma pedagogia da autoaprendizagem, mas não partindo do esquema individualista, como o da educação à distância tradicional, com pouca interação presencial, mas sim partindo de uma “concepção substancialmente coletiva do processo educativo. Para aqueles estudantes, todo seu entorno ambiental e social se transformou em objeto e fonte de conhecimento”.

Kaplún (2014, p. 67-68) ainda complementa explicando que o que se vislumbra é uma “autoeducação orientada”, seja ela presencial ou por intermédio da mídia, mas que seja capaz de responder aos desafios atuais da educação e que de ativar as potencialidades de autoaprendizagem e “coaprendizagem”, incentivando a uma gestão autônoma dos educandos, ao raciocínio crítico, a elaboração criativa. Não se trata, portanto, de uma educação sem professor, mas de deixar de vê-lo como único eixo do processo educativo.

Na concepção de Kaplún (2011⁶, p. 174) a comunicação educativa não se reduz ao uso das tecnologias e da mídia, abarca sim, o campo da mídia, mas vai além disso, torna-se um lugar privilegiado, em que a comunicação faz parte do processo educativo, seja ela realizada com ou sem a presença dos meios de comunicação. “Isso implica e considera a comunicação não como um mero instrumento midiático e tecnológico, e sim, antes de tudo, como um componente pedagógico”. Assim, independente da diversidade de dispositivos que podem ser trabalhados em sala de aula, o importante não está no meio escolhido, mas na apropriação que ele irá desempenhar, na socialização do seu aprendizado. A “caixa de ressonância” – conforme Kaplún se referia ao jornal escolar de Freinet – transforma o educando em comunicador, permitindo que estes divulguem a sua produção a partir da sua própria expressão. O autor explica:

É um princípio já universalmente admitido pela ciência pedagógica: não é recebendo lições que o aluno chega à apropriação do conhecimento. Mais que repetindo o que os outros disseram, o ser humano aprende construindo, elaborando pessoalmente. Mesmo sem invocar as bases éticas do respeito à dignidade das pessoas, inclusive por uma razão unicamente da eficácia, a educação não pode ser reduzida a uma simples transmissão, recepção de informações. O processo de ensino-aprendizagem

⁶ O artigo de Kaplún intitulado Processos educativos e canais de comunicação (*Procesos educativos y canales de comunicación*) foi publicado originalmente na revista Comunicação & Educação, n.14, jan/abr 1998. O texto consultado para esta dissertação foi encontrado no livro Educomunicação: Construindo uma nova área do conhecimento. Informações sobre o livro encontram-se no final deste trabalho, no referencial bibliográfico.

tem, inegavelmente, um componente de conteúdos que é importante transmitir, ensinar; mas, com certeza, precisa ser (em grande medida), descobrimento pessoal, recriação, reinvenção. Este processo de construção e apropriação dificilmente se cumprirá como um monólogo, de modo solitário: supõe e exige o intercâmbio. Não basta um professor-locutor, seja ele presencial ou a distância, e estudantes ouvintes ou leitores: exige interlocutores (KAPLÚN, 2014, p. 69-70).

Esse processo dialógico discutido por Kaplún se dá a partir do pensamento de Freire (1983, p.44-45) para o qual na comunicação não há sujeito passivo, pois ela é diálogo, comunica o seu conteúdo, sendo este, comunicativo, pois os sujeitos interlocutores se expressam, ou seja, “o mundo humano é, desta forma, um mundo de comunicação”.

2.2.1 Kaplún e sua contribuição para o meio radiofônico

Para falar em educação e comunicação, com ênfase no meio rádio, torna-se fundamental falar de Mario Kaplún e do seu relevante trabalho. Argentino de nascimento, uruguaio por opção e venezuelano por acolhimento durante o exílio político, Kaplún se tornou militante por uma sociedade mais justa, pois vislumbrou nas áreas da educação e da comunicação uma opção para a cidadania, por meio da utilização de técnicas midiáticas para a sua consecução.

Meditich e Betti (2008) afirmam que entre todos os pesquisadores de rádio, ninguém foi mais universalmente latino-americano do que Kaplún, que também exercia a função de professor, pesquisador, dramaturgo, jornalista, publicitário, autor de obras de referência em comunicação e ‘radioapaixonado’. Para simbolizar sua contribuição, focaremos no seu papel como educador e comunicador, no mais amplo sentido destas palavras.

Segundo Barbosa e Cossete (s.d), Kaplún esteve à frente de algumas discussões que começaram a ter relevância nos anos 90, quando pesquisadores latino-americanos voltaram seus estudos para o campo da recepção e da cultura. Nos anos 70, o pesquisador já trazia ao público a discussão sobre a visão elitista de muitos profissionais da educação e da comunicação, que faziam a distinção de alta e baixa cultura.

Ele mostrou que para muitos especialistas, o cultural é entendido como contrário do popular, pois uma sinfonia de Haydn ou a estreia de um balé são considerados eventos culturais, mas uma dança ou artesanato indígena, não. Atualizando o discurso de Kaplún para o século XXI, basta observar o discurso de alguns intelectuais sobre a música jovem. Ainda hoje, alguns estudiosos teimam em afirmar que música clássica é educativa, mas rock (nacional ou estrangeiro), não, como se apenas um estilo tenha potencial educativo (MEDITSCH; BETH, 2008, p. 5).

Esta reflexão vai ao encontro da afirmação de Kaplún em relação ao significado de cultura e a elitização que ela passa pelos meios de comunicação. O conceito de bom e mau gosto ainda é analisado pelo ponto de vista das elites e não das classes populares. Esta mesma visão elitista afirmava que o indivíduo se educa apenas durante os anos da infância e da adolescência, dentro das salas de aula. Kaplún (1978, p.22) contrapõe estas teorias defendendo a compreensão de *educação permanente*, pois as pessoas se educam durante toda a vida:

El niño no solo se educa al recibir conocimientos formales y sistemáticos en el banco de la escuela sino que se educa también en el hogar, en la calle, jugando con sus amigos, escuchando a su madre el cuento de "Caperucita Roja", oyendo radio, mirando televisión. Ya está recibiendo estímulos educativos cuando, a los tres años o acaso aun antes, sus padres lo sientan ante el televisor "para que se entretenga" mirando dibujos animados de Tom y Jerry (que por cierto están más cargados de contenidos y de mensajes de lo que creen sus incautos padres).

Essa educação permanente se estende na vida de adulto, quando os sujeitos continuam recebendo estímulos educativos, podendo estar na rua, no trabalho, com a família, diante dos meios etc. Ao seguir esta concepção de educação como processo permanente e relacioná-la com os programas de rádio (divididos pelo pesquisados em informativos, de entretenimento ou educativos), Kaplún (1978) defende a ideia de que todo programa educa de alguma maneira, tanto um programa dito como educativo, quanto um anúncio publicitário, um programa de humor, uma radionovela ou uma canção popular, pois todos influem na formação de valores e no comportamento do público.

No que se refere à pedagogia radiofônica, a questão de Kaplún não é apenas quanto se pode fazer na educação, mas de como fazer. Para isso, ele utilizou em suas reflexões a obra do educador paraguaio Juan Díaz Bordenave⁷, que apontou três caminhos para a educação: 1) educação com ênfase nos conteúdos; 2) educação com ênfase nos resultados e 3) educação com ênfase no processo.

Kaplún (1978, p.30) adverte que nenhum destes tipos de educação acontecem isolados da realidade, eles entrecruzam e se encontram presentes em diferentes proporções e em diversas ações educativas. O primeiro caminho para a educação, com ênfase nos conteúdos, assemelha-se ao modelo educativo formal ou bancário – já abordado neste trabalho – de Paulo Freire em função do reducionismo pelo universo do educando, baseada na transmissão de

⁷ JUAN DIAZ BORDENAVE: Las nuevas pedagogías y tecnologías de comunicación: sus implicaciones para la investigación. Cali, Colombia, 1976. Ed. mimeogr.

conhecimentos e valores de uma geração para a outra, da elite às massas, do professor ao aluno.

O segundo modelo educativo, segundo Juan Bordenave, é o que tem como foco os resultados. Kaplún (1978) lembra que este modelo é o que mais tem influenciado na comunicação. Na América Latina, surgiu como uma primeira resposta ao subdesenvolvimento, em que se pensava que a solução era a modernização, a multiplicação da produção para aumentar rapidamente os índices de produtividade. A educação deveria servir para alcançar estas metas, para convencer os camponeses “atrasados” de que os métodos utilizados eram primitivos. Os meios de comunicação, neste processo, deveriam ser utilizados de maneira persuasiva, a fim de convencer os camponeses da modernização.

Nessa perspectiva, o comunicador se tornou uma espécie de arquiteto da conduta humana:

El comunicador es una especie de arquitecto de la conducta humana, un practicante de la ingeniería del comportamiento, cuya función es inducir a la población a adoptar determinadas formas de pensar, sentir y actuar, que le permitan aumentar su producción y su productividad y elevar sus niveles y hábitos de vida (KAPLÚN, 1978, p. 33).

O autor complementa (p.33) que comunicar não é somente o ato de emitir mensagens ou sinais, utilizar meios ou canais, mas abrange o ato de provocar significados e de produzir comportamentos, é incitar a troca de pensamentos, de sentimentos e na ação das pessoas. “Comunicar é emitir mensagens com a intenção definida de lograr que as pessoas se comportem de um certo modo em particular”. Barbosa e Castro (2005, p. 9) frisam que Kaplún não exclui a preocupação com o ser humano neste modo de educar por resultados. Ele ressalta que se estabeleceu um amplo estudo por trás desta corrente, conhecida como *behaviorista* (estudo do comportamento) ou comportamentalista. Essa linha de pesquisa nos EUA não estabeleceu o “pleno desenvolvimento autônomo da personalidade do indivíduo, mas sim, de manipular as atitudes de acordo com os planos pré-determinados”. Os autores Barbosa e Castro (2005, p.9) ressaltam que tanto Mario Kaplún quanto Juan Díaz Bordenave e Paulo Freire defendiam que o risco de educar pelos meios eletrônicos com o intuito de alcançar metas premeditadas, é uma maneira de desestimular o público a buscar por si próprio as respostas aos estímulos. Além de que, afirmam os autores, estas mensagens estão incitando o consumo, a realização individual como uma forma para a realização pessoal. “Os radiodifusores e produtores ao defenderem estes formatos provavelmente desconhecem os efeitos da opção por um modelo educativo de resultados em sociedades carentes de formação

básica e cujas demandas dependem do esforço coletivo para se realizarem satisfatoriamente” (BARBOSA E CASTRO, 2005, p.9-10).

O terceiro caminho que aponta para a educação por meio do rádio é a que ressalta o *processo educativo*, que não se preocupa tanto com o que está sendo divulgado nem com os resultados, mas leva em consideração a interação dialética entre as pessoas e sua realidade, o desenvolvimento da capacidade intelectual e da consciência social, conforme explica Bordenave (1976) citado por Kaplún (1978, p.37). Kaplún atenta para o fato de que este tipo de educação não ignora as necessidades de desenvolvimento, mas começa a partir de uma concepção diferente de desenvolvimento, visto aqui como uma realização integral do homem, não focando em ter mais, mas no quanto ele quer ser mais. A troca fundamental em que se baseia esta teoria é a mudança de atitudes, mas não associado somente às adaptações das tecnologias, e sim na transformação de pessoas sem senso crítico para sujeitos críticos, na mudança de atitudes passivas, conformistas para pessoas que possam superar suas tendências egoístas e individualistas e abrir-se para valores solidários e comunitários. O autor ainda complementa afirmando que se o primeiro tipo de educação é a que propõe que o sujeito aprenda e o segundo tipo que busca com que o sujeito faça, o terceiro tipo busca fazer com que os indivíduos pensem (KAPLÚN, 1978).

O pesquisador acredita que nem todo programa de rádio precisa corresponder a este modelo, o importante é que contribua para a uma prática participativa. Um programa de rádio pode se constituir como um elemento útil para a participação popular, de modo a não representar a realidade social do grupo ao qual se dirige e contribuir para que o mesmo tome consciência da sua realidade. Em relação às consequências do fazer radiofônico e das características dos programas de rádio para ser compatível com este tipo de educação, Kaplún (1978, p.42) menciona algumas:

1. Serão programas que tendem a estimular um processo nos ouvintes, em vez de inculcar conhecimentos e para ir em busca de resultados imediatos;
2. Ajudarão o ouvinte a tomar consciência da realidade que o rodeia, tanto física quanto social; se integrarão desta realidade, partirão de sua própria realidade concreta, de sua situação vivencial;
3. Facilitarão os elementos para compreender e problematizar essa realidade. Serão programas problematizadores;
4. Estimularão a inteligência, exercitarão o raciocínio, terão que pensar, levar a uma reflexão;
5. Se identificarão com as necessidades e os interesses da comunidade popular a que se dirigem. Procurarão que ela descubra essas realidades e interesses.
6. Estimularão o diálogo e a participação. Em alguns casos tomarão a forma de programas diretamente participativos, e em todo caso, criarão as condições pedagógicas para o desenvolvimento de uma prática de participação. Acentuarão os valores comunitários e solidários, levarão a união e a cooperação;

7. Estimularão o desenvolvimento e a consciência artística e a tomada de decisões autônomas, maduras e responsáveis;
8. Colaborarão para que o ouvinte tome consciência de sua própria dignidade, de seu próprio valor como pessoa.

Esta natureza difundida por Kaplún a respeito dos programas de rádio segue o pensamento de Freire que buscava uma educação problematizadora e dialógica. A partir de um programa radiofônico os envolvidos no processo e os ouvintes podem tomar consciência da sua situação e serem capazes de criticar e intervir o seu entorno. Esses são pontos importantes que pretendemos identificar – alguns deles – na prática das webrádios selecionadas como corpus da pesquisa.

A respeito do pensamento e da prática de um educador-comunicador, Kaplún questiona alguns pontos em relação aos meios de comunicação, em especial, o rádio. Para o autor, uma rádio deve ser, entre outras competências, *questionadora*. Sua preocupação é por transformar a radiodifusão em um meio útil e eficaz para a comunidade, região e país. Kaplún desenvolve com propriedade técnica e profissional a temática da rádio, oferece manuais de ensinamentos teóricos e práticos, focando seus estudos nos países da América Latina.

A partir de um diagnóstico, o pesquisador questiona a atuação das mesmas em relação à sua programação. Percebe-se que muitas emissoras preocupam-se mais com a rentabilidade comercial que elas podem proporcionar do que com uma programação a serviço das maiorias e da sociedade. O autor também critica o pouco suporte que as rádios tradicionais oferecem para o crescimento pessoal do indivíduo e para o desenvolvimento de um pensamento crítico frente aos conteúdos que os meios veiculam e perante a realidade injusta do continente.

Kaplún (2001) também defende o pressuposto da *rádio pedagógica*, pois considera o meio rádio como um meio educador, atribuindo a ela um importante papel no processo educativo, podendo influenciar de “*una forma determinante en la formación de los individuos, dinamizar actitudes y competencias como ciudadanos comprometidos en la construcción de una sociedad más justa y armónica*” (URIBE, 2005, p. 75). Para Kaplún, trata-se de processos educativos que aos poucos podem gerar dinâmicas de conscientização. Uribe (2005, p.76) reforça que a partir da concepção pedagógica do meio, o rádio não está e nem pode estar a serviço de uma pedagogia “escolástica” que minimizaria seu alcance, mas, como afirma Freinet, a favor de uma educação que prepara para a vida.

Outro ponto que o autor defende é *uma rádio democrática*. É sabido que o meio rádio possui hoje, um amplo alcance, sendo acessível para grande parte das populações, diversos grupos sociais, sendo eles alfabetizados e analfabetos, pobres e ricos, urbanos e rurais. Mas o

enfoque que o autor deseja para o meio é o de repensar a sua utilização, propondo uma rádio popular, porém, popular não no sentido de ser bem aceito, mas no sentido de aproximar os interesses e realidades dos setores populares e dos objetivos das maiorias. Ele defende uma rádio democrática de modo que os setores populares tenham acesso aos microfones, mas que o meio também colabore para provocar e consolidar uma consciência crítica. Kaplún defende que o importante não é apenas possibilitar acesso ao público na rádio, mas que se pense nas mensagens que estão sendo divulgadas, quais os conteúdos, direcionado para quais setores, com quais influências e apoiando quais interesses? *“Que no se considere la radio solamente como un ‘vehículo para’, sino como una practica comunicativa constructora de sentidos y de tejido social”* (KAPLÚN, 2001 apud URIBE, 2005, p. 77).

O último tópico proposto por Kaplún para se refletir sobre o pensamento e a práxis do rádio é a partir de *uma rádio com um senso de estética*. Uribe (2005) considera que uma emissora de rádio não é uma escola, mas um meio massivo de comunicação e as pessoas que querem e necessitam chegar conferem à rádio outras funções que não é, necessariamente, a de receber instruções. Kaplún (2001) já afirmava que a possibilidade de um meio massivo de cumprir um papel social e educativo passa a levar em conta o modo de consumo, o modo de uso da rádio e da televisão pelos seus respectivos ouvintes e telespectadores. O uso educativo das rádios exige dos comunicadores muita criatividade, pois sugere o desafio de criar mensagens educativas que interesse aos ouvintes, que conquiste a audiência e que seja capaz de falar a linguagem específica do meio escolhido. A respeito dos desafios para os comunicadores educadores e para os educadores comunicadores, o autor fala:

El primero es el de ‘transformar’ los contenidos educativos em un mensaje comunicativo. Debe existir una permanente preocupación por las formas comunicativas a través de las cuales se verterían los temas escogidos. El vehículo es tan importante como el contenido, el cómo tanto como el qué (KAPLÚN, 2001 apud URIBE, 2005, p. 78).

Kaplún (2001, p.80) sugere um cuidado tanto do aspecto comunicacional quanto educativo, salientando o cuidado no texto e na produção sem esquecer das características do meio em que a mensagem está sendo veiculada, neste caso, no rádio. O autor afirma que um programa, o qual fale a mensagem radiofônica e que utilize com criatividade e profissionalismo os múltiplos recursos tecnológicos do meio, vai chamar a atenção dos ouvintes. Ele conclui que a comunicação educativa não pode ser apenas racionalizada, tem que, ao mesmo tempo possuir “a dimensão emocional, estética e imaginativa”.

2.3 A EDUCOMUNICAÇÃO A PARTIR DO NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO (NCE)

No Brasil, o campo de estudo que uniu as áreas da Educação e Comunicação a partir da Educomunicação surgiu na Universidade de São Paulo (USP), em 1996 com a criação do Núcleo de Comunicação e Educação (NCE) – coordenado pelo professor Ismar Oliveira Soares. As investigações acadêmicas no NCE-USP partiram da evidência de que transformações significativas estavam ocorrendo no campo das ciências humanas, incluindo o campo da Comunicação e Educação, notando uma verdadeira derrubada de fronteiras entre estas disciplinas. Percebeu-se que um novo campo do saber, interdisciplinar e com certa autonomia em relação aos tradicionais campos da educação e da comunicação mostrava sinais de sua existência, e já refletia sobre suas práticas, “produzindo metalinguagem, elemento essencial para sua identificação como objeto interdisciplinar de conhecimento” (SOARES, 2014, p. 35).

Inicialmente, a prática educacional foi reconhecida como de interesse social pelas organizações não governamentais, e mais tarde foi envolvendo o sistema formal de educação, a partir de projetos, tais como Educom.rádio⁸, destinado a alunos e professores da rede pública de educação da cidade de São Paulo.

O conceito de educomunicação para o Núcleo de Comunicação e Educação, defendido por Soares (2011, p.17) parte do princípio que o diálogo entre o campo da educomunicação e o sistema de ensino correspondem a alguns pressupostos, tais como compreender que a educação só é possível enquanto “ação comunicativa”, uma vez que a comunicação se configura como um fenômeno presente em todos os modos de formação do ser humano. E, toda comunicação / troca de sentidos é uma “ação educativa”. Soares explica como se dá o desenvolvimento do conceito de educomunicação (2014, p.16):

O neologismo “educomunicação” é, por natureza, polissêmico. Carrega os sentidos a ele atribuídos, ao longo das últimas décadas, pelos diferentes grupos que militam no campo. Para alguns, é simplesmente sinônimo de educação diante dos meios, enquanto para outros, designa a prática mais moderna da educação midiática. A partir de 1999, contudo, contamos com um terceiro sentido: o conceito designa um campo de intervenção social na interface entre a comunicação e a educação.

⁸ O projeto nasceu em 2001 para atender a 12 mil professores, alunos e membros das comunidades educativas de 455 escolas da Secretaria de Educação da Prefeitura de São Paulo, tendo como objetivo colaborar com o Projeto Vida na construção de ambientes favoráveis às manifestações da cultura de paz nas escolas. Fonte: <http://www.usp.br/nce/>. Acesso em 12/01/16.

Esta terceira opção foi confirmada pelos pesquisadores do NCE/USP juntamente com a pesquisa desenvolvida com especialistas latino-americanos, abrangendo 12 países do continente entre os anos 1997 e 1999, em um momento em que se percebia um espaço para a produção de sentidos em função do reconhecimento da centralidade do direito à comunicação em todos os espaços da vida social, incluindo o educacional e o comunicacional.

Por representar um campo em construção e que facilita o diálogo com as novas gerações porque se aproxima do cotidiano, a partir das informações de Soares (2014), o NCE passou a trabalhar com descrições aproximativas, afirmando que o conceito de educomunicação nomeia:

(1) promover e fortalecer “*ecossistemas comunicativos*”, qualificados como abertos e participativos, garantidos por uma gestão democrática dos processos de comunicação nos diferentes ambientes de relacionamento humano; (2) *ampliar o potencial comunicativo e as condições de expressividade dos indivíduos e grupos humanos*, mediante práticas culturais e artísticas, assim como através do uso de recursos disponibilizados pela era da informação, tendo como meta prioritária o reconhecimento do protagonismo juvenil, e (3) favorecer referenciais e metodologias que permitam às comunidades humanas relacionarem-se, enquanto *sujeitos sociais*, com o *sistema midiático* (SOARES, 2011, p.12).

No ponto de vista do autor, o conceito de educomunicação implica a autonomia epistemológica de sua ação, pois busca a sua sustentação não apenas nas teorias, didáticas ou práticas da educação ou comunicação, mas sim, na interface entre ambas, ou seja, no que se revela deste encontro. Soares (2011, p.18) cita como exemplo uma mídia divulgando algo para os sujeitos –

a educação se previne e cria programas de análise crítica das mensagens em circulação; por sua vez, a comunicação [...] conduz a formação de hábitos e valores de seus públicos, através do entretenimento e de uma publicidade especificamente dirigida ao segmento infanto-juvenil.

Dito de outra maneira, os campos da educação e da comunicação educam e comunicam, cada um a seu modo.

Esta é a razão pela qual se afirma que o eixo das relações comunicacionais entre as pessoas converte-se no “habitat natural” da educomunicação. A sua função é a de qualificar estas relações a partir do grau de interação que for capaz de produzir. Alguns conceitos como democracia, expressão comunicativa, diálogos, fazem parte do seu vocabulário, estando presente onde as práticas educomunicativas se inserem: nas escolas, na família, na empresa, ou até mesmo, na própria mídia.

O reconhecimento e a luta pela liberdade da palavra é o que pretendem os educadores, sendo assim, o que conseqüentemente se solidifica como ações concretas nos distintos espaços educativos, em contextos diferentes, porém, com práticas semelhantes, tanto teóricas quanto metodológicas. A prática educadora ocorre com algumas atividades socioeducativas específicas, visto que as habilidades apresentadas pelos profissionais latino-americanos são voltadas para projetos culturais, com o intuito de facilitar a “ação comunicativa de outras pessoas”, norteadas pela preocupação em democratizar o acesso à informação, compreendendo e transformando o ambiente em que estão inseridos (SOARES, 2014, p.147).

2.4 ECOSSISTEMAS COMUNICATIVOS

A sociedade tem evoluído e se desenvolvido tecnologicamente em um ritmo acelerado, afetando a maneira com que as pessoas se relacionam, principalmente entre os indivíduos jovens, mais envolvidos pela era digital. Sartori e Knaul (2014, p.108) defendem que o homem se tornou o produtor de mudanças e gerador de novas possibilidades, pois a partir da ampliação da capacidade intelectual humana de desenvolver novas potencialidades em conjunto com as tecnologias, refletiram-se “conseqüências nas sensibilidades e percepções dos indivíduos causadores do progresso universal”. A partir deste contexto de mudanças sociais, percebe-se que a educação também vem passando por um período de mudanças. Hoje ela não é a única fonte de informação dos alunos, pois o mundo tecnológico vem oportunizando um amplo espaço para estas trocas de informações, de forma rápida e avançada a partir dos meios de comunicação.

Soares (2011) apresentou uma pesquisa da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro (FGV-RJ) a respeito da evasão escolar, mostrando que 40% dos jovens de 15 a 17 anos que deixam de estudar é por que acreditam que a escola seja desinteressante. Nesse sentido, o uso das tecnologias nas práticas socioculturais no dia a dia dos educandos indica a necessidade de novas estratégias para trabalhar o processo de ensino-aprendizagem, tornando o educador cada vez mais importante em sala de aula.

A educação pode contribuir neste sentido, propondo que a escola faça parte do cotidiano do aluno, percebendo que nesta nova configuração de escola e educandos existem possibilidades para compor um novo processo de aprendizagem, reconfigurando as

práticas na sala de aula. Indo ao encontro deste fato, surgem os ecossistemas comunicativos, classificados como abertos e criativos, em espaços educativos.

O conceito de ecossistema, segundo Soares (2011), recebe influência de duas concepções: a primeira está ligada ao cuidado com o planeta e a segunda com as diversas noções de sistema, a partir de Pierre Lévy, ao citar o termo ecologia cognitiva para identificar as dimensões técnicas e coletivas da cognição. Entretanto, Martín-Barbero (2002) se refere ao termo ecossistema o relacionando com a vida social e a aprendizagem. Segundo ele, citado por Soares (2011, p.43) “o ecossistema comunicativo constitui, na verdade, o entorno que nos envolve, caracterizado por ser difuso e descentrado”. Difuso porque é formado por uma mistura de linguagens e saberes que circulam por vários dispositivos midiáticos interconectados e descentrado porque os dispositivos midiáticos que dão suporte para tal vão além dos meios tradicionalmente servidos para a educação, como a escola e os livros.

Neste sentido, para Martín-Barbero o desafio que o ecossistema comunicativo coloca para a educação não se resume apenas à apropriação de um conjunto de dispositivos tecnológicos (tecnologia da educação), mas aponta para a emergência de uma nova ambiência cultural. Chega mesmo a afirmar que ‘a escola deve pensar menos nos efeitos ideológicos morais dos meios e mais nos ecossistemas comunicativos, que são formulados pelo conjunto de linguagens, escritas, representações e narrativas que alteram a percepção’ (SOARES, 2011, p.43-44).

Ainda de acordo com o autor, para a educomunicação, foi atribuído um novo sentido, estabelecido como algo a ser construído, um sistema complexo, dinâmico e aberto, formado por um espaço de convivência e de ações comunicativas integradas. Diferente do que Martín Barbero (2002) emprega para designar a nova atmosfera gerada pela presença das tecnologias em que os próprios sujeitos e a educação estariam conectados, na educomunicação o termo ecossistemas comunicacionais refere-se a um ideal de relações, construído coletivamente em um espaço para favorecer o diálogo social e levando em conta as potencialidades dos meios de comunicação e de suas tecnologias. É entendido que as relações dialógicas não são dadas em função da tecnologia escolhida, mas em detrimento do tipo de convívio humano (SOARES, 2011).

Em um ambiente de aprendizagem educomunicativo, preza-se pela abertura à participação, assegurando a boa convivência entre todos os envolvidos, concomitantemente, estabelecendo um diálogo sobre as práticas educativas, a partir da interdisciplinaridade e da multidisciplinaridade, ou ainda, a partir de projetos educativos. Soares (2011) exemplifica o ecossistema comunicativo a partir de um projeto educativo com foco na qualidade dos

relacionamentos, associando com a busca por resultados alcançáveis e estabelecidos a partir de uma proposta comunicativa negociada na comunidade educativa.

Trata-se, para muitos, de um devaneio, levando em conta o caráter conflitante da sociedade em que vivemos. Este é justamente o ponto. Toda a educação individualista, marcada pela competitividade, não faz mais do que classificar as pessoas, naturalizando e legitimando ecossistemas comunicativos rígidos contra os quais os jovens se revoltam, promovendo o que costumeiramente se define como indisciplina. Neste sentido, a convivência saudável passa a ser, definitivamente, a grande meta do projeto educacional (SOARES, 2011, p.45).

Assim, o autor evidencia que é para criar e desenvolver estes ecossistemas que o educador trabalha, podendo ser qualificadas suas ações como inclusivas (nenhum membro da comunidade pode sentir-se fora do processo), democráticas (reconhecendo a igualdade entre as pessoas), midiáticas (valorizando as mediações possibilitadas pelos recursos tecnológicos) e criativas (toda forma de manifestação da cultura local). A educação, enquanto teias de relações (ecossistemas), não surge espontaneamente, ela precisa ser construída propositalmente.

A partir disso, Soares (2014, p. 138) identificou como sendo “áreas de intervenção” ou “subáreas” da educação em que os sujeitos passam a refletir sobre suas relações no contexto educacional. São elas: (1) gestão da comunicação nos espaços educativos; (2) educação para a comunicação, (3) mediação tecnológica nas práticas educativas, (4) expressão comunicativa através das artes, (5) área da produção midiática, (6) área da pedagogia da comunicação e (7) reflexão epistemológica.

A área da **gestão da comunicação** volta-se para o planejamento e a execução de planos, programas e projetos, assim como se buscam suprir as necessidades dos espaços de convivência e de tecnologias necessárias. É uma subárea central para que as demais áreas sejam viabilizadas. Segundo Soares (2011), a gestão da comunicação nos espaços educativos aplica-se tanto nos ambientes educativos formais como nos ambientes com ações educativas não formais, tais como emissoras de rádio e de televisão educativas, editoras, centros produtores de materiais didáticos, centros culturais, entre outros.

Já a **educação para a comunicação** busca compreender a comunicação tanto a nível interpessoal e grupal quanto a nível organizacional e massivo. Em síntese, é o estudo do lugar dos meios de comunicação na sociedade e qual o impacto gerado por ele. “Faz-se presente, entre outros modos, pela implementação de programas de recepção pedagogicamente organizados (*media education, educación em médios, media literacy*), fundamentados na contribuição das ciências humanas” (SOARES, 2011, p. 47).

A área da **mediação tecnológica na educação** atenta para os procedimentos e as reflexões da tecnologia da informação e seus inúmeros fins na educação. Preocupa-se em garantir acessibilidade e utilização das tecnologias de forma democrática, possibilitando a criação de projetos para uso social e emancipatório, que realmente os sujeitos sejam empoderados comunicacionalmente.

Trata-se de um espaço de vivência pedagógica muito próxima ao imaginário da criança e do adolescente, propiciando que não apenas dominem o manejo dos novos aparelhos, mas que criem projetos para uso social das invenções que caracterizam a Era da Informação (SOARES, 2011, p. 48).

A **expressão comunicativa através das artes** atende a capacidade criativa dos sujeitos em suas distintas formas de manifestação, sendo esta, um meio de comunicação acessível em virtude das inúmeras formas de expressão. Esta área se aproxima das práticas da Arte-Educação, podendo ser concebida como produção coletiva, mas com performance individual, ou seja, a autoria (SOARES, 2011).

A quinta área se refere à **produção midiática** são ações, programas e produtos da mídia elaborados a partir dos conceitos da educomunicação.

A sexta área denominada **pedagogia da comunicação** atenta para a educação formal como um todo, ao cotidiano da didática e antecipando a multiplicação dos agentes educativos, optando, quando necessário, pela execução de projetos.

Por fim, a última subárea definida por Ismar Soares (2011) é a **reflexão epistemológica** sobre a inter-relação comunicação / educação. Trata-se da reflexão acadêmica e científica que garante a unicidade das práticas da educomunicação, conseqüentemente, gerando reconhecimento ao campo.

Neste sentido, Citelli (2014) lembra que a educomunicação já está consolidada enquanto prática, o que reflete positivamente no grande número de trabalhos de relatos de experiências apresentados em congressos científicos; o desafio passa a ser densificar teoricamente o campo por meio da reflexão epistemológica⁹.

⁹ Até o momento, existem dois cursos de graduação na área, no Brasil: uma licenciatura, na USP, em São Paulo, criada em 2009 e instaurada em 2011 e um bacharelado na Universidade Federal de Campina Grande, na Paraíba, criada e instaurada em 2010. No ano de 2014 a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro passou a oferecer o bacharelado em mídia e educação. Já os cursos de especialização, crescem a cada dia por todo o país.

3. DO RÁDIO ANALÓGICO À WEBRADIO

3.1 O RÁDIO BRASILEIRO NASCE EDUCATIVO

Para Charaudeau (2012, p. 106), o rádio é “essencialmente voz, sons, música, ruído, e é este conjunto que o inscreve numa tradição oral, ainda mais que não é acompanhada de nenhuma imagem, nenhuma representação figurada dos locutores nem dos objetos que produzem essas vozes, esses ruídos, esses sons”. Quando este meio surgiu no Brasil, na década de 1920, a característica que o meio de comunicação rádio possuía era de ser um dispositivo sonoro, carregando a magia da voz.

No Brasil, o rádio começou suas transmissões no dia 07 de setembro de 1922, na comemoração do Centenário da Independência. O discurso do então presidente da república, Epitácio Pessoa, foi transmitido para o Rio de Janeiro e São Paulo. Para receber e transmitir, a Companhia Telefônica Brasileira instalou alto falantes nos pavilhões da exposição, distribuídos e interligados de forma que todos pudessem ouvir as mensagens transmitidas de uma emissora no alto do corcovado.

O rádio começou no país como sendo cultural e educativo, a partir da proposta de Roquette-Pinto. “Um rádio com fins científicos e sociais, vinculado à Academia Brasileira de Ciências”, conforme afirma Blois (2004, p.148) a respeito das preferências de Roquette-Pinto. E foi no dia 20 de abril de 1923 que a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro foi inaugurada, sendo a primeira emissora regular e tendo como base o uso de uma tecnologia de comunicação em prol da cidadania e educação, com o intuito de chegar a uma população marcada, até então, pelas diferenças sociais.

Aulas de português, francês e esperanto; de história do Brasil, geografia, física, química, história natural e higiene; cursos profissionalizantes de radiotelegrafia e de silvicultura prática e um jornal lido pelo próprio Roquette, eram veiculados pela Rádio Sociedade. Poesia e música também faziam parte de sua programação. Em 1927, chegava a 30 mil aparelhos receptores, na estimativa de Roquette. No ano anterior, ele propunha, no plano ‘Radioeducação do Brasil’, a criação de um sistema para ‘dar ao homem do povo’ o seu rádio, tendo em cada capital de estado uma ‘grande radioescola’ (BLOIS, 2004, p. 150)

Ferraretto (2001, p.97) relata que apesar do empenho e do idealismo de Roquette-Pinto e dos seus associados, a radiodifusão nasceu de maneira precária, pois os primeiros meses de funcionamento da Rádio Sociedade não havia uma programação definida e as emissões eram eventuais. O idealismo dos pioneiros do rádio era favorável ao slogan da primeira emissora do

país: “Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil”. Roquette-Pinto (s.d) citado por Ferraretto (2001, p.97) definia este novo veículo: “O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sons; desde que o realizem com o espírito altruísta e elevado”.

Mesmo com nobre intuito de Roquette-Pinto, o rádio esbarra em algumas dificuldades para se popularizar, começando pelos elevados preços para o acesso dos receptores. No começo, este meio de comunicação havia se transformado em um passatempo da elite, pois as mensalidades pagas pelos ouvintes era o que possibilitava o funcionamento da emissora. Além destes valores, para ingressar na Rádio Sociedade, cada sócio pagava uma joia, que representava mais de 100\$000 (cem mil-réis) (FERRARETTO, 2001).

Na primeira metade dos anos 20, o rádio ainda não havia disponibilizado espaços para a inserção de comerciais, fato que veio a acontecer apenas com a Rádio Clube do Brasil, criada em 1924 e sendo a primeira emissora do país a obter autorização para transmitir publicidade. Mais tarde a rádio foi transformada em Rádio Mundial e posteriormente integrante da Central Brasileira de Notícias (CBN). Nesta rádio, segundo Neuberger (2012), começaram a se apresentar os ídolos da música popular, modificando assim, a intenção das primeiras emissoras.

Ferraretto (2001) relata que de 1923 até o início da década de 30, surgem emissoras em diversos estados brasileiros, tais como a Bahia, Maranhão, Ceará, Minas Gerais, Pará, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo. A partir da regulamentação da publicidade em 1932, por meio do decreto 21.111, inicia-se uma nova fase da radiodifusão sonora no país, impulsionando o rádio como empreendimento comercial.

Blois (2012) afirma que durante treze anos, a pioneira Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, seguiu sua missão sem se valer de publicidade como fonte de recursos financeiros para prover o seu sustento. Em 1936, não podendo mais mantê-la apenas com doações, Roquette-Pinto doa a emissora para o então Ministério da Educação e Saúde, MES, sob uma condição:

As instalações serão gratuitamente transferidas ao Ministério da Educação que, em consequência, obriga-se a não utilizar a emissora para outros fins, senão o desenvolvimento da cultura popular e jamais permitir a publicidade comercial ou a propaganda política (FERRARETTO, 2001, p.104).

Este termo assinado pelo governo estava explícito não apenas o desejo de Roquette-Pinto, mas o compromisso com a radiodifusão educativa sem a inserção de publicidade comercial. E foi no ano de 1928 que foram criadas as duas primeiras radio escolas, uma em Recife, e a outra no Distrito Federal. Entre os anos de 1929 e 1940, há uma consolidação da ideologia inicial, com a implementação das rádios escolas e a criação das primeiras redes educativas, ao mesmo tempo em que o rádio passava por algumas mudanças na sua atuação. Ainda durante este período, o rádio continuava sendo elitista. Em 1933, forma-se a primeira cadeia de rádio, constituída por seis emissoras do Rio de Janeiro, transmitindo diariamente o programa *Quarto de hora da comissão Rádio Educativa*.

Em 1933, é criada a rádio escola de São Paulo, a qual se valeu de emissoras privadas para veicular seus programas educativos, enquanto obtinha autorização para funcionamento. Inicia-se a formação de uma rede educativa com 16 emissoras transmissoras e receptoras. Essa fase foi marcada por realizações do rádio com fins educativos, apresentando o formato rádio escola no Rio de Janeiro e em São Paulo, além das formações de cadeias radiofônicas com o mesmo objetivo.

Entre 1941 e 1966, o rádio educativo entra em um novo momento: a sua interiorização e expansão do eixo Rio-São Paulo, o que facilita a sua consolidação e a diversificação da ação educativa. Nesta época, surgem as *Universidades do Ar*, em 1941 no Rio de Janeiro e posteriormente, em 1947, em São Paulo, com o intuito de “oferecer orientação metodológica aos professores do ensino secundário em todo o Brasil, com cursos de letras, ciências, didática e pedagogia, entre outros, aberto a todos os professores do país” (GONTIJO, 2004, p. 361).

É nesta fase, em 1949, que o Serviço de Assistência Rural, atuante no Rio Grande do Norte, lança as bases de um trabalho assistencial para a população do interior, levando informações referentes à área agrícola, noções de higiene e programas de educação. Em 1958, foi o marco para o movimento, pois com a concessão para uma emissora própria, a Emissora de Educação Rural de Natal, começaram a ser instaladas 141 escolas radiofônicas voltadas para “a criação de uma consciência política na população rural, propondo-se a alfabetizar adolescentes e adultos” (BLOIS, 2012, p. 153). O episcopado brasileiro cria o Movimento de Educação de Base (MEB) e fortalece o uso do rádio ao utilizar a rede de emissoras católicas.

Em 1963 o governo federal facilita a concessão de centrais radiofônicas aos bispos que desejarem emissoras para a transmissão de programas de educação de base. Em 1961 é assinado entre MEB, a Secretaria de Educação e Cultura do Estado da Bahia, e a Conferência Nacional de Bispos do Brasil (CNBB) um convênio para a execução de Programas de

Educação de Base no Brasil, utilizando para isso, o meio rádio. O intuito era alfabetizar a população adulta rural do Nordeste.

A nível federal, em 1957, o Ministério da Educação cria o Sistema Rádio Educativo Nacional (Sirena) com o objetivo de atingir o público rural por meio de programas gravados em discos. O programa assinou convênio com 20 rádios, sendo destas, 14 ligadas à Igreja Católica. Em 1963 acaba o programa, mas a interiorização da ação educativa do rádio continua.

Neste contexto histórico, cabe aqui destacar a primeira Rádio Universitária brasileira, inaugurada em 18 de janeiro de 1958 em Porto Alegre, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Em 1963, surgem mais duas rádios universitárias: da universidade de Pernambuco e da Escola Federal de Engenharia, em Minas Gerais. Outras iniciativas vão configurar a interiorização do rádio com fins educativos, como as realizadas pelas Secretarias de Educação.

Em 1967, cria-se o Decreto-Lei nº 236/67 que vai estabelecer a transmissão obrigatória de programas educativos em todas as emissoras comerciais de radiodifusão. A especificação do Decreto-Lei se dá pela Portaria Interministerial MEC/Minicom nº 408/70, que estabelece o horário das emissões e formas de utilização do horário; tipo de programação; intercâmbio e subsídios de produção; responsabilidade do MEC como órgão executor; delegação de competências pelo MEC; inexistência de propaganda durante a emissão; constituição de um grupo-tarefa e suas diretrizes (BLOIS, 2012, p. 158). Um fato fundamental para o rádio educativo no Brasil acontece em 1973, com a elaboração do Plano Básico de Distribuição de Canais de Radiodifusão Sonora, incluindo canais reservados para fins educativos em FM.

Em 1979, se inaugura as FMs educativas, com a interação das emissoras em um sistema, com a configuração de novos espaços para a atuação do rádio. Nesta época foi implementado o Curso de Supletivo de 2º grau, pelo SER/MEC, transmitido via rádio e TV, com a denominação de Telecurso de 2º grau. Estavam envolvidos no processo também, a Fundação Padre Anchieta e Fundação Roberto Marinho.

Com o avanço das tecnologias da comunicação e da informação, as estações de rádio começam a utilizar a internet não só como meio interativo com os seus ouvintes, como também para oferecer sua programação. O rádio evolui e molda-se de acordo com as transformações sociais e culturais do país, navegando sem fronteiras geográficas e sem leis que delimitam o seu alcance. As rádios tradicionais criam seu espaço na rede, oferecendo para o ouvinte-internauta música, notícias e entretenimento.

3.2 RÁDIOS TRADICIONAIS AM/FM

Para Neuberger (2012), em relação à modulação do rádio, este pode ser classificado em AM (amplitude modulada) ou FM (frequência modulada), sendo que as diferenças não se limitam apenas à forma de utilizar as ondas sonoras ou formato digital, também estão ligadas ao conteúdo, ao público-alvo e aos investimentos publicitários. A autora defende que:

O rádio teve início com as amplitudes moduladas e, apesar da qualidade deficitária do som desse tipo de emissora, ainda na atualidade, o AM dá ao mundo a possibilidade de ter o rádio como aliado da comunicação de massa para o desenvolvimento das nações de forma democrática e respeitosa para com o interesse público (NEUBERGER, 2012, p. 84).

Segundo o site do Ministério das Comunicações e Telecomunicações¹⁰, para atender a uma demanda dos radiodifusores, em 2014, foi aprovado o decreto presidencial nº 8.139 em que autoriza a migração das emissoras AM para FM. “Essas emissoras foram prejudicadas não só por causa da interferência no sinal de transmissão, mas também porque não podem ser sintonizadas por dispositivos móveis, como celulares e *tablets* ou mesmo rádios de automóveis” (MC, *on-line*).

A baixa demanda por novas emissoras AM locais pode ser explicada, consoante o site do Ministério das Comunicações, em função da concorrência das emissoras FM e por sistemas mais modernos de comunicação. As emissoras que demonstraram interesse tiveram o período de um ano (2014/2015) para solicitar a migração, e após avaliação do Ministério das Comunicações, elas terão um prazo de até cinco anos para continuar operando nos dois sistemas, até a migração definitiva.

Neuberger (2012) afirma que as rádios AM costumavam ter muitos ouvintes, pois atingia quase todo o território nacional e, geralmente, contribuía para que os ouvintes tivessem acesso ao maior número de informações possíveis, tanto nacionais quanto internacionais e principalmente locais.

Na modulação AM comercial, podemos dividir em modalidades: OM (ondas médias), OT (ondas tropicais) e OC (ondas curtas). A diferença principal das AMs para as FMs está centrada na parte técnica e no estilo musical, sendo que uma das vantagens da rádio AM está na abrangência geográfica, o que permite atingir longas distâncias devido às ondas eletromagnéticas ou hertzianas (NEUBERGER, 2012).

¹⁰ Ministério das Comunicações, disponível em <http://www.mc.gov.br/migracao-das-radios-am>. Acesso em 27/02/2016.

Ainda hoje, existem 1.682 emissoras AM, segundo os dados de Radiodifusão do Ministério das Comunicações¹¹ e 134 emissoras com ondas tropicais ou ondas curtas. Já as FMs possuem a frequência modular, ou seja, não possuem o mesmo alcance das AMs, mas sofrem menos interferências causada por ruídos eletromagnéticos (raios ou outras emissoras de rádio e TV). No Brasil, segundo Neuberger (2012), o rádio FM surgiu na década de 60 e se solidificou na década seguinte, demonstrando ter mais qualidade técnica, porém, menor alcance em relação às AM.

Em 1970, era inaugurada, em São Paulo, a Rádio Difusora, sendo a primeira¹² do país a transmitir exclusivamente em frequência modulada. Alguns anúncios veiculados nesta emissora eram agressivos, sendo destinados, segundo o texto publicitário, às pessoas “ricas e inteligentes”, conforme relata Ferraretto (2001). Trata-se de uma linguagem preconceituosa, elitista e excludente. Está relacionado ao poder aquisitivo, ao acesso à renda, ao nível de escolaridade, enfim, ao padrão de vida do seu receptor. Em relação à programação da FM, pode-se afirmar que:

A programação para *pessoas ricas e inteligentes* incluía música popular brasileira, internacional e erudita, transmitida das 7 às 22h, quando iniciava um programa dedicado ao jazz. Havia ainda dois noticiários pela manhã, às 7h e às 8h, e um boletim sobre a Bolsa de Valores no final da tarde. No conjunto dos blocos comerciais, transmitidos a cada 15 minutos, estavam previstas 420 mensagens publicitárias de cada um dos 20 anunciantes, exclusivos em seus setores de atuação (FERRARETTO, 2001, p. 156).

Caracterizada até hoje como uma emissora que transmite música ambiente ou locução acelerada voltada ao público jovem, “o FM conquistou seu espaço e, atualmente, este tipo de emissora é muito forte também em termos de jornalismo *all News* (24 horas), esporte e prestação de serviços” (NEUBERGER, 2012, p. 85).

O autor apresenta a modalidade das FM, sendo elas: comerciais, educativas ou comunitárias. O relatório do Ministério das Comunicações (ONLINE) apresenta os dados abaixo em relação ao número de FM existentes hoje, no Brasil:

¹¹ Dados atualizados pelo MC em fevereiro de 2016. Disponível em <http://www.mc.gov.br/dados>. Acesso em 08/03/16.

¹² Ferraretto (2001) também apresenta a contestação em relação ao pioneirismo da Difusora, alegando que, segundo Fernando Veiga, a FM começa a ser usada no Brasil na década de 50 pela Rádio Imprensa.

Tabela 1 – Tabela da radiodifusão

RADIODIFUSÃO	
FM Comercial	2.162
FM Educativa	448
Rádio Comunitária	4.726

Fonte: Ministério das Comunicações, ONLINE.

Em relação às FM Educativas, os serviços de radiodifusão (Rádio ou TV) são voltados à transmissão de programas exclusivamente educativo-culturais, não podendo ter caráter comercial nem fins lucrativos, de acordo com o Decreto Lei 236, de 28 de fevereiro de 1967.

A outorga para a execução dos serviços de radiodifusão com finalidade exclusivamente educativa ocorre por meio de procedimento administrativo seletivo com início pela publicação periódica, no Diário Oficial da União, dos chamados Avisos de Habilitação, abrangendo, cada um deles, certo número de municípios, convidando os interessados a apresentarem suas propostas (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, ON-LINE)¹³

Conforme a lei 4.117¹⁴, a radiodifusão educativa é destinada à transmissão de programas educativos em conjunto com os sistemas de ensino formal e de formação para o trabalho. De acordo com Neuberger (2012, p.87), “a outorga à radiodifusão educativa é concentrada ao poder público, universidades e fundações que estejam, de certa forma, ligadas ao tema”. Segundo o MC (ONLINE), somam-se um total de quase 500 rádios educativas distribuídas no território nacional.

Já as rádios comunitárias, para Neuberger (2012), são um tipo especial de emissora de rádio FM, com alcance limitado a no máximo 1km a partir da sua antena transmissora, com potência de transmissão irradiada máxima de 25 watts. Percebe-se um número significativo de rádio comunitárias espalhadas pelo país, fato que será abordado no próximo subcapítulo, pois é inegável o seu papel também educativo com a comunidade onde está inserida.

3.3 RÁDIOS COMUNITÁRIAS E LIVRES

As rádios comunitárias (RadCom) possuem como objetivo proporcionar informação, cultura, lazer, entretenimento, servindo como um canal de comunicação para as pequenas

¹³ Disponível em <http://www.mc.gov.br/radiodifusao-educativa>. Acesso em 16 de mar de 2016.

¹⁴ Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4117.htm. Acesso em 16 de mar de 2016

comunidades, com o intuito de divulgar suas ideias, hábitos, tradições e manifestações culturais. De acordo com o Ministério das Comunicações: “A outorga para prestar o Serviço de Radiodifusão Comunitária será dada apenas para pessoas jurídicas constituídas na forma de associação ou fundação e, portanto, que não tenham finalidade lucrativa” (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, *ON-LINE*¹⁵).

As RadCom servem como um espaço para que a população possa expressar e manifestar suas ideias, seus interesses, suas práticas, permitindo a livre associação de qualquer pessoa residente ou domiciliada na área da comunidade atendida. Segundo o Ministério, essas pessoas terão plenos direitos de voz, de votar e de serem votadas para todos os cargos que compõem a estrutura deliberativa da associação ou fundação. Neuberger (2012) afirma que a finalidade de uma rádio comunitária é dar condições à comunidade de discutir amplamente os interesses locais, oportunizando o debate, bem como o desenvolvimento social, cultural, político e econômico do bairro ou das pequenas comunidades. Dessa maneira, a programação de uma rádio deve conter informações sem discriminação de raça, religião, sexo, convicções políticas e condições sociais:

Ponto muito importante e que deve ser observado de maneira rigorosa concerne à proibição a que as entidades responsáveis pela Rádio Comunitária, ainda que antes de receberem a outorga, estabeleçam ou mantenham qualquer espécie de vínculo que as subordinem ou as sujeitem a qualquer outra entidade (partido político, igreja, outra Rádio Comunitária, um grupo de comunicação, etc.) ou mesmo a uma família. Da mesma forma, como a Rádio Comunitária é voltada à satisfação de toda a comunidade, necessariamente ela não poderá fazer proselitismo (empenho ativista que, por meio da programação da emissora comunitária, objetive conseguir adeptos para uma religião, doutrina, filosofia ou ideologia), pois isso significará um sectarismo contrário ao caráter comunitário (MINISTÉRIOS DAS COMUNICAÇÕES, *ON-LINE*).

É sabido que a regulamentação e os procedimentos para conseguir uma concessão são trabalhosos e, geralmente, levam anos para serem concretizados. Neuberger (2012, p.100) alerta que a burocratização é “imensa”, mas existem muitas empresas sem fins lucrativos com interesse em viabilizar uma rádio comunitária, conforme as diretrizes legais. Importante ressaltar que a instalação e o funcionamento de estação de rádio sem a autorização (concessão) do governo são considerados crimes federais, punido com a apreensão dos equipamentos e a possível prisão dos responsáveis pela emissora e demais pessoas envolvidas, tais como fornecedores, técnicos, instaladores, entre outros. Cabe à Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) a fiscalização das rádios comunitárias.

¹⁵ Disponível em <http://www.mc.gov.br/radiodifusao-comunitaria>. Acesso em 18 de março de 2016.

Desde o ano de 2002, por meio da Lei 10.597, foi aprovada a extensão das concessões para o período de 10 anos, renováveis pelo mesmo período. Uma das grandes dificuldades enfrentadas pelas RadCom é a impossibilidade de formar rede o que, segundo Cecília Peruzzo (s.d), possibilitaria a transmissão conjunta de eventos culturais, educativos e esportivos de interesse coletivo das comunidades. O engajamento da comunidade na administração das RadCom é fundamental para que pequenos grupos não monopolizem a programação, pois desta maneira, o que ocorre é a redução da participação popular e democrática da comunidade, como alerta Neuberger (2012, p. 104):

Se as rádios comunitárias não agem em prol da comunidade em que estão inseridas, garantindo voz a todos os moradores da região e promovendo as identidades culturais da localidade, acabam agindo como qualquer outro meio de comunicação de massa, que atua de forma globalizante e padronizada em função do número de pessoas que abrange.

No Brasil, desde 1996, a Abraço¹⁶ (Associação Brasileira de Rádios Comunitárias) representa o conjunto de emissoras deste gênero, criada a partir da necessidade de unificar a luta das rádios na “defesa pela liberdade de expressão e para fortalecer a resistência à opressão imposta pelas forças repressoras do Estado Brasileiro”.

A Abraço complementa:

Afirmamos como legítima e necessária à resistência e a pulverização desse meio de comunicação comunitário pelo país, mesmo que a sua existência extrapole os marcos da legalidade, pois os mesmos parlamentares que fazem as leis no Brasil são os donos de emissoras de rádio e televisão, legislando, assim, em causa própria (ABRAÇO, *ON-LINE*).

Não é o objetivo principal deste trabalho aprofundar o debate sobre as rádios comunitárias, mas sim, classificar os diferentes tipos de emissoras de rádios que existem hoje no país e, deixar claro, as diferenças entre eles. Vale ressaltar que ainda há muito o que se fazer pelas rádios comunitárias, e sem dúvida, elas são de extrema importância para o incentivo à participação popular e a participação cidadã.

Já as rádios livres possuem uma conceituação um pouco diferente. Segundo Peruzzo (1998), elas surgiram nos anos 70 no Brasil, durante a ditadura militar, pelo fato dos meios de comunicação de massa estarem nas mãos de pessoas ou grupos privilegiados com a concessão de canais, por decisão do Poder Executivo Federal. Num primeiro momento, as rádios livres

¹⁶ Abraço, disponível em <http://www.abracors.org.br/abraco/default.asp?ids=606>. Acesso em 18 de mar de 2016.

eram compostas por jovens interessados em praticar radiofonia, “roqueiros cansados” da mesma programação das emissoras de rádio da época e pouco envolvidos com as causas sociais ou políticas. Muitos destes jovens se classificavam como apolíticos, tendo como foco das rádios livres a música, até porque do contrário não conseguiriam devido à repressão política.

Depois foram se instalando emissoras mais preocupadas com as causas políticas e sociais e com a centralização dos meios de comunicação. Neuberger (2012) define que as rádios livres são tidas por alguns como uma maneira de combater o monopólio midiático, pois elas não são guiadas por propósitos comerciais, mas sim de liberdade, de participação popular.

Pigatti (2011 apud Neuberger 2012, p. 110) afirma que as rádios livres surgiram antes das rádios comunitárias e possuem como marco no Brasil a Rádio Paranoica, do Espírito Santo, montada no início dos anos 70. O auge das rádios livres aconteceu no estado de São Paulo, com o surgimento de vários rádios, entre elas: Rádio Specto em 1976, Estrôncio 90 em 1981, Alfa 1, Colúmbia, Fênix, Star e Centauros. Na capital de São Paulo o número de rádios livres era tão expressivo que em 1985 foi criada uma Cooperativa dos Rádios-Amantes.

Já Peruzzo (1998, p.02) define as rádios livre como:

Emissoras que entram no ar, ocupam um espaço no dial, sem concessão, permissão ou autorização de canal por parte do Governo sendo, portanto, caracterizadas como ilegais. Costumam ser chamadas também de clandestinas ou piratas. São consideradas ilegais com base na Lei 4.117, de 27 de agosto de 1962, e no Decreto-lei 236 de 1967. Os quais, proíbem a instalação ou utilização de telecomunicações sem autorização do Governo, mas são omissos quanto a tipificação das rádios de baixa potência.

Para a Abert¹⁷ (Associação Brasileira de Emissores de Rádio e Televisão), radiodifusão ilegal não é sinônimo apenas de Rádio Pirata, mas é incorporado também as rádios que operam acima da potência autorizada e as rádios comunitárias e educativas que veiculam publicidade comercial. A Associação (2016) informa que nos últimos cinco anos, mais de 6.700 rádios piratas foram fechadas no Brasil, representando o dobro do total de autorizações concedidas pelo Ministério das Comunicações para rádios comunitárias em dez anos.

Partindo do entendimento que as rádios livres são consideradas ilegais, de acordo com a Lei que proíbe a utilização de telecomunicações sem a autorização do governo, é importante

¹⁷ Abert: disponível em <http://www.abert.org.br/web/index.php/2013-05-22-13-33-19/2013-06-08-04-03-27>. Acesso em 22 março de 2016.

ressaltar o Art. 5º da Constituição Brasileira em que “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independente de censura ou licença” e o Art. 220 que garante a “manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição”.

Assim, pode-se inferir que o estado Brasileiro não dá conta da demanda pelo direito da comunicação por meio legal. Enfim, há muito para ser discutido acerca deste assunto, até porque Peruzzo (1998, p.08) faz uma observação pertinente – apesar de entender sobre a ilegalidade – sobre as rádios comunitárias e as rádios ilegais, as mesmas “podem ser consideradas como legítimas, pois têm uma função social importante no processo de convivência e desenvolvimento comunitário”. Ela afirma que estas rádios atendem a uma carência crescente de comunicação em nível local, necessidade esta, em que a legislação não soube se adiantar para suprir. Segundo a pesquisadora, muitos municípios brasileiros não dispõem de emissoras de rádio e em geral as rádios existentes tem uma programação que não condiz com as problemáticas locais, tornando-se padronizadas e, em alguns casos sendo transmitidas em rede nacional, operadas a partir dos grandes centros urbanos.

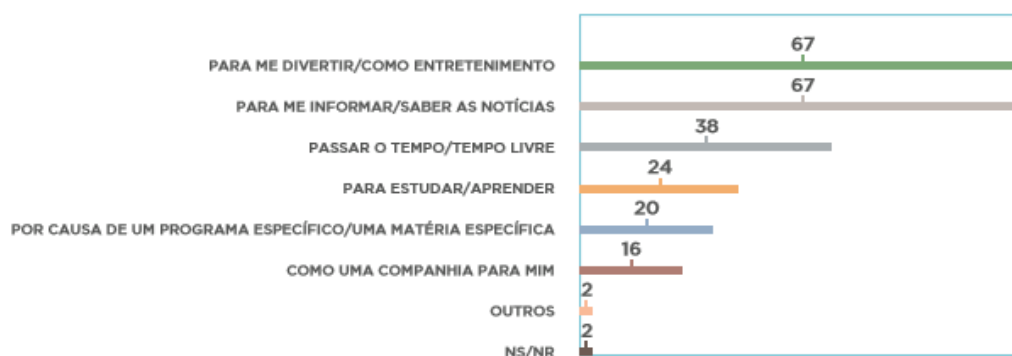
Diante deste contexto, fica o questionamento: a quem interessa o processo demorado e burocrático para começo de rádios comunitárias?

3.4 WEBRÁDIOS: DEFINIÇÕES E CARACTERÍSTICAS

Para abordar o rádio na atualidade, é necessário relacionar com a chegada da internet no Brasil. Prata (2009) relembra que a primeira conexão à internet foi feita no Brasil em 1987, quando a Fundação de Pesquisa do Estado de São Paulo conectou-se a instituições dos EUA. Em 1990, foi criada a Rede Nacional de Pesquisa (RNP), uma iniciativa do Ministério da Ciência e Tecnologia com o intuito de implantar uma sofisticada infraestrutura de serviços de internet, com abrangência nacional. Em 1992, foi implantada uma espinha dorsal de comunicação, compreendendo a maior parte do Brasil e em 1994 a Embratel passou a oferecer acesso à rede. Porém, a data oficial da web brasileira é o dia 31 de maio de 1995, quando foi criado o Comitê Gestor da Internet (CGI) no Brasil, entidade responsável pela rede mundial de computadores no país, com a função de administrar os nomes dos domínios locais e a interconexão de redes dentro e fora do país.

Antes mesmo da oficialização da internet, o número de internautas crescia demasiadamente, buscando acesso às redes. Hoje, apesar do crescimento das redes e das facilidades de acesso através de dispositivos móveis, 51% da população brasileira ainda não tem acesso à internet, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia da Secretaria de Comunicação (SECOM, 2015). A pesquisa revela também que 76% das pessoas que acessam à internet todos os dias, registram uma exposição média de 4h59 de segunda a sexta-feira e de 4h24 nos finais de semana. Eles estão em busca, principalmente, de informações (67%), de diversão e entretenimento (67%), de uma forma de passar o tempo livre (38%) e de estudo e aprendizagem (24%), conforme mostra o gráfico 1 abaixo:

Gráfico 1: Razões pelas quais as pessoas acessam a internet



Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (SECOM).

Com todas essas mudanças, o meio rádio também teve que se adaptar e se inserir nas redes, surgindo assim, as radiosweb ou webrádios. Prata (2009) afirma que a Rádio Klif, localizada no Texas, EUA, foi a primeira emissora comercial a transmitir de forma contínua e ao vivo através da internet, a partir de setembro de 1995. No Brasil, a primeira rádio web chegou no dia cinco de outubro de 1998, com as transmissões da Rádio Totem, sendo a primeira emissora brasileira com existência apenas na internet.

Assim, aos poucos, as rádios comerciais foram se inserindo na rede, bem como as educativas e as universitárias. O suporte da internet permitiu a presença de elementos textuais e imagéticos, além de sonoros, propiciando o surgimento de novos gêneros e novas formas de interação, como explica Prata (2009, p.50).

O advento da internet, porém, faz surgir uma nova forma de radiofonia, onde o usuário não apenas ouve as mensagens transmitidas, mas também as encontra em textos, vídeos, fotografias, desenhos, hipertextos. Além do áudio, há toda uma

profusão de elementos textuais e imagéticos que resignificam o velho invento de Marconi.

Para melhor compreender estas mudanças que cercam o rádio, é necessário diferenciá-lo a partir de algumas variantes tecnológicas, classificando-o de acordo com dois modelos de radiofonia, segundo Prata¹⁸ (2008, p.03):

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

Ainda segundo a autora, existem hoje no mundo três modelos de rádio, no qual a presente pesquisa se baseia: 1) Emissoras hertzianas (com transmissão analógica ou digital); 2) Emissoras hertzianas com presença na internet (com transmissão digital) e 3) Emissoras com presença exclusiva na internet, que denominamos de webrádios¹⁹. O foco desta pesquisa são as emissoras com transmissão exclusivamente pela internet.

Como consequência destas alterações, novas formas de interação vão surgindo, na tentativa de fidelizar o ouvinte – ou o ciberouvinte – que na rede mundial de computadores buscam uma outra forma de comunicação, diferente das disponibilizadas pelas emissoras convencionais. Novos mecanismos vão sendo oportunizados pela internet com o objetivo de envolver um público específico, que a cada dia ganha proporções maiores. Uma emissora virtual, por exemplo, tem condição de aprofundar as informações com os ouvintes, de tirar dúvidas pertinentes ao que está na pauta de discussão, com links direcionando a leitura de textos, visualização de fotos e imagens. A rádio web é um negócio promissor, que está em crescimento em todo o mundo, segundo Pacheco (2010). O webrádio afeta, principalmente, a forma de cultura de um povo, já que suas possibilidades proporcionam não só novas linguagens, mas também maior interatividade e abrangência, como destaca Neuberger (2012, p.126):

Se nas rádios tradicionais é comum encontrar filas na entrada ou salas de recepção abarrotadas de gente, além de telefones tocando em ritmo frenético, na internet, esse potencial se amplia, uma vez que há muitas outras formas de comunicação (fóruns, enquetes, comentários, e-mails, além das redes sociais e micro- blogs). A

¹⁸ Artigo Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação. Publicado no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal, RN – 02 a 06 de setembro de 2008.

¹⁹ Para a presente pesquisa será adotado esta nomenclatura para se referir às rádios com transmissão exclusivamente pela internet.

participação por estes canais é facilitada pela tecnologia que, a cada dia, surge com novidades e amplia o acesso popular.

Muito se tem falado que o futuro da radiofonia está na digitalização e que esta seria a partir das rádios hertzianas. Prata (2008) defende que a digitalização dos rádios no Brasil pode demorar a acontecer, pois algumas mudanças tecnológicas vieram muito tarde, e as mudanças advindas pela internet modificaram a forma de fazer e ouvir rádio. Em 2005 o Núcleo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora do Intercom²⁰ criou um grupo para pesquisar a implementação do rádio digital no Brasil, mostrando, a partir dos resultados, que as emissoras demonstram pouco interesse em implementar esta modalidade. “Os levantamentos apontam que as emissoras estão tímidas com relação aos investimentos e temerosas quanto à receptividade do público”, afirma Prata (2008, p. 3).

Segundo o site do MiniCom²¹, a digitalização do serviço indica oportunidades de desenvolvimento mais adequado e crescimento de políticas públicas governamentais, além da ampliação da cobertura do serviço de rádio no país. A digitalização do rádio também vai permitir diferentes oportunidades de negócio para as emissoras, “que terão à sua disposição um serviço com qualidade de áudio superior e a possibilidade de transmissão de dados adicionais”. Além da qualidade do som, a tecnologia vai permitir que os rádios tenham uma tela para receber textos e imagens.

Em março de 2007, foi criado o Conselho Consultivo do Rádio Digital, com o objetivo de assessorar o Ministério das Comunicações no planejamento da implantação do Rádio Digital no Brasil, formado por representantes da sociedade civil, do Governo Federal, do setor de radiodifusão (comercial, educativa, comunitária e pública), da indústria (recepção, transmissão e audiovisual), das instituições acadêmicas e dos anunciantes. Em 2010, foi criado o Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD), em que o MiniCom tem realizado testes técnicos para verificar o desempenho dos diferentes modelos de rádio digital. Esses testes servem para garantir o caráter e alcance universal do rádio tal como existe hoje e também a segurança para as emissoras.

A webrádio, segundo Prata (2008), também é uma forma de radiofonia digital, que compreende novos gêneros e diferentes maneiras de interação. A autora esclarece que a webrádio é de fácil operacionalização e manuseio, tornando-a parte do dia a dia de muitas

²⁰ Site do Grupo de Pesquisa em Mídias Sonoras. Disponível em <https://blog.ufba.br/portaldoradio/pesquisas/>. Acesso em 29/03/16.

²¹ Site Ministério das Comunicações. Disponível em <http://www.mc.gov.br/radio-digital>. Acesso em 29/03/16.

ONGs, associações, comunidades, universidades, escolas, entre outras. Consequentemente a isto, a quantificação das rádios pela internet se transforma em algo difícil de objetivar.

Entre as mudanças que a webradio tem proporcionado, a ruptura das fronteiras é uma delas, possibilitando o acesso a este meio de qualquer lugar do mundo, em qualquer horário, caracterizando assim, conforme Neuberger (2012, p.126), uma nova concepção de espaço e tempo radiofônico. A autora também apresenta o caráter uniforme do meio que se transformou em multimídia, pois assume características tanto sonoras quanto visuais na web, “estabelecendo uma estrutura mais rica e variada, promotora de uma nova discursividade”.

A noção de ouvinte também se estende, pois ele passa a ser um colaborador, pois troca informações e gera conteúdo, como já citado anteriormente. Outro ponto interessante do webradio é o conteúdo disponível posteriormente à transmissão, ou seja, o conteúdo gravado. É o rádio *on demand*, em que o ouvinte não precisa mais esperar o horário certo do programa começar, ele não fica dependente da grade de programação, pode acessar e escutar as informações quando julgar conveniente. Os *podcasts*²², conforme Neuberger (2012), oferecem praticidade aos ouvintes ou webouvintes²³, pois podem ser ouvidos na *web* e também existe a possibilidade de serem baixados nos dispositivos móveis, como *smartphones*, *tablets*, MP3, MP4, entre outros.

O autor destaca ainda que uma das novidades em termos de tecnologia de mobilidade relacionada ao rádio são os *Mobile Web App*, popularmente conhecidos como aplicativos. Eles permitem aos usuários acessar o site das emissoras de forma rápida e escutar os áudios, atualizar o conteúdo disponível no aplicativo, entre outros. Quando a transmissão não é ao vivo, também existe a possibilidade de navegação para escutar os áudios da rádio de acordo com os interesses de cada ouvinte, além da possibilidade de visualizar o que é publicado nas redes sociais, álbum de fotos e vídeos, notícias, interação entre locutores e público, tudo por intermédio do aplicativo, facilitando assim, o acesso à informação. Neuberger (2012, p. 129) complementa:

Além da qualidade do som, o baixo custo de colocar um *site*, *blog*, *microblog* ou participar das redes sociais é um dos pontos altos alcançados pelo rádio neste ambiente hipermediático. Os valores são muito aquém das oportunidades oferecidas por este “fazer parte”, ampliando o número de pessoas com acesso à rádio e verdadeiramente favorecendo o intercâmbio de informações. Bem trabalhado, esse fator leva a uma segmentação, viabilizando programação que atenda às expectativas do público.

²² São arquivos de áudio transmitidos via internet.

²³ Também chamado de radionauta pelo site tudoradio.com

Kennedy e Paula (2013) reforçam que a expansão do conteúdo radiofônico para a internet proporcionou novas possibilidades para o jornalismo e para a publicidade. A notícia ganha título, foto, não ficando apenas na esfera sonora, o ouvinte pode ler e clicar no conteúdo (o que já é feito em sites de notícias), bem como a rentabilidade do rádio pode aumentar, visto que as possibilidades de formatos comerciais aumentam, envolvendo mais consumidores. Em relação ao site de uma emissora, os autores afirmam que este expressa o seu perfil editorial: “se a prioridade é notícia, os principais fatos da cobertura deverão ser os destacados. Se for música, terá de apresentar os sucessos, as novidades, as tendências. Se o objetivo é prestação de serviço, então que fiquem bem visíveis as informações que vão ajudar o ouvinte” (p. 104). Além disso, é fundamental que conste no site as informações como grade de programação, os profissionais que compõem a equipe da rádio e um canal direto de contato com o ouvinte.

A conclusão a que chegamos é que, além de ter uma boa programação no ar, é importante para a rádio oferecer um bom conteúdo na web. É preciso criar produtos para esse público. Algumas emissoras já produzem programas que não vão ao ar pelas ondas do *dial*, mas são transmitidos apenas on-line (PAULA; KENNEDY, 2013, p.104).

Algumas das principais características do rádio tradicional podem ser encontradas nas webrádios, ou de alguma forma, adaptado pelas novas tecnologias. Ortriwano (1985, p.78) classifica o rádio como um dos meios mais privilegiados em função das suas características, que são: linguagem oral, penetração, mobilidade, baixo custo, imediatismo, instantaneidade, sensorialidade e autonomia.

Em relação à linguagem oral, a autora defende que em função do áudio, “para receber mensagens, é necessário apenas ouvir”. Portanto, o rádio teria uma vantagem em relação aos meios impressos, pois ele “conversaria” com as pessoas, independente destas serem alfabetizadas ou não, sendo o meio radiofônico o mais popular e de maior alcance. Nas webrádios, o áudio e a sonoplastia também são fortes, mas a possibilidade do ouvinte acessar o site da emissora, poder ler e compartilhar informações das redes sociais, ver fotos e demais conteúdos postados pela rádio e interagir com a emissora, faz com que a linguagem oral seja ampliada a partir das novas possibilidades trazida com a internet (ORTRIWANO, 1985, p.78).

Sobre a penetração do meio, em termos geográficos, o rádio se torna o mais abrangente, pois pode chegar a pontos mais remotos e de alcance nacional. Quando uma rádio é AM ou FM, a cobertura geográfica fica limitada em função da sua capacidade de propagar o

som, mas com a webradio, esse limite geográfico não sofre restrições, pois a transmissão não depende das ondas eletromagnéticas, e sim da conexão que o usuário está utilizando no momento em que acessa a rádio pelo computador, aplicativo, celular ou outro dispositivo (ORTRIWANO, 1985).

Sobre a mobilidade, Ortriwano (1985, p.79) divide em duas categorias, sendo elas: emissor e receptor. O emissor, do ponto de vista técnico, seria menos complexo o do rádio do que o da televisão, pois o rádio pode transmitir as informações de maneira mais rápida, estando presente com mais facilidade. Comparando com os meios impressos, ele teria mais vantagens, pois “suas mensagens não requerem preparo anterior, podendo ser elaboradas enquanto estão sendo transmitidas”. Esta diferenciação ocorre em função do meio eletrônico ter como vantagem a rapidez na comunicação, não dependendo de alguns fatores, tais como fechamentos de arquivos para a impressão e necessidade de papéis. Já o receptor, que está do outro lado escutando o que é transmitido, “não precisa ficar em casa, ao lado do aparelho. O rádio hoje está presente em todo o lugar: na sala, na cozinha, no banheiro, no quarto, no escritório [...]”. Além disso, não é mais necessário estar no transporte público ou no carro para escutar rádio, basta acessar o site de uma rádio com presença digital ou uma webradio a partir de um dispositivo móvel que o usuário tem acesso ao conteúdo que está sendo veiculado, aos arquivos mais antigos e demais informações que as emissoras disponibilizam, na hora em que o ouvinte quiser e da maneira que achar mais adequado.

O baixo custo também é um dos fatores destacado por Ortriwano (1985) que favorece o rádio, pois os aparelhos receptores do rádio são, normalmente, mais baratos do que um aparelho de TV. Veronezzi (2009) complementa que em função desta característica, o rádio é um meio com menor exclusão social, estando sua aquisição ao alcance de uma parcela maior da população. As produções radiofônicas também são mais acessíveis do que as produções televisivas, em função do seu menor grau de complexidade. Levando em consideração o número de ouvintes que as rádios podem abranger, o custo de produção fica ainda menor em relação ao público que é envolvido na mensagem radiofônica (ORTRIWANO, 1985). Nas webrádios, a vantagem é que o ouvinte não necessita de um aparelho específico para ouvir o conteúdo que está sendo transmitido, pois a única exigência é ele estar conectado na rede mundial dos computadores, podendo ouvir a emissora por intermédio de um computador, *tablet*, ou por um aparelho de celular (Smartphone / IOS / Windows Phone) que acesse internet.

O imediatismo do rádio é uma das características que agrega vantagens para este meio, já que a transmissão das mensagens acontece enquanto os acontecimentos estão se

desenrolando, afirma Ortriwano (1985). Esta questão se justifica pelo aparato técnico ser mais simples e a mensagem mais rápida de ser elaborada. A instantaneidade do meio faz com que ele perca um pouco de espaço para os meios impressos, pois se o ouvinte não está escutando a mensagem no momento em que ela é veiculada, a mensagem não o atingirá, pois segundo Veronezzi (2009, p. 50) ela “vive” apenas no momento da sua transmissão, pois é eletrônica. Já no meio impresso, a mensagem não se apaga, não se perde, podendo o leitor avançar a leitura em um jornal ou revista e voltar as páginas para reler o que achar mais interessante. A informação vai ficar ali, à disposição do leitor. Para não perder o imediatismo da mensagem, muitas webrádios disponibilizam os *podcasts* da programação possibilitando aos ouvintes o acesso a programas mais antigos. Dessa maneira, mesmo sendo um meio eletrônico, o ouvinte pode optar por escutar um determinado programa quando lhe convém, não ficando dependente da programação ao vivo da rádio. Muitas emissoras além de disponibilizarem os *podcasts* no site ou nas redes sociais em que estão inseridas, também disponibilizam o áudio no *Soundcloud*²⁴ ou no canal do Youtube.

Em relação à sensorialidade, Ortriwano (1985, p. 80) afirma que o rádio envolve o ouvinte,

Fazendo-o participar por meio da criação de um diálogo mental com o emissor. Ao mesmo tempo desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um.

A autora completa que na televisão a decodificação também se dá em nível sensorial, mas a imaginação fica limitada em função da imagem. Já nos meios impressos a sensorialidade está menos evidente, o que permite uma decodificação mais racional, “sem envolvimento emocional que são criados pela presença da voz” (p.80). Nas webrádios com os diversos recursos disponíveis, tanto em áudio quanto em outros formatos, tais como vídeos, fotos e também por intermédio de textos, a sensorialidade corresponde aos diversos níveis, tanto emocionais quanto racionais.

A última característica destacada por Ortriwano (1985, p. 81) em relação ao rádio refere-se à autonomia do meio, sendo que este deixou de ser um meio de recepção coletiva para se transformar em individual. Esta característica fez com que o emissor direcionasse a sua fala para cada ouvinte em particular, dirigindo-se a um ouvinte específico. “A mensagem oral se presta muito bem para a comunicação intimista [...] pois é como se o rádio estivesse

²⁴ SoundCloud é uma plataforma online de publicação de áudio utilizada por profissionais de música sediada em Berlim, Alemanha, fundada por Alexander Ljung e Eric Wahlforss em Agosto de 2007. Disponível em <https://soundcloud.com>. Acesso em 14 maio 2016.

contando para cada um em particular”. Veronezzi (2009) destaca que a facilidade da linguagem oral não impede que as pessoas continuem executando outras tarefas enquanto escutam o rádio, tais como limpar a casa, ler, dirigir, enquanto fazem refeições ou conversam com outras pessoas, não prendendo a atenção total do ouvinte.

3.4.1 Usabilidade de *Homepages*:

Homepage é a página inicial de um site, ou seja, é página de entrada quando o usuário digita o endereço eletrônico. Em alguns casos, ela ainda é a responsável por criar aquela “primeira impressão” para o usuário. É sabido que nem todo acesso inicial se dá pela *homepage*, mas normalmente é onde o usuário irá encontrar mais informações a respeito da empresa e dos serviços oferecidos. A *homepage*, por ser a primeira página, deve ter um design diferente das demais páginas do site, respeitando o estilo do site, mas deve haver diferenças, conforme Nielsen (2000, p. 166):

Por exemplo, a *homepage* não deve ter um botão *Home*, pois é muito irritante clicar em um botão que o leva de volta para a página atual. Além disso, a *homepage* deve geralmente ter um logotipo maior e um posicionamento mais proeminente do nome da empresa ou do site. A primeira meta imediata de qualquer *homepage* é responder às perguntas “onde estou?” e “o que se faz neste site?”.

O design deve deixar claro qual é o objetivo do site para o usuário que visita pela primeira vez. Nielsen e Tahir (2002) defendem que as *homepages* são um patrimônio valioso, tendo sido investido mais de milhões de dólares em um espaço com menos de um metro quadrado. Eles afirmam que o site possui valor e importância muito grande por ser a face da empresa perante seus atuais ou futuros consumidores. Cada vez mais a presença online de empreendimentos faz com que clientes optem, ou não, pela compra de um determinado produto ou serviço, portanto, é essencial possuir uma forte presença na internet, independente se a venda será feita presencial ou virtual.

A *homepage* se torna a página mais importante de qualquer website, sendo mais visualizada do que qualquer outra página. Sua função é transmitir o que a empresa significa, mostrar a importância do site em relação à concorrência e os produtos/serviços oferecidos. A usabilidade também assumiu importância nos últimos tempos, visto que os crescentes números de acessos à internet e o aumento do número de sites fazem com que os usuários não fiquem muito tempo em um site que não forneça as informações procuradas e de maneira

rápida. Segundo o site Internet Live Stats²⁵, o qual fornece dados em tempo real, o número de websites em 2016 é um pouco mais de 1 bilhão e atualmente o número de usuários passa dos 3 bilhões.

Ao se referir sobre alguns erros que podem ser encontrados nos sites de certas empresas, Nielsen (2000, p.164) afirma que “a usabilidade da web sofre drasticamente logo que os usuários saem da homepage e começam a navegar ou a resolver problemas”. O autor declara que a web foi projetada como um ambiente de leitura de textos e a sua usabilidade não acompanhou a exigência cada vez maior dos usuários. A partir disso, o design do site deve ser simples e sem muitas distrações, com as informações colocadas de maneira clara e com itens de navegação que facilite o acesso. Para mostrar esta importância das homepages, os autores propõem oito analogias, que são: capa de revista, sua face para o mundo, trabalho de arte, saguão de um prédio, recepcionista de empresa, sumário de livro, primeira página de jornal e folheto. Estas comparações revelam a importância que a página principal tem com os internautas.

Assim, compreendendo a importância das homepages e da sua usabilidade, torna-se importante analisar como estão organizadas as homepages das webrádios das universidades federais para seus ouvintes. Nielsen & Tahir (2002) no livro *Homepage: Usabilidade - 50 websites desconstruídos* classificam 113 diretrizes da usabilidade das homepages, estando estas classificadas em 26 áreas, que são:

1. Informando o objetivo do site
2. Transmitindo informações sobre sua empresa
3. Criação do conteúdo
4. Revelando o conteúdo por meio de exemplos
5. Arquivos e acesso ao conteúdo anterior
6. *Links*
7. Navegação
8. Pesquisa
9. Ferramentas e atalhos para tarefas
10. Gráficos e animação
11. *Design* gráfico
12. Componentes da interface com o usuário

²⁵ Disponível em <http://www.internetlivestats.com/>. Acesso em 17 de maio de 2016.

13. Títulos de janela
14. URLs
15. Notícias e comunicados à imprensa
16. Janelas *pop-up* e páginas intermediárias
17. Publicidade
18. Boas-vindas
19. Comunicando problemas técnicos e tratando de emergências
20. Créditos
21. Recarregamento e atualização de página
22. Personalização
23. Obtendo dados do cliente
24. Favorecendo uma comunidade
25. Datas e horas
26. Cotações de ações e exibição de números

A partir destas 26 áreas que geram as 113 diretrizes (APÊNDICE C), foram selecionados para esta pesquisa, a partir de uma análise prévia, alguns das diretrizes que mais se ajustam com os propósitos da investigação da usabilidade das homepages das webrádios, que são:

1. Exibir o nome da empresa e/ou logotipo, em um tamanho razoável e em um local de destaque
2. Incluir um slogan resumindo explicitamente o que o site ou a empresa faz
3. Incluir um link da homepage para uma seção “Sobre Nós”, que oferece aos usuários uma visão geral sobre a empresa e links para todos os detalhes relevantes sobre seus produtos, serviços, valores da empresa, propostas de negócios, equipe de gerenciamento e outros pormenores
4. Incluir um link “Fale Conosco” na homepage, que acessa uma página com todas as informações de contato de sua empresa
5. Diferenciar os links e torná-los fácil de visualizar
6. Permitir links coloridos para indicar os estados visitados e os não visitados
7. Usar ícones na navegação somente se ajudarem aos usuários a reconhecer imediatamente uma classe de itens, como novos itens, itens em liquidação ou conteúdo do vídeo

8. Disponibilizar para os usuários uma caixa de entrada na homepage para inserir consultas de pesquisa, em vez de oferecer apenas um link para uma página de pesquisa
9. Não incluir ferramentas que não estejam relacionadas com as tarefas que os usuários costumam fazer no site
10. Evitar gráficos de marca d'água (imagens de plano de fundo com texto sobreposto)
11. Jamais animar elementos críticos da página, como logotipo, slogan ou título principal
12. Limitar os estilos de fonte e outros atributos de formatação de texto, como tamanhos, cores, etc. na página, porque o texto com design muito pesado pode se desviar do significado das palavras
13. Usar texto com muito contraste e cores de plano de fundo, para que os caracteres fiquem o mais legível possível
14. Usar logotipos criteriosamente
15. Iniciar o título da janela (com a palavra que resume a informação) geralmente pelo nome da empresa
16. Os títulos devem ser sucintos, mas descritivos, para transmitir o máximo de informações com um mínimo de palavras possível
17. Evitar janelas pop-up
18. Se o Website ficar paralisado ou partes importantes do Website não estiverem funcionando, informar claramente isso na homepage
19. Mostrar aos usuários a hora da última atualização do conteúdo, não a hora atual gerada pelo computador.

4. PROCESSOS METODOLÓGICOS, DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS SITES DAS WEBRADIOS

Neste capítulo, será apresentado o percurso metodológico da pesquisa: a natureza, os métodos e as técnicas utilizadas. Faremos a descrição das webrádios das Universidades Federais do Brasil de acordo com os critérios estabelecidos no protocolo de análise e, por fim, apresentaremos a usabilidade das homepages, adaptado de Nielsen e Tahir (2002).

4.1 NATUREZA, MÉTODO E TÉCNICAS DA PESQUISA

O presente trabalho é de natureza quali-quantitativa. Qualitativa, pois se busca uma relação dinâmica entre o pesquisador e o objeto de estudo analisado, já que o pesquisador participa do processo, compreende e interpreta as situações dos informantes, analisando os dados a partir da significação que estes dão aos seus atos. As perguntas: por quê, como, como lidar com...? quais as implicações...? são alguns dos questionamentos provenientes da pesquisa qualitativa. Michel (2009, p.36-37) define que este tipo de pesquisa se fundamenta na discussão da ligação e correlação de dados interpessoais, feita de forma detalhada, abrangendo assim, a argumentação lógica das ideias. A autora ainda complementa:

Deve-se considerar que há termos nas respostas dadas tão carregados de valores, que só um participante do sistema social estudado, que vive e conhece a realidade daquele grupo, pode compreendê-los e interpretá-los. Por esse motivo, é a pesquisa mais utilizada e necessária nas ciências sociais. Na pesquisa qualitativa, o pesquisador participa, compreende e interpreta.

Quantitativa porque parte do princípio de que tudo pode ser quantificável, ou seja, opiniões, problemas, informações, entre outros, podem ser melhores entendidos quando traduzidos de forma numérica. Michel (2009) esclarece que a atividade de pesquisa que utiliza a quantificação tanto das modalidades das coletas de informação, quanto no tratamento destas, pode ser interpretada utilizando percentual, média, entre outros. “Sua melhor aplicação é quando se pretende garantir a precisão dos resultados, evitando as distorções de análise de interpretação e possibilitando, em consequência, uma margem de segurança quanto às inferências” (MICHEL, 2009, p. 37). Portanto, ela se baseia na busca de resultados precisos, exatos, comprovados, obtendo a comprovação através do número de vezes em que o fenômeno ocorre ou com a exatidão que ele ocorre.

Importante ressaltar que as pesquisas quantitativas e qualitativas não são excludentes, ambas devem se complementar, sem utilizar métodos quantitativos apenas para as ciências exatas, biológicas ou naturais, ou os métodos qualitativos exclusivamente para as ciências humanas ou sociais. No caso desta pesquisa, considerada como “qualiquanti”, Michel (2009, p.39) define como:

Importante instrumento de pesquisa social, a pesquisa que quantifica e percentualiza opiniões, submetendo seus resultados a uma análise crítica qualitativa. Isso permite levantar atitudes, pontos de vista, preferências que as pessoas têm a respeito de determinados assuntos, fatos de um grupo definido de pessoas. Permite identificar falhas, erros, descrever procedimentos, descobrir tendências, reconhecer interesses, identificar e explicar comportamentos.

Muitas vezes, neste tipo de pesquisa, é utilizado como instrumento de coleta de dados os questionários com escalas, que são critérios estabelecidos pelo pesquisador conforme seus objetivos para medir, quantificar atitudes, opiniões, comportamentos, ou até mesmo uma situação, permitindo a análise qualitativa dos dados obtidos quantitativamente.

Quanto aos meios, a pesquisa pode ser classificada como bibliográfica e exploratória. Exploratória porque busca um levantamento bibliográfico sobre o tema, com o propósito de responder ao problema de pesquisa e encontrar subsídios que correspondam aos objetivos do estudo. As pesquisas exploratórias visam proporcionar mais familiaridade com o problema de pesquisa e/ou objeto de análise, pois o principal objetivo é o “aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições” (GIL, 1991, p.40). O autor afirma que o seu planejamento é bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem entrevistas com pessoas que tiveram experiências com o problema pesquisado e a análise de exemplos que estimule a compreensão. Uma das principais vantagens da pesquisa exploratória, conforme Gil (1991), reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de diversos fenômenos mais amplos do que aqueles que poderiam ser utilizados diretamente na pesquisa. A possibilidade de acessar diversas fontes de consulta, tais como: livros, dicionários, enciclopédias, anuários, almanaques, jornais, revistas, entre outros, potencializa a pesquisa e faz com que o acesso a determinadas informações se tornem mais rápidas e eficazes. O autor complementa:

Muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla. Quando o tema escolhido é bastante genérico, tornam-se necessários seu esclarecimento e delimitação, o que exige revisão da literatura, discussão com especialistas e outros procedimentos. O produto final deste processo passa a ser um problema mais esclarecido, passível de investigação mediante procedimentos mais sistematizados (GIL, 2009, p. 27).

A presente pesquisa também se configura como bibliográfica, pois foi realizada a partir de registros disponíveis em documentos impressos, como livros, artigos, teses, etc. Para Severino (2007), ela utiliza-se de dados ou categorias teóricas que já foram trabalhados por outros pesquisadores e os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. Gil (2009) argumenta que parte dos estudos exploratórios pode ser definida como pesquisas bibliográficas, e, para o autor, a principal vantagem desta pesquisa é por permitir ao investigador a cobertura de fenômenos muito mais amplos do que aquela que poderia pesquisar diretamente.

Como técnica de coleta de dados, foi utilizado o questionário, pois é um formulário previamente construído com uma série ordenada de perguntas em campos abertos ou fechados, que devem ser respondidos por escrito sem a presença do entrevistador. Gil (2009) define o questionário como uma técnica de investigação que contempla um conjunto de questões que são enviadas para as pessoas com o objetivo de obter informações sobre conhecimentos, sentimentos, valores, interesses, expectativas, entre outros. Duarte e Barros (2005) afirmam que com o questionário é possível fazer análises rapidamente, limitar as possibilidades de interpretação e de erro do entrevistado e comparar com outras entrevistas similares. “Embora sugira simplicidade, sua elaboração exige profundo conhecimento prévio do assunto” (DUARTE; BARROS, 2005, p. 67). Gil (2009, p. 121) complementa:

Construir um questionário consiste basicamente em traduzir objetivos da pesquisa em questões específicas. As respostas é que irão proporcionar os dados requeridos para descrever as características da população pesquisada ou testar hipóteses que foram construídas durante o planejamento da pesquisa. Assim, a construção de um questionário precisa ser reconhecida como um procedimento técnico cuja elaboração requer uma série de cuidados, tais como: construção de sua eficácia para verificação dos objetivos; determinação da forma e do conteúdo das questões, quantidade e ordenação das questões; construção das alternativas; apresentação dos questionários e o pré-teste do questionário.

Para Michel (2009), as vantagens da aplicação dos questionários são várias, tais como: economia de tempo e de viagens, menos riscos de distorção pela não influência do entrevistador, há mais tempo para responder e pode-se escolher o momento mais oportuno para o preenchimento do mesmo, conseqüentemente, havendo mais uniformidade na avaliação e nas respostas. Assim como existem vantagens, há também algumas desvantagens na utilização desta técnica, tais como: percentagem pequena de retorno, podendo existir algumas perguntas sem respostas ou falta de compreensão do informante, bem como a devolução depois do prazo. Gil (2009) complementa as limitações dos questionários enquanto

técnica de pesquisa, acrescentando: envolve, geralmente, um número relativamente pequeno de perguntas, pois questionários com muitas perguntas podem ocasionar a desistência das respostas e impede o conhecimento das circunstâncias em que foi respondido, o que pode ser importante na avaliação da qualidade das respostas.

Em relação à forma, Gil (2009) classifica como abertos, fechados ou dependentes. Nas questões abertas, solicita-se aos respondentes que forneçam as suas próprias respostas. Em função disso, a liberdade de resposta é ampla, porém, nem todas as informações oferecidas são relevantes para as intenções do pesquisador, além de haver a dificuldade na tabulação dos dados. Nas questões fechadas, solicita-se aos respondentes que escolham uma das opções apresentadas em uma lista, sendo esta maneira a mais utilizada nos questionários em virtude da facilidade para mensurar os resultados. Porém, nas questões fechadas há o risco de não ser complementada as possibilidades de respostas nas alternativas. Por fim, há a possibilidade de questões dependentes, ou seja, perguntas que estão conectadas em outras, em que a resposta de uma depende diretamente da resposta da outra. Por exemplo: “Você já ouviu falar do programa Médico da Família?” A opção pode ser sim ou não. A próxima pergunta começa com a informação: “Em caso afirmativo, você aprova ou desaprova?” e novas opções de respostas são apresentadas aos respondentes (GIL, 2009, p. 123).

Quanto à ordem das perguntas, Gil (2009, p.127) ressalta que deve ser adotada a técnica do funil, em que “cada questão deve relacionar-se com a questão antecedente e apresentar maior especificidade”, ou seja, começar com as perguntas mais amplas para, no decorrer do questionário, fazer as perguntas específicas. Há situações, porém, em que é recomendado inverter a ordem, principalmente quando o assunto da pesquisa não for motivador para os respondentes, podendo ser mais interessante começar pelas específicas e terminar nas perguntas mais amplas.

A partir destas considerações, para a coleta das informações por intermédio dos questionários (APÊNDICE B), optamos por hospedar as perguntas no *Typform*, contendo uma nota explicativa a respeito dos objetivos da investigação e ressaltando a importância da participação dos entrevistados. Os questionários foram enviados com o link das perguntas²⁶ para os e-mails dos coordenadores das webrádios das Universidades Federais do país. O período destinado para a coleta destas informações foi de setembro de 2015 até outubro do mesmo ano para fase experimental, com um total, na época, de seis (06) webrádios. Após a qualificação do projeto em dezembro de 2015, as perguntas do questionário foram

²⁶Link do questionário *on-line*: <https://aangellrs.typeform.com/to/ZFAQV4> Disponível desde 23 de setembro de 2015.

reelaboradas e foi feito um novo filtro em relação às universidades federais que possuíam webrádios, pois a criação de novas rádios, bem como o cancelamento de outras, acontece de forma muito dinâmica na internet. Na nova coleta das rádios que aconteceu no mês de fevereiro de 2016, foram identificadas outras webrádios que não estavam na lista anterior, havendo algumas substituições e chegando no total de oito (8) webrádios que servirão como corpus da pesquisa.

4.2 CORPUS DA PESQUISA

Em nível de informação, existem, conforme as informações do INEP, 38 universidades estaduais no país, 10 municipais e 84 Instituições privadas, totalizando em 195 universidades públicas (leia-se federais, estaduais e municipais) e privadas. Abaixo, os dados quantitativos das IES por regiões, em ordem decrescente:

Quadro 1 – Dados quantitativos das Universidades Federais por regiões do país.

Região Sudeste tem 78 universidades ²⁷
Região Sul disponibiliza 47 universidades ²⁸
Região Nordeste conta com 39 universidades ²⁹
Região Norte possui um total de 17 universidades ³⁰
Região Centro-Oeste conta com 14 universidades ³¹

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do INEP

Percebe-se que a região sudeste é a que mais possui IES, porém, em sua maioria, são Instituições privadas e a região nordeste é a que mais possui universidades federais (32). Segundo dados mais recentes (atualizado em 2014) do INEP³² - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - e revisados pela pesquisadora em setembro de

²⁷ 28 públicas e 50 privadas

²⁸ 28 públicas e 50 privadas

²⁹ 32 públicas e 07 privadas

³⁰ 15 públicas e 02 privadas

³¹ 09 públicas e 05 privadas

³² INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Disponível em <http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior>. Acessado em 18 de fevereiro de 2016.

2015 e em fevereiro de 2016, existem 63³³ universidades federais distribuídas pelo país. Destas, 31 estão localizadas nas capitais dos estados e as outras 32 universidades distribuídas nas cidades do interior no Brasil.

A partir deste panorama geral das Universidades Federais, foi feita uma busca para identificar quais Instituições possuíam emissora de rádio, para assim, selecionar as que são o foco principal da pesquisa, ou seja, as webrádios. A busca foi feita através da internet, acessando os sites de cada Universidade Federal e, quando necessário, contatos via facebook, e-mail com a assessoria de comunicação e telefonemas. Do total das universidades, 15 não possuem rádio (nem AM/FM, tampouco WEB) ou em algum momento possuíam e atualmente encontra-se desativada, com o site indisponível ou com a programação fora do ar, conforme mostra a Tabela 2 abaixo:

Tabela 2 – Universidades Federais que não possuem rádio

NOME DA INSTITUIÇÃO	SIGLA	ESTADO	OBSERVAÇÃO
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA	UNIR	RONDÔNIA	Não possui
UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS	UFAM	AMAZONAS	Não possui
UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ	UFOPA	PARÁ	Não encontrado
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA	UFRA	PARÁ	Não possui
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI	UFCA	CEARÁ	Não possui
UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA	UNILAB	CEARÁ	Não possui
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA	UFBA	BAHIA	Apenas UFBA TV
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO	UNIRIO	RIO DE JANEIRO	Não possui
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO	UNIFESP	SÃO PAULO	Não possui
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ	UFPR	PARANÁ	Não possui
ESCOLA DE MÚSICA E BELAS ARTES DO PARANÁ	EMBAP	PARANÁ	Não possui
UNIVERSIDADE FEDERAL DE	UFCSPA	RIO	Não possui

³³ Nos estados do Pará, Ceará, Minas Gerais e Rio de Janeiro foram encontradas divergências nas classificações entre os dados fornecidos pelo INEP e a busca realizada pela pesquisadora. Portanto, para a totalidade desta Fonte: pesquisa contabilizou-se 56 universidades e não as 63 informadas pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais.

CIÊNCIAS E SAÚDE DA PORTO ALEGRE		GRANDE DO SUL	
UNIVERSIDAD FEDERAL DO PAMPA	UNIPAMPA	RIO GRANDE DO SUL	Não possui rádio própria, utiliza o espaço de outra rádio da cidade, semanalmente
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS	UFGD	MATO GROSSO DO SUL	Rádio indisponível
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA	UNB	DISTRITO FEDERAL	Apenas UnBTV

Fonte: Elaborado pela autora com base nas informações do INEP

Deste total de 63 universidades, 29 Instituições possuem rádio com frequência AM ou FM e transmissão na web, conforme ilustra a Tabela 3:

Tabela 3 – Universidades Federais que possuem rádio com presença na web

NOME DA INSTITUIÇÃO	SIGLA	ESTADO	OBSERVAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA	UFRR	RORAIMA	Rádio Universitária FM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ	UNIFAP	AMAPÁ	FM 96,9 e online
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS	UFT	TOCANTINS	Rádio UFT FM
UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO	UFMA	MARANHÃO	Rádio 106,9 FM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ	UFPI	PIAUÍ	96,7 FM Universitária
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ	UFC	CEARÁ	Radio 107,9 FM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE	UFRN	RIO GRANDE DO NORTE	Universitária FM 88,9
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE	UERN	RIO GRANDE DO NORTE	Rádio Universitária FM
UNIVERSIDADE DE PERNAMBUCO	UPE	PERNAMBUCO	Rádio Universitária FM 99,9 e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO	UFPE	PERNAMBUCO	FM 99,9 e online (empresa pública)
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	UFS	SERGIPE	UFS FM 92,1
UNIVERSIDADE FEDERAL DO VALE DE JEQUITINHONHA E MUCURI	UFVJM	MINAS GERAIS	Rádio Universitária 99,7 FM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DE	UFU	MINAS	Rádio Universitária

UBERLÂNDIA		GERAIS	107,5 FM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS	UFMG	MINAS GERAIS	104,5 FM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS	UFLA	MINAS GERAIS	Rádio Universitária 107,7 FM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA	UFJF	MINAS GERAIS	Rádio FACOM 103,9 FM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL SÃO JOÃO DEL REI	UFSJ	MINAS GERAIS	Rádio FM Educativa
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO	UFOP	MINAS GERAIS	FM 106,3 MHz e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA	UFV	MINAS GERAIS	Rádio Universitária 100,7 FM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO	UFES	ESPÍRITO SANTO	Rádio 104.7 e online
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO	USP	SÃO PAULO	Rádio USP 93,7 FM
UNIVERSIDADE DO OESTE DE SANTA CATARINA	UNOESC	SANTA CATARINA	Rádio UNOESC FM
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA	UDESC	SANTA CATARINA	Udesc FM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL	UFRGS	RIO GRANDE DO SUL	Rádio 1080 AM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA	UFSM	RIO GRANDE DO SUL	Rádio AM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS	UFPEL	RIO GRANDE DO SUL	FM 107,9 e online (empresa pública)
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE	FURG	RIO GRANDE DO SUL	Radio 106.7 FM e online
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL	UFMS	MATO GROSSO DO SUL	Rádio educativa FM 104 e online - empresa pública (TV E RÁDIO)
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS	UFG	GOIÁS	870 AM e online

Fonte: Elaborado pela autora com base nas informações do INEP

Por fim, foram contabilizadas oito (08) webrádios, ou seja, rádios que transmitem sua programação exclusivamente na internet, sem contar com frequência AM/FM, conforme tabela abaixo:

Tabela 4 – Universidades Federais que possuem webrádio

NOME DA INSTITUIÇÃO	SIGLA	ESTADO	RÁDIO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ACRE	UFAC	ACRE	Rádio Web UFAC
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ	UFPA	PARÁ	Web Rádio UFPA
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA	UFPB	PARAÍBA	Web Rádio Porto Capim
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO	UFRPE	PERNAMBUCO	Rádio WEB Agroecologia
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ	UNIFEI	MINAS GERAIS	Rádio Universitária UNIFEI
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO	UFRJ	RIO DE JANEIRO	Web Rádio AUDIOATIVO
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ	UTFPR	PARANÁ	Rádio Web
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA	UFSC	SANTA CATARINA	Rádio Ponto UFSC

Fonte: Elaborado pela pesquisadora a partir de dados do INEP³⁴.

Já as rádios que funcionam de maneira experimental ou inseridas como projetos de extensão em alguma disciplina dos cursos de Comunicação Social, contabilizaram quatro (04) rádios, que estão na tabela abaixo:

Tabela 5 - Universidades Federais que utilizam o rádio como espaço experimental

NOME DA INSTITUIÇÃO	SIGLA	ESTADO	OBSERVAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE	UFCG	PARAÍBA	Transmissão Experimental
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS	UFAL	ALAGOAS	Atividade experimental na internet
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA	UFRB	BAHIA	Rádio Reverso - projeto experimental
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ABC	UFABC	SÃO PAULO	Rádio com Podcast

Fonte: Elaborado pela pesquisadora a partir de dados do INEP³⁵.

³⁴ INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Disponível em <http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior>. Acessado em 18 de fevereiro de 2016.

Portanto, após o levantamento das webrádios, em fevereiro de 2016, identificou-se o total de oito (08) rádios que compõem o corpus da pesquisa, sendo elas:

1. *Rádio Web UFAC* – Universidade Federal do Acre;
2. *Webrádio Porto do Capim* – Universidade Federal da Paraíba;
3. *Rádio Web Agroecologia* – Universidade Federal Rural de Pernambuco;
4. *Rádio Universitária UNIFEI* – Universidade Federal de Itajubá (Minas Gerais);
5. *Webrádio Audioativo* – Universidade Federal do Rio de Janeiro;
6. *Rádio Web UTFPR* – Universidade Tecnológica Federal do Paraná;
7. *Rádio Ponto UFSC* – Universidade Federal de Santa Catarina;
8. *Rádio Web UFPA* – Universidade Federal do Pará.

Definida a amostra da pesquisa, é importante determinar o que será investigado junto às webrádios das Universidades Federais. Importante ressaltar que das oito emissoras, cinco webrádios responderam ao questionário. Na próxima seção, há os detalhamentos das análises.

4.3 PROTOCOLO DE ANÁLISES

Além das perguntas incluídas no questionário, as quais foram direcionadas para os coordenadores com o intuito de investigar como é utilizado o espaço das webrádios juntamente com os alunos e da análise da usabilidade das homepages, outros pontos necessitam de observação, a fim de melhor responder ao problema de pesquisa. Os critérios que foram observados são em relação à disponibilidade e visibilidade da rádio na internet, como os descritos na Tabela 6.

Tabela 6 – Critérios de análise das rádios web

ITENS A SEREM OBSERVADOS	COMPLEMENTO
Informações da rádio	Descrição e histórico da rádio; propósito; menus do site; formas de escutar (ao vivo ou a partir de áudios gravados); possibilidade de download de aplicativos para

³⁵ INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Disponível em <http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior>. Acessado em 18 de fevereiro de 2016.

	celular/ <i>tablet</i> /computador;
Grade de programação	Identificar os programas veiculados e o seu conteúdo;
Conteúdos veiculados	Descrever o conteúdo disponível na página inicial (notícias, informações institucionais, projetos da Universidade, mural de recados, pedidos dos ouvintes, identificação dos formatos de produção radiofônica, etc.);
Equipe de produção	Identificar a equipe envolvida nas práticas da rádio (coordenação, professores, alunos, técnicos, cursos e funções de cada um);
Espaço para interação	Verificar a inserção da rádio nas redes sociais e quais possibilidades de interação dos ouvintes com a emissora.
Utilização do meio rádio como motivador de processos, de acordo com Kaplún (1978)	Identificação de pontos que sirvam como pressupostos de uma comunicação e educação dialógica, sendo o meio rádio: questionador, dialógico, pedagógico, democrático e com senso de estética.

Fonte: elaborado pela autora.

4.4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DAS WEBRÁDIOS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS DO BRASIL

Abaixo, será feita uma descrição do site das rádios, abrangendo, sempre que possível, alguns pontos, tais como: surgimento das emissoras, propósito da criação, grande da programação, equipe da rádio, links de menus, canais de comunicação da rádio com os ouvintes, presença em outras plataformas digitais, entre outros aspectos. As informações apresentadas a respeito das rádios variam de emissora para emissora, pois nem todas as rádios disponibilizam informações detalhadas. Para complementar a descrição, foram acessadas as redes sociais das webrádios e o site das Universidades em que elas estão inseridas. Após isso, foi elaborada uma tabela (APÊNDICE E) adaptada dos critérios de usabilidade das homepages de Nielsen e Tahir (2002) com o intuito de verificar a disposição e a fluidez da página inicial de cada emissora.

4.4.1 Rádio Web UFPA

O projeto da Rádio Web UFPA - Universidade Federal do Pará - começou a ser idealizado em 2006, nas reuniões do grupo de pesquisa “Estudos em Rádio e Divulgação Científica”, do Instituto de Letras e Comunicação - Faculdade de Comunicação, coordenado pela professora Luciana Miranda. Após três anos, aproveitando a ocasião do Fórum Social

Mundial (FSM) realizado em 2009 no estado do Pará, é que a primeira transmissão da rádio aconteceu, mais especificamente no dia 27 de janeiro de 2009, em caráter experimental. A partir das informações do site, a rádio foi criada com o objetivo de divulgar o conhecimento produzido na academia, estabelecendo uma relação com a sociedade e disponibilizando para os professores do Ensino Superior, Ensino Médio, acadêmicos, funcionários e demais ouvintes, um banco de dados com o que é produzido e veiculado na UFPA, servindo como instrumento pedagógico e de socialização do conhecimento científico produzido pela Universidade do Pará.

Em maio de 2009, iniciaram as transmissões regulares, estreando com seis programas em uma grade fixa (UFPA Debate, UFPA Entrevista, Universidade Multicampi, UFPA Ensino, UFPA Pesquisa e UFPA Comunidade). Posteriormente surgiram os demais programas: Radiojornal Acontece, UFPA na Madrugada, Memória Musical, Espaço Experimental, além dos programas especiais, Eureka!, Ciência Legal e Grito Ribeirinho. O site³⁶ da rádio contém os seguintes menus que ajudam o internauta e ouvinte na navegação: Página Inicial, Notícias, Interprogramas, Equipe, Sobre, Pesquisar e Apoio.

O menu *Página Inicial* é a primeira página vista por quem acessa o endereço eletrônico da rádio, contendo informações da programação do dia, organizada por faixa horária e o respectivo nome de cada programa. É possível saber e acompanhar a programação de toda a semana, de segunda a domingo. No canto esquerdo / superior, o botão “clique para ouvir” fica disponível para quem quiser acompanhar a rádio ao vivo, conforme mostra a Figura 1 abaixo:

Figura 1 – Página Inicial da Rádio Web UFPA



Fonte: <http://radio.ufpa.br/novaradio/>. Acesso em 13/10/15

³⁶ Disponível em <http://radio.ufpa.br/novaradio/>. Acessado em 13 de outubro de 2015.

Ainda na página inicial são apresentados os 12 programas que compõem a grade de programação da rádio UFPA. São eles:

Tabela 7 – Programas da Rádio UFPA

Programas	Descrição
UFPA Debate	Possui a finalidade de colocar em foco questões com repercussões diretas na vida das pessoas. As opiniões dos professores, especialistas, técnicos e autoridades são debatidas levando em conta os diversos aspectos de uma questão social. Dessa forma, o programa contribui para um exercício democrático de ideias. O programa vai ao ar três vezes na semana.
UFPA Entrevista	É um espaço de exposição de ideias e das atividades da Universidade Federal do Pará. Eventos acadêmicos, lançamentos de livros, projetos de pesquisa, ações institucionais e outros assuntos são semanalmente abordados no programa que é aberto a comunidade universitária. O programa também funciona como um canal de diálogo da academia com ONG's, movimentos sociais e pesquisadores de outras instituições de ensino que podem apresentar suas contribuições para o desenvolvimento científico e para a organização e inclusão social. O programa veicula quatro vezes na semana;
Universidade Multicampi	O programa tem como proposta apresentar à comunidade acadêmica e a sociedade em geral, as atividades que são desenvolvidas nos 13 campi da UFPA distribuídos pelo interior do Pará. A ideia é dar visibilidade aos cursos de graduação e pós-graduação, projetos de pesquisa e de extensão desenvolvidos nos campi, com a finalidade de promover o conhecimento sobre o que vem sendo produzido no campo científico pela Universidade Federal do Pará. O programa veicula 3x na semana;
UFPA Ensino	Tem como objetivo discutir o campo da educação a além dos muros da Universidade. Desde 2009 o programa vem discutindo e apresentando à comunidade em geral os assuntos mais relevantes do processo educacional do país, assim como, junto com pesquisadores e especialistas, discutindo os problemas e apontando propostas para a melhoria do processo de ensino-aprendizagem em diversos níveis. A cada edição, os convidados discutem a partir de perspectivas diferenciadas sobre a execução de projetos e políticas públicas educacionais, pesquisas científicas e ações extensionistas desenvolvidas, em especial no contexto do estado do Pará e da realidade amazônica. O programa veicula 3x na semana;
Espaço Experimental	Foi criado em 2010 com o intuito de visibilizar as produções dos estudantes de Publicidade Propaganda e Jornalismo nos laboratórios. Ao acompanhar esse programa o ouvinte pode se deparar com os mais diversos formatos radiofônicos. São spots, programetes, radiojornais, boletins, jingles, debates e outros programas pensados, produzidos e editados por graduandos da UFPA. Assim, a Rádio Web UFPA visa também contribuir para o processo de ensino-

	aprendizagem dos alunos da Universidade. O programa vai ao ar três vezes por semana;
UFPA Pesquisa	No ar desde que a webrádio foi criada, em 2009, o programa promove o diálogo científico entre as diversas áreas do conhecimento, apresentando discussões temáticas em que pesquisadores de diferentes especialidades participam expondo sua contribuição para o assunto. Além disso, o programa também destaca o avanço científico da UFPA por meio dos seus programas de pós-graduação e laboratórios de pesquisa, apontando os investimentos para a formação de recursos humanos qualificados e sua atuação direta na solução de problemas regionais. O programa veicula três vezes na semana;
UFPA Comunidade	É um programa de divulgação científica que tem como pauta os projetos e programas de extensão da Universidade Federal do Pará. O objetivo é divulgar o que está sendo produzido pela Instituição em seu relacionamento com a população e mostrando as contribuições e melhorias advindas desse intercâmbio para a qualidade de vida dos beneficiados e para o fortalecimento da ciência. O programa veicula 3x na semana;
Memória Musical	O Memória Musical relembra a trajetória de artistas que se transformaram em ícones da música no cenário brasileiro e estrangeiro. O programa veicula quatro vezes na semana e chega a repetir até três vezes no mesmo dia;
UFPA na Madrugada	O programa é desenvolvido com uma proposta de ser temático, ou seja, debater os mais diversos assuntos referentes aos processos seletivos (vestibular), destacando os conteúdos das provas e dicas sobre os cursos. O UFPA na Madrugada é intercalado com quadros específicos de orientações e informações, como “O Curioso”, que objetiva tirar as dúvidas mais frequentes dos alunos relacionadas ao assunto selecionado no programa; o “Gira Mundo”, enfatiza os mais variados assuntos em questão na mídia. Além disso, o programa apresenta reportagens com novidades sobre os processos seletivos e as oportunidades dentro da Universidade. O programa veicula três vezes na semana;
No escurinho do Cinema	É o espaço para a sétima arte na Rádio Web UFPA, que recebe um convidado em estúdio para falar sobre os mais variados temas relacionados ao cinema. As conversas perpassam desde os aspectos acadêmicos, tratando de projetos de extensão, teóricos e pesquisas, até a prática da produção, exibição e crítica cinematográfica. Ao longo do programa, o ouvinte também acompanha quadros informativos sobre diretores, filmes independentes e trilhas sonoras. O programa inédito veicula quinzenalmente e as reprises são transmitidas quatro vezes na semana;
Bate Papo Musical	a Rádio Web UFPA criou um espaço na programação dedicado à apresentação de produções totalmente pensadas e produzidas pelos estagiários do projeto. Foi assim que nasceu o espaço denominado "Interferência", que teve em sua estreia a apresentação do Bate-Papo Musical. O programa tem duração de aproximadamente 1 hora e é apresentado em três blocos que intercalam a entrevista em estúdio e músicas de sucesso dos convidados. O Bate-Papo Musical faz parte

	da grade fixa da rádio desde março de 2014 e é apresentado mensalmente;
Rádio Acontece	Jornal Que é um informativo diário, abordando não só os principais acontecimentos da Universidade Federal do Pará, mas também divulga ações governamentais nas áreas da educação, ciência, tecnologia e inovação; e tudo que for de interesse da comunidade universitária. O Jornal Acontece vai ao ar de segunda a sexta-feira e reprisa todos os dias pelo turno da tarde.

Fonte: elaborado pela autoria com base nas informações do site

Importante ressaltar que em todos os 12 programas fixos da programação da rádio que aparecem na página inicial, quando o internauta clica no ícone de algum deles, o site direciona para uma nova janela com informações extras a respeito de cada programa, exibindo os seguintes menus: *Nessa semana*, adiantando o que irá veicular, qual o assunto ou tema relacionado ou o nome de algum eventual entrevistado; *Sobre o programa* que traz informações institucionais a respeito do mesmo, como data de início, horários das veiculações dos programas inéditos e das reprises e o objetivo a que o programa se destina. O último menu, *Acervo*, conta com os áudios da rádio, podendo o ouvinte baixar ou apenas escutar, sem realizar o *download*.

Os projetos realizados pela Universidade Federal do Pará e pela webradio também ficam listados na página inicial, sendo eles: *Projeto Eureka!*, *Ciência Legal*, *Grito Ribeirinho*, *Programas Especiais*, *Diálogos Ambientais*, *Interferência*, *Acervo Rádio Web UFPA*, *O Pará nas Ondas do Rádio e Listão UFPA 2015*. Os programas são didáticos e lúdicos, com a finalidade de aproximar alunos e professores dos diversos níveis do Ensino Público e Privado com a Universidade. Os projetos caracterizam-se por serem programas radiofônicos educativos ou animações que abordam diversos temas, como diversidade cultural, ciências, história, meio ambiente, entre outros.

É possível perceber a presença na rádio web em outras plataformas, tais como Facebook³⁷, Twitter³⁸, Instagram³⁹, Youtube⁴⁰, SoundCloud⁴¹ e TuneIn⁴². Nos demais menus de acesso ao site, é disponibilizado, em todas as páginas, o link para acesso para as outras redes sociais da rádio. Percebe-se uma forte presença da rádio no ambiente digital, e quase todos eles sendo atualizados constantemente. Nestes espaços, a rádio aproveita para divulgar

³⁷ <https://www.facebook.com/webradioufpa/>. Acesso em 13 de out de 2015

³⁸ <https://twitter.com/WebradioUFPA>. Acesso em 13 de out de 2015

³⁹ <https://instagram.com/WebradioUFPA/>. Acesso em 13 de out de 2015

⁴⁰ <https://www.youtube.com/user/webradioufpa>. Acesso em 13 de out de 2015

⁴¹ <https://soundcloud.com/WebradioUFPA>. Acesso em 13 de out de 2015

⁴² <http://radio.ufpa.br/novaradio/>. Acesso em 13 de out de 2015

sua programação e manter contato com os ouvintes. No Facebook, por exemplo, a página da webradio UFPA criada em 2012, tem mais de 6.000 curtidas⁴³ e cerca de 100 fotos (ou *webcards*) postadas na linha do tempo desde janeiro de 2015 até metade de outubro do mesmo ano, sendo que o conteúdo destes posts é referente ao que será veiculado, divulgando o tema ou o entrevistado da semana para cada programa. Entretanto, no Youtube, as postagens são de outubro de 2014 e só constam quatro vídeos, dos programas: UFPA Pesquisa, UFPA Ensino, Universidade Multicampi e UFPA Debate. No Instagram, a rádio possui um perfil chamado “webradioufpa” e desde a criação do seu perfil, em 2013⁴⁴, já totalizaram 38 publicações, 524 seguidores e 773 perfis que a rádio segue neste espaço. Percebe-se que as fotos postadas no Instagram são um pouco diferentes das postadas no Facebook, com menos formalidade, pois nota-se que a equipe de trabalho da rádio UFPA aparece mais, são divulgados os bastidores dos estúdios radiofônicos, as fotos dos convidados, entre outros. O perfil da rádio no Twitter existe desde junho de 2009, totalizando mais de 2.300 tweets, seguindo 693 pessoas, somando 3.315 seguidores e cerca de 90 tweets com fotos ou vídeos. O Soundcloud é um espaço utilizado para divulgação de alguns programetes, textos curtos e boletins informativos. No total, somam-se 46 seguidores e 33 faixas publicadas, sendo que a primeira publicação neste ambiente foi há 4 anos e a última aconteceu há 4 meses. E por último, o TuneIn, que é um aplicativo de rádios *on-line*, constam apenas informações institucionais da emissora e não foi encontrada postagens recentes.

O menu *Notícias* contempla informações referentes à Universidade Federal do Pará e assuntos de interesse da comunidade acadêmica, bem como da sociedade, no geral. Alguns títulos dos artigos encontrados foram: “UFPA elabora projetos urbanísticos em seis municípios do Pará”, “Caminhada em defesa de todas as famílias e pelo direito à diversidade”, “Nova temporada do espetáculo “Zeca de Uma Cesta Só!” entre outras. As notícias eram atuais, tendo sido postadas e atualizadas na mesma semana em que a pesquisadora acessou o site. Notícias mais antigas ficam armazenadas no final desta aba, podendo ser acessada no final da página, na opção “mais notícias”.

No menu *Interprogramas*, existem nove opções de programetes, ou seja, produções radiofônicas de curta duração que são veiculados no intervalo entre um programa e outro. São eles:

⁴³Até a data do dia 14 de out de 2015

⁴⁴ A data exata da criação não é divulgada, apenas o número de semanas, que neste caso, foram 109 semanas da primeira publicação.

Tabela 8 – Interprogramas da Rádio Web UFPA

Programação Musical	24 horas no ar e uma programação musical que privilegia os artistas paraenses e nacionais de todas as épocas e vários estilos. Assim, no intervalo dos programas ricos em informação sobre todas as áreas do conhecimento, você ouve o melhor da música brasileira e regional! Conecte-se!
Boletim Beira Rio	É um informativo dinâmico com os principais destaques do Jornal Beira do Rio. No Boletim, as colunas, entrevistas e reportagens ganham uma versão para o rádio, sem deixar de lado o conteúdo e a credibilidade já conhecidas na versão impressa. O informativo é produzido mensalmente em parceria com a Assessoria de Comunicação Institucional da UFPA, à qual estão vinculados os bolsistas que apresentam o boletim.
Minuto Social	O objetivo deste interprograma é oferecer à comunidade acadêmica e a não acadêmica informações de interesse geral relacionadas à saúde, segurança, trânsito, meio ambiente, direito do consumidor, tecnologia, direitos humanos, educação, proteção de crianças e adolescentes, etc. No Minuto Social, professores, pesquisadores, médicos, assistentes sociais, policiais, advogados e outros profissionais das mais diversas áreas falam diretamente aos webouvintes, orientando-os sobre os mais diversos temas que fazem parte do nosso dia-a-dia.
Tô de férias	Veiculado somente no período das férias de julho, o interprograma apresenta os principais balneários paraenses. Além dos atrativos naturais, são divulgadas informações sobre a história, o modo de vida e curiosidades de locais como Mosqueiro, Salinas, Algodual, Alter do Chão, etc. A intenção é oferecer aos webouvintes sugestões de roteiros para curtir e aproveitar os melhores pontos turísticos do Pará. Com texto leve e descontraído, você ouve o “Tô de Férias” sempre nos intervalos da programação.
Dicas de verão	Este interprograma também é veiculado somente durante o período das férias de julho. Nesse caso, nutricionistas, dermatologistas, agentes de segurança, entre outros profissionais falam diretamente aos webouvintes, orientando para os cuidados necessários, principalmente, com a saúde e a segurança nessa época do ano. O “Dicas de Verão” é um interprograma essencial para aproveitar da melhor maneira possível o período das férias de julho, no chamado verão amazônico.
Paixão de ler	É um espaço para divulgação literária do Brasil e do Mundo. A cada edição, o webouvinte recebe informações sobre a narrativa de uma determinada obra que pode ser nacional ou internacional. Assim, o “Paixão de Ler” é um convite a dar um passeio pelo mundo do conhecimento, incluindo as produções bibliográfica dos professores e pesquisadores da UFPA, destacando informações sobre a relevância científica e/ou

	cultural do trabalho, além do processo de produção do material.
Pílulas poéticas	É o espaço para poesia, conto e poema declamados pelo professor Joel Cardoso. A intenção é proporcionar aos webouvintes obras de grandes autores da literatura paraense e brasileira. Confira durante os intervalos da programação.
Nomes da Ciência	Com o slogan “A sua enciclopédia sobre os pesquisadores do Brasil e do mundo”, o Nomes da Ciência trata da vida e do legado de importantes cientistas locais, nacionais e internacionais
Curta a música	Exibido no início dos blocos musicais, o “Curta a Música” apresenta um artista ou banda brasileira que, ainda, estejam no início da carreira e sejam pouco conhecidos do grande público. A ideia é divulgar novos compositores e cantores, além de oferecer aos webouvintes acesso a produtos musicais, muitas vezes independentes. Idealizado pela jornalista Helaine Cavalcante, hoje o interprograma é produzido e também apresentado por bolsistas e voluntários da Rádio Web UFPA.

Fonte: site UFPA. Acesso em 14 de outubro de 2015

Não existe a opção de escutar apenas os interprogramas, mas alguns estão disponíveis no Soundcloud e podem ser escutados também, na programação normal da rádio pela web. No menu *Equipe*, aparece a foto das pessoas que compõem o quadro de funcionários da mesma, com suas respectivas funções. No total, 12 pessoas atuam diretamente na emissora, sendo estas divididas nas funções de Projeto (1), Coordenadora Interina (1), Produção e Reportagem (4) e Colaboradores (6). Há menção a 52 nomes que fizeram parte da história da rádio UFPA.

No menu *Sobre*, é contado a história da rádio, quando ela surgiu, qual o propósito da mesma, seus objetivos e o público-alvo a qual ela se dirige. Estas informações foram citadas no início deste subcapítulo para apresentar a emissora.

Na aba *Pesquisar*, existe a possibilidade de realizar buscas no site, a partir de palavras-chave e temas de interesse do webouvinte. E por fim, a aba *Apoio* apresenta os apoiadores da rádio, como a própria Universidade, a Pró Reitoria de Administração, Pró Reitoria de Extensão, Assessoria de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia, entre outros.

4.4.1.1 Usabilidade da homepage da rádio UFPA

Percebe-se que a marca da rádio está bem posicionada, na parte superior e com destaque, ficando claro para o ouvinte do que trata o site. Possui o slogan “divulgando o conhecimento”, que também está bem nítido e divulgado na página inicial, indo ao encontro do que a rádio defende, por disponibilizar o conteúdo produzido pela emissora para todas as pessoas que tenham interesse, sem a necessidade de ter vínculos com a Universidade. A rádio disponibiliza, de forma bem completa, informações institucionais no menu *Sobre nós* e informa as diversas maneiras em que o ouvinte pode entrar em contato com a emissora, seja pelo próprio site ou através das plataformas digitais em que a mesma está presente.

Os links de acesso são bem visíveis, de fácil identificação, porém, não diferencia os já acessados dos que ainda não foram acessados. Pela estrutura do site ser bem completa e com as informações colocadas de maneira muito clara, este fator não prejudicou a navegabilidade nem o funcionamento do mesmo. Os ícones da página inicial reforçam esta facilidade para a navegação, não atrapalhando o ouvinte que acessa o site e nem oferecendo ferramentas que dificultem o acesso. A aba pesquisar é visível, podendo ser realizadas buscas no site, sem dificuldade.

Em relação ao layout da página inicial, pode-se afirmar que existe harmonia nas postagens, tanto em relação às cores, fontes, contrastes como nas imagens. A identidade visual de cada programa e interprograma seguem um conceito, respeitando a identidade visual da rádio. Os títulos das notícias são sucintos, transmitem o máximo de informações com poucas palavras e identificam a data da postagem.

Nota-se, portanto, que o site da rádio UFPA é fácil de ser encontrado pelos ouvintes, sendo utilizado o nome da rádio como endereço eletrônico, caracterizando como boa usabilidade, além de não utilizar pop-up, não ter nenhum item animado e nem marca d'água, animações ou outros recursos que impeçam a boa navegação, conforme os critérios estabelecidos por Nielson e Tahir (2002).

4.4.2 Rádio UFAC

A web rádio UFAC é um projeto de rádio da Universidade Federal do Acre, em parceria com o núcleo de Tecnologia da Informação, da Assessoria de Comunicação da

Universidade, e a partir do apoio de alguns funcionários de outros setores. O objetivo da rádio é a divulgação na web das produções dos alunos, professores e da comunidade acreana.

Atualmente, segundo contato via Facebook com os responsáveis pela rádio, a mesma encontra-se com problemas técnicos, mas está ativa. Porém, quando clicado no link para escutar a rádio ao vivo, o site fica carregando e não conclui a tarefa, portanto, temporariamente a mesma não está sendo transmitida via web. No site⁴⁵ da emissora, as postagens são de 2012 e os menus com informações da rádio não estão disponíveis, tais como: *Início, Sobre a rádio, Programação, Programas e Galeria de fotos*. As únicas informações que são possíveis de ler são do *arquivo do blog*, todas antigas também, fazendo alusão à inauguração da rádio.

Em 2015 os acessos da rádio no facebook se davam através do perfil Jornalismo UFAC (direcionado pelo próprio site da rádio para este perfil no Facebook), sendo as últimas postagens recentes, entretanto, de assuntos voltados para o curso, de interesse dos alunos ou referentes à Instituição. Em uma nova busca pelo perfil da rádio⁴⁶, no ano seguinte, percebeu-se que a mesma já possuía um perfil próprio, sendo criado, ao que tudo indica, recentemente, pois não tinha nenhuma publicação, apenas a atualização da foto de perfil. Até o momento a página possuía 44 curtidas. No Twitter do “Jornalismo UFAC”, a rádio participa deste 2010, tendo 123 tweets e 344 seguidores. As postagens também estão desatualizadas desde 2013.

Figura 2 – Página inicial do site da Webradio UFAC



Fonte: Site UFAC

⁴⁵ Disponível em <http://ufacwebradio.blogspot.com.br/>. Acesso em 04 de nov de 2015.

⁴⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/Ufac-R%C3%A1dio-Web-407850912734512/posts>. Acesso em 12 de jul de 2016.

Importante registrar que enviamos uma mensagem privada através do Facebook para o novo perfil da rádio, porém, a mensagem não foi visualizada. Apesar das informações no site e nas redes sociais da emissora estarem desatualizadas e sem postagens recentes, a pessoa que gerencia a fanpage “jornalismo UFAC” afirmou que a emissora está ativa, apesar dos problemas na transmissão.

4.4.2.1 Usabilidade da homepage UFAC

De acordo com os critérios analisados, a marca está bem visível, posicionada na parte superior do site e não possui slogan. Na página inicial, é possível acessar o menu *Sobre a rádio*, porém, não estava funcionando e não havia nenhum recado por parte da Universidade ou até mesmo, da rádio, em avisar os ouvintes. O site também disponibiliza o menu “fale conosco” o qual também não exibia as informações, ou seja, quando clicado nos menus, o site não direcionava a pesquisa e permanecia na homepage. Os links são de fácil identificação e visualização, porém, como já comentado, não estavam funcionando, portanto, não foi possível verificar se há diferenciação entre os links já visitados dos não visitados.

Em relação ao layout da página, ela utiliza cores que destacam as informações, há uma padronização das fontes e são utilizados recursos que facilitam a navegação, sem excesso de marcas, de animações ou ícones que dificultem o usuário durante sua experiência de navegação pelo site. Entretanto, o acesso direto pelo navegador fica prejudicado, já que o endereço eletrônico é o nome da Universidade e depois o nome webradio.blogspot. As notícias postadas na página inicial estão com títulos curtos, o que facilita a compreensão em relação ao conteúdo que está sendo compartilhado, acompanhado de fotos. Referente às atualizações das notícias, é informado apenas o horário e não a data. É possível ter uma ideia de quando as notícias foram postadas em função do seu conteúdo e do ano informado em algumas matérias. Conforme indicações dos autores Nilsen e Tahir (2002), o site da emissora não utiliza de pop-ups.

A usabilidade do site está prejudicada em função do mesmo simplesmente não funcionar, dificultando o acesso às informações referentes à rádio, desde histórico, programações, contatos, etc. A falta de atualizações de informações do site se repete nas redes sociais.

4.4.3 Audioativo Webrádio UFRJ

O Audioativo Webrádio é um projeto de iniciação artístico e cultural e de extensão da Escola de Comunicação da UFRJ. O objetivo da rádio é oferecer um espaço educacional para que alunos, funcionários e professores da Universidade expressem suas ideias e produções de conteúdo. A emissora também veicula atividades desenvolvidas nas disciplinas de Jornalismo do Curso de Comunicação Social. Segundo o site da Audioativo⁴⁷, uma webradio demanda diferentes produtos comunicacionais que se complementam, tais como: blog, vídeos, textos, fotos, entre outros formatos que a internet permitir.

Além disso, valorizamos aqui a interação emissor-receptor que a imprensa comunitária prescinde e que a internet potencializou, tornando o ouvinte também em emissor, ou seja, em produtor de conteúdo. A webradio AudioAtivo também possui caráter extensionista na medida em que procura difundir informação, entretenimento e educação para a sociedade (AUDIOATIVO, *ON-LINE*).

A rádio não possui transmissão ao vivo, mas hospeda os áudios no servidor do núcleo de computação eletrônica – NCE – e são disponibilizados no site para quem desejar ouvir, no formato *podcast*. Em relação ao início do projeto de webradio, não constam datas específicas do seu surgimento, mas o comentário mais antigo em um dos posts do site é de junho de 2009.

No site há diversas informações e vários menus. Os primeiros menus que aparecem no topo da página inicial são: *Home, O Projeto, Programas, Expediente, Contato, Ajuda, Login e Cadastre-se*, conforme ilustra a figura 10.

Figura 3 – Página inicial da Audioativo Webradio



Fonte: Site da rádio. Acesso em 21/10/15

⁴⁷ Disponível em <http://www.audioativo.com/sobre/> Acesso em 21 de out de 2015.

No menu *Home* da primeira página do site, percebe-se que os programas produzidos para a rádio estão disponíveis de maneira visível, a partir de novos botões de menu, na cor cinza escuro, sendo estes, conteúdos fixos nas demais abas dos menus, conforme fica evidente na figura 10 e na tabela abaixo:

Tabela 9 – Menus secundários da página inicial do Audioativo Webradio

Menus da página inicial	Links de direcionamento
Acervo	<u>Direciona para os programas:</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apoteose 2. Descamoufla 3. Ecopress 4. Futebol e Mulher 5. Holofote 6. Podcast 7. Podcrer 8. Prorrogação 9. Radiodramaturgia 10. Salsaboreando
CinebutECO	Conteúdo do programa CinebutECO, com a possibilidade de escutar e baixar os áudios.
Estação Samba	Conteúdo do Estação do Samba, com a possibilidade de escutar e baixar os áudios.
Laboratorial	<u>Direciona para os programas:</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aconteceu no Campus 2. Cultura em Foco 3. Debate 4. Pilotos 5. Radiojornais 6. Últimas da web
Passaporte Musical	Conteúdo do programa Passaporte Musical, com a possibilidade de escutar e baixar os áudios.
Pesquisa Ativa	Conteúdo do programa Pesquisa Ativa, com a possibilidade de escutar e baixar os áudios.
Repórter Universitário	Conteúdo do programa Repórter Universitário, com a possibilidade de escutar e baixar os áudios.
Revista de História da Biblioteca Nacional	Conteúdo do programa revista de História da Biblioteca Municipal com a possibilidade de escutar e baixar os áudios.
Vitrola 2.0	Conteúdo do programa Vitrola 2.0 com a possibilidade de escutar e baixar os áudios.

Fonte: elaborado pela autora com base nas informações disponíveis no site.

Algumas notícias relacionadas com o meio rádio e com os programas do Audioativo também são postadas com frequência no site, por exemplo: “Marialva Barbosa – Presidente da Intercom faz um balanço dos dois primeiros dias do evento”; “A pequena notável – 60 anos da morte de Carmem Miranda”; “Corrupção, Democracia, Política e Dilemas Eleitorais”.

No canto direito da página aparece o link *Anúncios* e são exibidas três marcas: a primeira intitulada ECO, com hiperlink direcionando para a Escola de Comunicação UFRJ, com notícias institucionais da Universidade, tais como editais de seleção para professor, seleção para os programas de pós-graduação, etc. A segunda marca que aparece é Rio 450, uma página da Prefeitura do Rio de Janeiro a qual mostra as comemorações do aniversário da cidade, juntamente com dicas culturais, atrações que fazem parte das comemorações e informações turísticas. A terceira marca é Revista História da biblioteca Municipal, que são publicações da Sociedade de Amigos da Biblioteca Nacional com o apoio do Ministério da Cultura. Logo abaixo da seção *Anúncios*, o site disponibiliza a opção de pesquisar arquivos publicados no site entre os períodos de outubro de 2008 até outubro de 2015. Ainda é possível acessar as redes sociais da Rádio Audioativo a partir dos links disponibilizados no site, com direcionamentos para o Facebook e Twitter da emissora. Importante ressaltar que o lado direito do site, onde aparecem as informações das seções *Anúncios*, *Pesquisas* e *Redes sociais*, são espaços fixos em todas as demais abas do site.

No menu *Projeto* são divulgados dados a respeito da webradio, o seu funcionamento e qual o objetivo do projeto. As informações utilizadas para apresentar a rádio, no começo deste subcapítulo, foram retiradas deste menu. Em *Programas*, aparecem as produções da rádio com uma breve descrição do que trata cada um e o nome dos professores responsáveis. No total, este espaço informa a respeito de cinco programas e os acervos da rádio.

Tabela 10– Programas da Audioativo Webradio

Nome do programa	Descrição do programa
Repórter Universitário	O convênio da UFRJ com a Rádio CBN-Rio garante espaço também aqui na AudioAtivo. Além da versão radiofônica que vai ao ar às 10 horas da manhã, no último sábado de cada mês, você vai poder conferir pelo site as edições anteriores do programa Repórter Universitário, que é produzido pelos alunos de jornalismo da Escola de Comunicação da UFRJ e coordenado pelo professor e jornalista Gabriel Collares. A cada edição uma reportagem especial sobre diferentes temas.
Pesquisa Ativa	O programa coloca em pauta uma das maiores contribuições da UFRJ para a sociedade: a produção científica. Toda semana um pesquisador da Universidade é entrevistado e tem a oportunidade de divulgar e de debater temas de suas pesquisas. Toda sexta-feira uma nova edição do

	programa.
Vitrola 2.0	Especial musical atualizado mensalmente. Sempre um gênero ou grupo musical para você lembrar!.
Estação Samba	O Estação Samba é um programa que nasceu para falar sobre o gênero musical mais brasileiro de todos. Produzido no laboratório de rádio da CPM/UFRJ, está vinculado ao projeto da webradio Áudio Ativo. Aqui, apaixonados por música e rádio podem acompanhar todas as fases da produção de um programa. No Estação Samba, temos quadros sobre os bambas que fizeram a história da nossa música (Casquinhos do Samba), a próxima geração (Nova Cadência), a vida de quem Vive de Samba e a agenda cultural. O Estação Samba é produzido por Sergio Muniz, Tais Carvalho, Renata Fontanetto, Luciano Abreu e a equipe de voluntários.
Passaporte Musical	Sem descrição
Acervo (lista abaixo)	Aqui você tem um banco virtual com todos os arquivos de mídia dos programas que estão fora do ar.
Apoteose	Programa voltado para a divulgação dos eventos e de tudo aquilo relacionado ao Carnaval do Rio de Janeiro. Apoteose é o programa onde o mundo do samba tem vez sem distinção de grupo ou bandeira. Toda semana uma nova edição (temporariamente o programa não está sendo veiculado). Ouça as antigas edições (2008 e 2009).
ECOPress	O programa “EcoPress – Onde a comunicação acontece” é voltado aos estudantes e profissionais da comunicação. Toda semana, você escuta um boletim atualizado com os assuntos e eventos da área, dentro e fora da UFRJ. Não deixe de conferir as edições semanais. Saiu do ar em julho de 2010.
Holofote	Dicas sobre teatro e cinema em apenas uma lauda radiofônica.
Prorrogação	Mesa redonda: resumo esportivo da semana com comentários. Sempre uma nova edição às sextas-feiras. Uma hora de programa.
Podcrer	Podcast de notícias comentadas com muito humor pelo sretch da audioativo.com. Programa semanal com Luiz Felipe Valente, Pedro Pessoa, Bruno Gouveia, Daniel Parreira, Renan Sampaio, Philippe Lacerda, Maria Luiza Vianna e Priscilla Capriti! Estreou em novembro de 2009.
Salsaboreando	Salsaboreando é a ponte para chegar na música além das fronteiras do Brasil. Conheça um pouco da história de cantores e bandas do nosso continente. Programa semanal. Com Laura Trigueros.
Futebol e mulher	Vem aí o programa esportivo mais charmoso do rádio brasileiro. Sempre às segundas-feiras na sua Audioativo.com.
Descamufla	Aqui você vai curtir o podcast Descamufla!, canal de comunicação do descamufla.wordpress.com, o blog do camaleão mais boêmio da Cidade Maravilhosa. Você vai descobrir tudo sobre os shows camuflados no Rio de Janeiro e, de quebra, vai conhecer uma banda da nova geração. O Descamufla! vai ao ar às terças-feiras.

No menu *Expediente* consta os nomes dos alunos, professores e técnicos que fazem parte da equipe da webradio Audioativo, que são: coordenação geral: Gabriel Collares Barbosa; bolsistas do projeto: Viviane Araújo, José Augusto de Assis, Mayara Flint, Lais Jannuzzi, Felipe Andrade e Laisa Gomes; colaboradores voluntários: Caio Cesar, Gisele Motta e Maria Karolina; apoio: Núcleo de Computação Eletrônica – UFRJ (NCE/UFRJ). Na Central de Produção Multimídia, dedicado ao corpo de funcionários técnico-administrativos e, particularmente a: Adilson Adriano – redes, Alexandre Nascimento – técnico em eletrônica, Sergio Muniz – operação e edição de áudio e Paulo Affonso – editor de vídeo. Na página constam os Agradecimentos para a Coordenação da Central de Produção Multimídia da Escola de Comunicação; Coordenação do curso de Jornalismo; Chefia do Departamento de Expressão e Linguagens; Pró-Reitoria de Ensino de Graduação (PR1) e Pró-Reitoria de Extensão (PR5).

No final da página, são informados os dados, tais como endereço e e-mails para que os ouvintes possam participar, enviar sugestões de pautas, dicas ou até para quem tiver interesse em veicular seu próprio programa na rádio. No menu *Contato* tem poucas informações, pois e-mails, endereço e nomes dos profissionais que trabalham na rádio já está disponível na aba *Expediente*. Neste espaço do site, é possível deixar comentários, sendo o último postado por uma ouvinte no ano de 2009.

No menu *Ajuda*, o internauta ouvinte pode tirar suas dúvidas a respeito da navegação e dicas para melhor aproveitar os recursos do site. Há a opção para entrar em contato com a emissora por meio de um botão “clique aqui”, além de algumas perguntas já prontas, que também pode ser a dúvida de outras pessoas, tais como: quero produzir um programa na web rádio. O que faço? Qual o formato dos arquivos de áudio? Fiz meu comentário em um blog. Por que ele não aparece? Como ouvir programas no Mozilla Firefox? Como assinar um *feed*? O que é RSS? E algumas outras perguntas. As respostas para todas essas perguntas ficam disponíveis logo abaixo, na mesma página da seção *Ajuda*, bem como os links para as pessoas que precisam baixar algum *plugin*, ou atualizar algum programa para escutar a rádio. O site da rádio disponibiliza o cadastro para recebimento de informações, de modo que o aluno/interessado cadastra um *login* e e-mail, sendo enviada, posteriormente, uma senha para acesso. Importante registrar que a pesquisadora fez o teste e se cadastrou no site, porém, não recebeu nenhuma senha por e-mail.

Ao acessar o link do Facebook disponível no site, o ouvinte é encaminhado diretamente para a rede social digital. Na fanpage⁴⁸, a emissora foi criada no ano de 2012 e tem mais de 570 amigos. Só em 2015⁴⁹ foram postadas cerca de 36 fotos de assuntos diversos, externo à rádio e referente aos bastidores. Na Figura 3, é possível visualizar a fanpage e o Twitter da emissora:

Figura 4 – Fanpage e Twitter da rádio



Fonte: Facebook da rádio. Acesso 28 de outubro de 2015

Já o link que direciona para a rede social Twitter, em que a rádio participa desde junho de 2009, conta com mais de 440 *tweets*, 430 seguidores, segue mais de 200 perfis e foram publicados cerca de 21 fotos e vídeos. Percebe-se que as duas redes sociais recebem atualizações constantes.

4.4.3.1 Usabilidade da homepage Audioativo

Em relação à usabilidade da homepage da webradio audioativo, uma das primeiras características a ser observada é a posição da marca. A mesma encontra-se localizada no canto esquerdo superior, com o suporte da frase: webradio da Escola de Comunicação da UFRJ, que não se caracteriza como slogan, apenas como frase de apoio. A emissora disponibiliza informações institucionais no menu *O projeto*, com a apresentação aos ouvintes dos objetivos da webradio tanto com o seu público interno quanto externo à Universidade. O acesso para falar com a rádio é possibilitado a partir do menu *Contato*, com informações de telefone e e-

⁴⁸ Disponível em <https://www.facebook.com/audioativocom>. Acesso 28 de outubro de 2015.

⁴⁹ Até a data da pesquisa, dia 28 de outubro de 2015.

mail da rádio. De maneira geral, os links são acessíveis e de fácil identificação, porém, não se diferenciam nas cores em relação aos não visitados e já visitados.

Ainda sobre a navegabilidade, o site não utiliza ícones que possa atrapalhar ou dificultar o acesso do usuário durante a visita no site, tampouco se vale de recursos de animações, marcas d'água ou emprega a utilização de outras marcas em excesso. Além disso, também existe a opção pesquisar para quem desejar procurar algo mais específico no site. Em relação ao layout da página inicial, as cores, fontes e fotos são padronizadas, estão em harmonia com as demais notícias/informações apresentadas, facilitam assim, a leitura e proporcionam ao usuário uma experiência agradável em estar navegando e usufruindo do conteúdo disponibilizado pela webrádio.

4.4.4 Rádio Ponto UFSC

A webrádio da Universidade Federal de Santa Catarina surgiu em 1999 e é produzida exclusivamente pelos alunos do curso de jornalismo, sob a orientação dos professores de radiojornalismo. Conforme informações disponíveis no Facebook da rádio⁵⁰, há 13 programas distribuídos na grade de programação e classificados em vários gêneros, que vão do jornalismo ao radioteatro. Conforme a descrição, percebe-se a inserção da emissora na comunidade acadêmica: “A Rádio Ponto UFSC realiza importantes coberturas, como eleições universitárias, Copa do Mundo e SEPEX. Além do site⁵¹, a rádio pode ser ouvida no 106.1 FM dentro do Campus Florianópolis da UFSC” (ONLINE, 2016).

O site da rádio é dividido nos menus: *Home*, *Notícias*, *Programas*, *Produções especiais*, *Pesquisar no site* e *Programação*. No primeiro menu, aparecem as notícias a respeito dos programas da rádio, atualizações dos temas e dos programas. O link para escutar a rádio ao vivo está disponível no canto direito (Figura 5), mas é necessário ter um *plugin* específico, caso contrário, o ouvinte fica impossibilitado de ouvir a Rádio Ponto UFSC. Abaixo deste link há a informação do número de visitantes no site, bem como informações institucionais da rádio (endereço, e-mail, telefone e Twitter). Um espaço na página inicial é disponibilizado para o ouvinte, intitulado de *podcast*, ou seja, arquivos de áudio que foram gravados ou já veicularam na rádio em outro momento e estão disponíveis para quem não

⁵⁰ Disponível em https://www.facebook.com/radiopontoufsc/info/?entry_point=page_nav_about_item&tab=page_info. Acesso em 22/06/2016.

⁵¹ Disponível em www.radio.ufsc.br. Acesso em 22/06/16

escutou na programação ao vivo, ou até por quem gostaria de escutar novamente. Mas este link direcionava para outra página e, a mesma apresentava erros, não sendo possível escutar o podcast. Na página inicial, também são apresentadas as matérias que foram postadas no Twitter, com um link de direcionamento para a rede social e, abaixo disso, a seção “mais lidos” do site e as “últimas produções” da rádio, direcionando para a conta da emissora no *Soundcloud*.

Figura 5 – Página inicial da Rádio Ponto

Fonte: site da rádio

No menu *Notícias*, são apresentadas as mesmas informações da página inicial, falando dos programas e das atualizações para o ano de 2016. No menu *Programas*, não constam informações específicas para o ano de 2016. No menu *Programas especiais*, é possível acessar as produções da rádio desde o seu surgimento, separadas pelas categorias: documentários, esportivo, musical, radiojornalismo e radioteatro. O autor das produções e o número de acessos também ficam visíveis na página para os visitantes, tendo algumas produções com mais de 1.000 acessos. É interessante destacar que por intermédio do link *Podcast* não é possível escutar os arquivos em áudio da rádio, mas por este mecanismo de busca das produções especiais, o ouvinte tem acesso a um acervo bem vasto de informações.

No menu “pesquisar no site”, é possível fazer uma busca por palavra-chave, digitando o termo que deseja pesquisar e selecionando o formato, podendo ser artigo, link, fonte de notícias, ou ainda, Gcalendar, contatos, categorias e seção. Por fim, o último menu *Programação* mostra as informações específicas sobre cada um dos programas, conforme a tabela abaixo:

Tabela 11 – Programação da Rádio Ponto UFSC

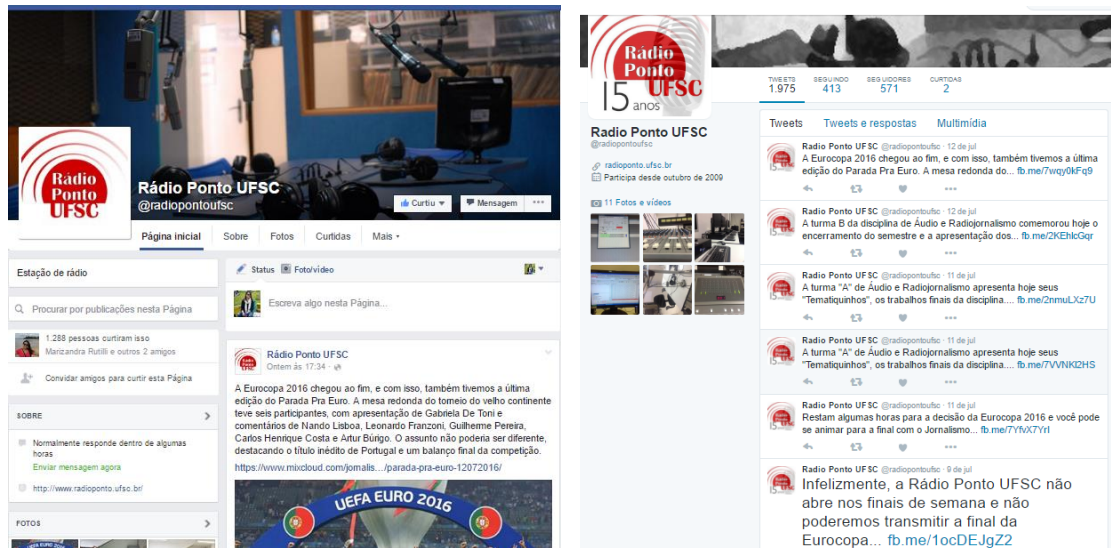
Nome do programa	Descrição do programa
Núcleo de Rádiojornalismo Esportivo	O UFSC Esporte Clube é um programa desenvolvido pelo projeto de extensão Núcleo de Rádiojornalismo Esportivo. Confira as edições semanais todas as sextas-feiras, às 12h15, aqui na Rádio Ponto UFSC . Mais informações, acesse facebook.com/jornalismoesportivoufsc Rádio Ponto UFSC. É esporte catarinense, e ponto!
Bola na trave	O Bola na Trave é um programa desenvolvido pelo projeto de extensão Núcleo de Rádiojornalismo Esportivo. Confira as edições semanais todas as segundas-feiras, às 17h, aqui na Rádio Ponto UFSC. Mais informações, acesse facebook.com/jornalismoesportivoufsc Rádio Ponto UFSC. É a notícia do futebol, e ponto!
Ponto de Encontro	O Ponto de Encontro é um programa desenvolvido pelo projeto de extensão Núcleo de Rádiojornalismo Esportivo. Confira as edições semanais todas as sextas-feiras, às 18h, aqui na Rádio Ponto UFSC. Mais informações, acesse facebook.com/jornalismoesportivoufsc Rádio Ponto UFSC. É mais que futebol, e ponto!
Salto Alto FC	O Salto Alto FC é um programa desenvolvido pelo projeto de extensão Núcleo de Rádiojornalismo Esportivo. Confira as edições semanais todas as quartas-feiras, às 18h00, aqui na Rádio Ponto UFSC. Mais informações, acesse facebook.com/jornalismoesportivoufsc Rádio Ponto UFSC. É charme nas quatro linhas, e ponto!
Núcleo Lança Perfume	Núcleo Lança Perfume: O Lança-Perfume é um programa desenvolvido por alunas do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Confira as edições semanais nas segundas-feiras, às 19h, na Rádio Ponto UFSC. Mais informações em facebook.com/programalancaperfume Rádio Ponto UFSC. É rádio, e ponto!
Lança Perfume Cultura	O Lança-Perfume Cultura é um programa desenvolvido por alunas do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Confira as edições semanais nas quintas-feiras, às 19h, na Rádio Ponto UFSC. Mais informações em facebook.com/programalancaperfume Rádio Ponto UFSC. É cultura, e ponto!
Jornalismo em debate	O Jornalismo em Debate é um programa mensal produzido por estudantes do curso de Jornalismo da UFSC, sob a orientação do professor Áureo Moraes. A atividade faz parte da disciplina Cátedra FENAJ/UFSC de Jornalismo para a Cidadania, uma parceria entre o Curso de Jornalismo da Universidade e a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). Confira as edições mensais nas quartas-feiras, às 16h, na Rádio Ponto UFSC.

	Rádio Ponto UFSC. É debate, e ponto!
Senta que lá vem notícia	O Senta que lá vem notícia é um programa desenvolvido pela disciplina Redação para Rádio, sob orientação do professor Eduardo Meditsch. Confira as edições quinzenais nas segundas-feiras, às 11h30, na Rádio Ponto UFSC. Rádio Ponto UFSC. É aprendizado, e ponto!

Fonte: Informações do site <http://www.radioponto.ufsc.br>

A webradio está presente nas redes sociais Facebook⁵² e Twitter⁵³, conforme ilustra a figura abaixo:

Figura 6 - Fanpage e Twitter da Rádio Ponto UFSC



Fonte: Facebook e Twitter da rádio

No Facebook, a emissora possui mais de 1.600 curtidas, mais de 350 fotos postadas e, em uma breve análise, posts recentes, com várias publicações na semana e fazendo referência aos programas da rádio e dos bastidores. Não consta a informação do início da fanpage da emissora no Facebook. Já no Twitter, a rádio possui conta desde 2009, tendo quase 2.000 tweets, 570 seguidores e também é presente nesta rede social, com postagens frequentes e atualizadas.

⁵² Disponível em <https://www.facebook.com/radiopontoufsc/?fref=ts>. Acesso em 22 de jun de 2016

⁵³ Disponível em <https://twitter.com/radiopontoufsc>. Acesso em 13 de jul de 2016

4.4.4.1 Usabilidade da homepage Rádio Ponto UFSC

Em relação à disposição de informações para que o usuário saiba em que site está navegando e qual o seu propósito, a marca da Rádio Ponto UFSC está bem posicionada no canto superior esquerdo, de maneira visível para quem acessa o site, porém, não possui slogan. Na página inicial, não foi encontrado um espaço com informações institucionais sobre a emissora, histórico ou o propósito da mesma, nem um link específico de “fale conosco” para que o ouvinte pudesse entrar em contato, entretanto, na homepage estão disponíveis informações de contato, tais como endereço, telefone, e-mail e Twitter da rádio. Mesmo não contando com um espaço destinado para isso, o ouvinte/internauta consegue visualizar os contatos, sem dificuldades.

Sobre os links da página inicial, eles são de fácil identificação, não apresentando problemas na navegabilidade, mas não são diferenciados por cores em relação aos visitados e não visitados. O site não tem ícones para facilitar a navegação, mas isso não prejudica a fluidez das informações, pois elas estão dispostas de maneira objetiva. A respeito do layout da homepage, as fotos, fontes e cores estão em harmonia, facilitando a leitura, não dispendo de marcas em excesso, animações sem necessidade ou utilizando marca d’água. O site também não tem pop-up que torna a navegação cansativa e os títulos das matérias são sucintos, remetem ao assunto que será tratado e aproveitam de maneira inteligente o espaço. É um dos únicos sites analisados nesta pesquisa que apresenta duas informações juntas: a hora e a data das postagens nas publicações, situando o leitor de quando a notícia foi atualizada. Os demais sites informam apenas a data ou a hora.

O site pode ser encontrado facilmente na internet, pois o domínio é o nome da rádio, o que ajuda na busca por parte dos ouvintes. Apesar do site não dispor de algumas informações importantes, como um link que relate a história da rádio, o mesmo funciona bem, sem problemas de acesso ou de navegação, as informações estão distribuídas de maneira simples e adequadas. O único problema que ocorreu no site foi que para ouvir a rádio ao vivo é necessário o uso de um *plugin* específico, mas o site não informa qual.

4.4.5 Webradio Porto Capim

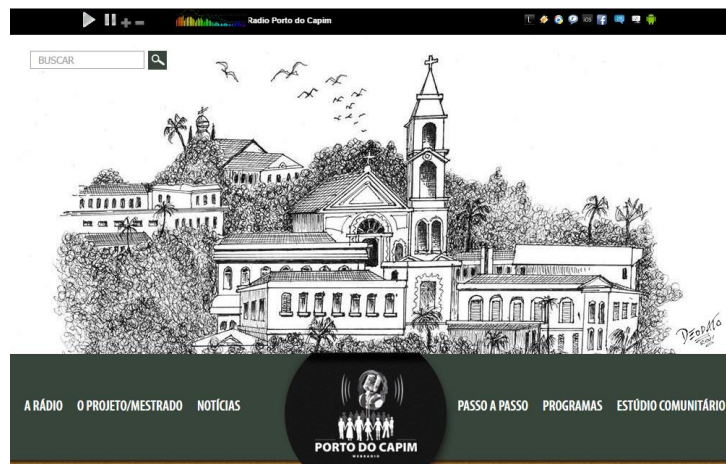
A webradio Porto Capim surgiu em 2014, lançada como a primeira webradio acadêmica/universitária da Paraíba, dentro de uma perspectiva comunitária. Seu surgimento

se deu a partir de um projeto de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) da professora Edileide Vilaça, sob a orientação da professora Dra. Olga Tavares. O objetivo, segundo informações do site⁵⁴ da emissora, foi criar uma webradio que agregasse a comunidade acadêmica juntamente com uma comunidade local para trabalhar suas demandas socioculturais e ambientais.

Logo que acessada a página inicial, é possível escutar a rádio ao vivo, sem precisar dar o *play*. O nome da música/artista ou do programa que está sendo veiculado é exibido no topo na página, bem como os programas que oferecem suporte para o ouvinte que deseja escutar a programação em outra plataforma, como o Windows Media Player, Real Player, celulares smartphones do tipo IOS ou Android. Ao lado dos ícones de cada um dos programas que podem ser utilizados para escutar a rádio, está inserida a marca do Facebook, que quando clicado direciona automaticamente para o compartilhamento do site na rede, ou seja, o usuário/ouvinte divulga na rede social que está acompanhando a programação da webradio Porto Capim com uma mensagem programada pelo site.

Na página inicial são encontrados os menus de navegação, que são: *A Rádio, O Projeto/Mestrado, Notícias, Passo a passo, Programas e Estúdio Comunitário* (figura 7):

Figura 7 - Página Inicial Porto Capim



Fonte: <http://radioportodocapim.com.br/o-projetomestrado/>

No menu *A Rádio*, constam informações do surgimento da mesma e do seu propósito, conforme citado anteriormente. Em virtude do projeto de mestrado que originou esta webradio, constam no menu os nomes dos professores que integraram a banca avaliadora, as

⁵⁴ <http://radioportodocapim.com.br/sobre>. Acesso em 13 de jun de 2016.

professoras colaboradoras, o representante dos estagiários de graduação e a análise conclusiva da dissertação. No final da página, é possível acessar outro menu que direciona o ouvinte para a história do Porto Capim, justificando a escolha do nome da rádio, que é referência à comunidade que originou a cidade Parahyba e uma forma de fortalecer a área Varadouro-Centro Histórico, em João Pessoa (PB).

No menu *Projeto/Mestrado*, é apresentado o resumo da dissertação e os agradecimentos. Em *Notícias*, estão disponibilizadas matérias referentes aos programas musicais da rádio, oficinas que são ofertadas pela Universidade, o depoimento da professora idealizadora do projeto, entre outros assuntos gerais de interesse da comunidade local e dos estudantes.

No menu *Passo a Passo*, são informadas as ações do cotidiano da rádio, tais como vídeos com os entrevistados de alguns programas, fotos das realizações de oficinas com os alunos abordando o tema educação, registro da organização do estúdio, das reuniões de construção das pautas, etc., sendo a última postagem desta seção do mês de junho de 2015.

No menu *Programas*, é apresentada a programação da rádio, juntamente com um resumo e os horários de veiculação dos conteúdos inéditos e das reprises. Os arquivos dos programas ficam hospedados no site e é possível efetuar o *download* ou ainda, compartilhar nas redes sociais Facebook, Google+ e Twitter o programa que está sendo escutado. A tabela abaixo resume os programas da rádio:

Tabela 12 – Programação da webrádio Porto do Capim

Programação	Resumo do programa
Espaço Inclusivo	Programa quinzenal e com duração de cerca de 20 minutos o “Espaço Inclusivo” terá entrevistas, dicas e informações que visam a inclusão das pessoas com deficiência. Com um deficiente visual entre os apresentadores, cada programa abordará um novo tema dentro do universo das pessoas com deficiência.
Samba da Parahyba	O projeto “Samba da Parahyba”, um programa exclusivo para os nossos artistas do samba de João Pessoa. O programa com duração de 60 minutos e é transmitido pela Web Rádio Porto do Capim a partir das 10h nos domingos.
Som do Porto	O mais novo programa da WebRádio Porto do Capim. Explora o cenário musical independente da cidade de João Pessoa! O Programa Som do Porto vem trazer vida e visibilidade aos artistas locais!
Porto 80	O programa apresenta o melhor da MPB dos anos 80, relembrando fatos, estilos e tendências que fizeram parte da década. Apresentado por Carlos Alberto, Janaina Muzi, Jâmyle Kilma e Marqueline Miranda. Todos os sábados às 16h, com reprise aos domingos.

Verão Porto do Sol	Música, previsão do tempo, saúde, entrevista, agenda cultural, informações e notícias da estação mais quente do ano. Seu programa de domingo às 10h.
Vida no Trânsito	Vida no Trânsito vai ao ar todas as quintas-feiras, das 10h às 10h30. A apresentação de Genésio Vieira e produção de Victória Jácome. O programa aborda conteúdos educativos voltado a Comunidade com o intuito de instruir a população quanto ao perigo no trânsito, prevenção e dicas para evitar acidentes com crianças e adultos, além de questionar sobre a postura e comportamento de condutores de veículos motorizados.
Notícias acadêmicas UFPB	O programa “Notícias Acadêmicas UFPB” traz o resumo das principais informações em curta duração pra você ficar por dentro de tudo que acontece na Universidade Federal da Paraíba. Produzido semanalmente e exibido todos os dias durante os intervalos dos programas. Apresentação e direção do estudante da disciplina ‘Estágio Supervisionado II’, do curso de Rádio e TV da UFPB, Rodolfo Alves.
Passando a bola	O programa Passando a Bola vai ao ar todas as quintas, das 10h30 às 11h e tem apresentação de Max Oliveira. Um raio X do futebol paraibano em meia hora, com reportagens, notícias, comentários e análises dos jogos do campeonato estadual. O programa aborda ainda os principais acontecimentos de outras modalidades de esportes do País.
O Direito Achado no Porto	Possui como objetivo principal abordar temáticas que envolvam os Direitos Humanos e que possam ser relacionadas com as demandas e interesses da comunidade neste campo específico de atuação.
Qual é o assunto?	O programa “ Qual é o assunto?” é um programa de entrevista com temas livres, a cada programa um novo tema e um novo entrevistado. Com duração de 20 minutos, toda quarta-feira, a partir das 19 horas. Cada programa terá também um apresentador diferente.
Enem 2015	Dicas do Enem 2015 com Vitória Jácome
Programa Negrícia	Partindo do entendimento do rádio como um importante meio de comunicação e o como lugar de preservação e construção de saberes, o COLETIVO NEGRÍCIA juntamente com a Rádio Porto do Capim, através do presente projeto, tem por pretensão o desenvolvimento do programa radiofônico NEGRÍCIA. O programa tem como princípio norteador a valorização da herança civilizatória africana e afro-brasileira assim como a percepção da negritude como instância de convergência e organização de tais valores.
Sarau Café em Verso e Prosa	O Sarau CAFÉ EM VERSO e PROSA organizado pela atriz Suzy Lopes que já faz parte do calendário cultural da capital paraibana, agora vira programa de rádio juntamente com a chegada da Web Radio Porto do Capim. Em cada programa terá a participação de escritores, poetas e atores da cidade.
Luz de Candeeiro	Luz de Candeeiro vai ao ar todas às sextas das 18h às 19h. O programa é apresentado por integrantes do grupo de forró “Os Gonzagas”: Yuri Gonzaga – Felipe Alcântara - Daniel Costa - Gonzaguinha Costa - Hugo Leonardo - Carlos Henrique - Caio Bruno. A proposta é unir o que há de mais expressivo do forró pé-

	de-serra com o melhor da música popular que valoriza a cultura regional, como o maracatu, o coco, a ciranda e outros ritmos que ultrapassam a cultura nordestina, e principalmente como forma difundir o forró tradicional.
Palco De Outrora	Palco de Outrora: uma recordação da era de ouro do rádio. Uma diversão que simula um programa de auditório, que na época transmitia pelo rádio as apresentações de cantores que foram consagrados interpretando em vários gêneros, as composições da música popular brasileira. Sucessos que até hoje ficaram marcados no sentimento de um público contagiado pela alegria, pelo amor e pela paixão, e que teve o privilégio de viver a música na “Era de Ouro do Rádio”.
Hora Livre	O Hora Livre é um programa jornalístico que traz ao ouvinte as notícias mais importantes da semana, sempre abordando temas de interesse da sociedade, trazendo convidados para debater o tema proposto, tudo ao vivo e com muito dinamismo dos apresentadores Rômulo Teodorico e Renato Soares, com comentários de Brenow Muniz, e produção de Jailma Farias (todos estudantes do curso Rádio e TV da UFPB).
Forró da Parahyba	Sem descrição do programa
Intercâmbio	O programa ‘Intercâmbio’ da Webradio Porto do Capim leva ao ar toda terça-feira, às 20h, sempre um programa da série que foi contemplada com o Prêmio Roquette-Pinto. Essa ação é uma iniciativa inédita e ímpar para a radiodifusão pública brasileira. São diversos programas, produzidos em diferentes regiões do Brasil, que falam sobre diversidade cultural, resgate da história e da identidade das mulheres negras, adaptações de contos de Machado de Assis, mitos africanos, experiências sonoras sobre a diversidade do cerrado, entre muitos outros temas, divididos entre as seguintes categorias: rádiocumentário, rádio dramaturgia, programa infanto-juvenil e rádio arte.
Porto do Capim em Ação	Programa Porto do Capim em Ação é uma iniciativa da Associação de Mulheres do Porto do Capim, como parte do projeto de mestrado em jornalismo pela UFPB. Vai ao ar toda segunda-feira, sempre a partir das 19h, com reprise na terça no mesmo horário. Semanalmente trazendo informações sobre saúde, educação, cultura, moda, culinária, a história da nossa comunidade, e principalmente discussões que norteiam os interesses sociais dos moradores do Porto do Capim.

Fonte: elaborada pela autora a partir das informações do site da webradio Porto Capim.

O último menu do site é o *Estúdio Comunitário*. Neste item, é explicado o que é o estúdio e apresentado, brevemente, os apoiadores do projeto, entre eles, o Ateliê Multicultural Elioenai Gomes, localizado no Centro Histórico de João Pessoa. O ponto foi escolhido como forma de garantir que a comunidade pudesse produzir, gravar, editar e fazer ao vivo seus respectivos programas/produtos radiofônicos.

No final de todas as páginas do site, estão fixas as marcas das empresas que apoiaram a implementação do estúdio da rádio na cidade, bem como os ícones das redes sociais em que a rádio está presente - Facebook e o Twitter. A descrição “Webradio Porto Capim - Ferramenta de radiojornalismo comunitário na busca de inclusão social e exercício da cidadania. Projeto de Mestrado em Jornalismo pelo Centro de Comunicação, Turismo e Artes – CCTA/UFPB, da mestranda Edileide Vilaça, sob a orientação da Profª. Dra. Olga Tavares” também aparece em todos os menus do site (Figura 8).

Figura 8 - marcas que apoiaram o projeto



Fonte: <http://radioportodocapim.com.br/sobre/>

A fanpage da rádio no Facebook⁵⁵ conta com mais de 1.600 seguidores. Ao total, foram publicadas cerca de 170 fotos na linha do tempo e em álbuns criados pela emissora para divulgar ações e programações institucionais. A página é atualizada semanalmente, e foi por intermédio do Facebook que a pesquisadora entrou em contato com a idealizadora da rádio, a fim de que respondesse ao instrumento da pesquisa.

Figura 9 - Twitter e Facebook da Rádio Porto do Capim



Fonte: Twitter e Fanpage da rádio

⁵⁵ Disponível em <https://www.facebook.com/radioportodocapim/?fref=ts>. Acesso em 15 de jun de 2016

No Twitter⁵⁶, a rádio está presente desde outubro de 2013, tendo postado apenas 7 *tweets*, somando um total de 28 seguidores. A última postagem foi feita em julho de 2015. Percebeu-se que esta rede foi mais utilizada antes da rádio ser implementada, como o primeiro meio de comunicação da Porto Capim, pois o conteúdo das postagens remete à inauguração da mesma, anunciando o endereço no Facebook e o site, além do aviso de que em breve a rádio entraria no ar.

4.4.5.1 Usabilidade da homepage Porto do Capim

Em relação à identificação do site, um dos pontos observados é a marca da rádio. Neste caso, a marca da emissora Porto do Capim está bem localizada na página inicial, posicionada de maneira central, entre os menus de navegação. Porém, não foi identificado o slogan, o que poderia auxiliar o ouvinte no entendimento da proposta da rádio. Ainda na página inicial, tem um espaço destinado para apresentar o projeto da rádio, que merece destaque no site, pois surgiu a partir de uma dissertação de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo Profissional, da Universidade Federal da Paraíba. Um ponto desfavorável no site é em relação à ausência de um espaço para entrar em contato com a web rádio, não estando disponível o e-mail da emissora nem da idealizadora⁵⁷. Um pequeno ícone de mensagem, posicionado ao lado de outros ícones no site, abre a possibilidade de começar um bate-papo online, porém, com pouca visibilidade, passando despercebido.

Os links da homepage são acessíveis e de fácil identificação, mas conforme sugestão de Nielsen e Tahir (2002) em mudar de cor, eles não diferem os links visitados dos não visitados. Este fator não prejudica a boa navegabilidade, pois os links estão bem distribuídos no site. Um dos pontos que facilita a navegação é a utilização adequada de ícones e, neste caso, o site corresponde ao bom uso destes elementos, bem como, a disponibilidade de um espaço para pesquisas em que o ouvinte possa fazer suas buscas na página.

Em relação ao layout do site, as fotos, textos e cores são utilizados com harmonia, deixando o site atrativo visualmente, sem que disputem a atenção do internauta. Apesar de muitas marcas estarem dispostas no final da página, as mesmas se encontram bem

⁵⁶ Disponível em <https://twitter.com/radioportocapim>. Acesos em 15/06/16

⁵⁷ Para conseguir contato com a rádio, a pesquisadora deixou um recado na página do Facebook solicitando o e-mail da professora responsável. Logo após, a mesma enviou mensagem privada por intermédio da mesma rede social.

posicionadas, em tamanho adequado e organizadas horizontalmente, facilitando a identificação e o entendimento das inserções (marcas das empresas parceiras do projeto).

Por fim, os títulos das notícias são curtos, bem redigidos e há o registro da hora das atualizações. O site é favorável ao bom acesso, tendo um título que facilita a busca pela webradio na rede. Oferece uma boa navegação e usabilidade, sem utilizar pop-up e com adequada funcionalidade, transmitindo ao vivo a programação.

4.4.6 Rádio Web Agroecologia

A rádio nasceu a partir de um projeto de extensão do Núcleo de Agroecologia e Campesinato (NAC) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), tendo como missão estabelecer um processo de comunicação e de formação da sociedade a partir da sustentabilidade socioambiental. A rádio divulga resultados de pesquisa e trabalhos dos acadêmicos e professores da Universidade na perspectiva das experiências agroecológicas e conta, também, com a participação de ONG's e movimentos sociais para manter o público informado. Além de transmitir informações sobre sustentabilidade e de ampliar a visibilidade dos camponeses e da cultura local, a rádio também tem uma programação variada, com transmissão de músicas e estímulo ao direito a uma alimentação saudável “e assim, sensibilizando a sociedade, apoiando as lutas populares em defesa da reforma agrária⁵⁸” (ONLINE, 2016).

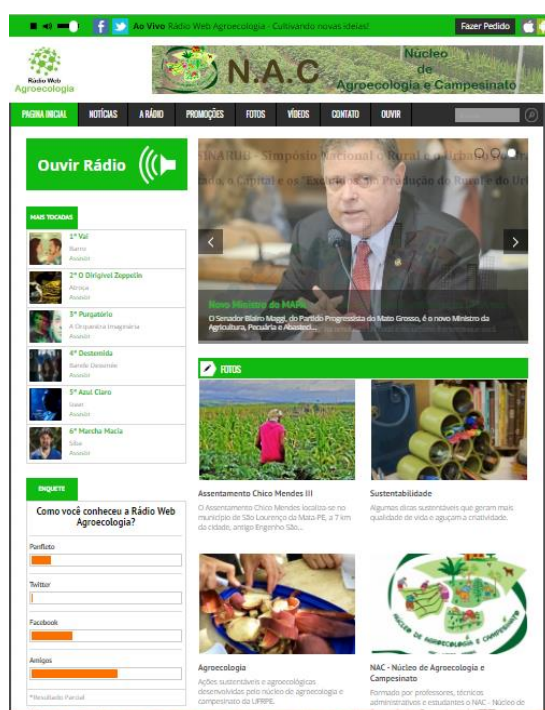
A página inicial da rádio Rádio Web Agroecologia – cultivando novas ideias! – tem como destaque o botão “ouvir a rádio” (fixo em todas as sessões do site), localizado no canto superior esquerdo, possibilitando ao ouvinte acompanhar a programação ao vivo. As músicas mais tocadas (também fixo em todas as sessões do site) estão listadas em ordem crescente da 1ª a 6ª posição e, quando clicado na lista, o site abre uma nova janela e é exibido o videoclipe da música selecionada. Também são disponibilizadas as últimas notícias na página inicial, com destaque para três matérias e, abaixo, alguns noticiosos agrupados de acordo com o tema: alguns relacionados com sustentabilidade (dicas de reciclagem de materiais); agroecologia (ações sustentáveis desenvolvidas pelo núcleo de agroecologia); assentamento Chico Mendes III; – Núcleo de Agroecologia e Campesinato; oficinas realizadas com alunos e professores e informações institucionais da webradio. Também é disponibilizada uma pesquisa (fixo em todos os menus) para identificar como os usuários conheceram a rádio, se foi por intermédio

⁵⁸ <http://www.radiowebagroecologia.com.br>. Acesso em 17 de jun 2016.

de panfletos, Twitter, Facebook ou amigos.⁵⁹ Os menus estão divididos em: Página Inicial, Notícias, A Rádio, Promoções, Fotos, Vídeos, Contato e Ouvir (Figura 10).

No menu *notícias*, constam as matérias que estavam em destaque na página inicial, todas postadas no mês de maio 2016. O conteúdo é distinto, envolvendo desde a divulgação de eventos (Simpósio Nacional o Rural e o Urbano que acontecerá na UFBA), lançamentos de materiais de estudos e apoio para alunos e professores (Guia de aves para a conservação da biodiversidade) e, divulgação de assuntos que influenciam nas atividades da Universidade, como o novo ministro de agricultura, pecuária e desenvolvimento, o Senador Blairo Maggi.

Figura 10 - Página inicial Rádio Web Agroecologia



Fonte: <http://www.radiowebagroecologia.com.br/>

O menu *A rádio* possui subdivisões que são: *sobre nós*, *locutores e programação*. No *sobre nós* é divulgada a missão e os objetivos da mesma, conforme já citado anteriormente. Já no espaço destinado aos locutores da rádio, são informados os nomes dos integrantes, os programas que eles apresentam e a formação acadêmica de cada um, juntamente com uma foto padronizada de cada integrante. No total, a rádio conta com cinco colaboradores, dentre eles, alunos e professores. A *programação* da mesma não é especificada, sendo apenas

⁵⁹ O resultado parcial mostrava que foi por intermédio de amigos, depois pelo Facebook, panfletos e por último, o Twitter.

disponibilizados os dias da semana e a seguinte frase para todos os dias: “programação Rádio Web Agroecologia”.

No menu *Promoção*, é possível concorrer a um CD da Atroça Frevoderepenterock. Quem deseja concorrer deve preencher um breve cadastro informando nome, e-mail e telefone. Não tem informações de quantos CD's serão sorteados, datas e nem o critério escolhido para o sorteio. Neste espaço, o ouvinte pode curtir a promoção e compartilhar nas redes sociais Facebook e Twitter. No menu *Fotos* estão disponíveis as mesmas fotos das matérias da página inicial e do menu notícias. No menu *Vídeos* estão algumas informações institucionais da rádio, tais como o spot do Núcleo de Agroecologia e Campesinato (NAC), alguns programas gravados em vídeo na rádio, entrevistas realizadas com professores e da inauguração da rádio. No menu *Contato*, é disponibilizado um espaço para quem deseja contatar a rádio, deixando uma mensagem e informando o nome e o e-mail do ouvinte. O menu *Ouvir* é mais um recurso de se escutar a rádio ao vivo.

A rádio possui página no Facebook⁶⁰ e conta no Twitter. No Facebook possui mais de 200 curtidas, cerca de 80 fotos publicadas e, em uma breve análise, vários formatos de postagens, desde fotos, vídeos e de conteúdo diverso, tais como chamadas para os programas e coberturas de eventos, além de mostrar os bastidores, o dia-a-dia de quem trabalha na emissora. Em uma das postagens do Facebook foi divulgado o canal do Youtube⁶¹, com *podcasts* da rádio. Até o momento foram postados cinco vídeos, mas, ao que tudo indica, o canal recentemente foi criado. Na rede social Twitter, a emissora participa desde maio de 2015 e possui 42 posts e 23 seguidores. A última postagem foi em maio de 2016 com formatos variados de tweets, tanto em vídeos quanto em links divulgando a programação da mesma.

4.4.6.1 Usabilidade da homepage Radioweb Agroecologia

Em relação à identificação do site da rádio, a marca está com pouco destaque, posicionada no canto superior esquerdo e razoavelmente pequena, dando mais destaque para um banner do NAC. É uma das poucas rádios analisadas que possui um slogan e este traduz o seu propósito: Cultivando novas ideias. A página inicial disponibiliza informações institucionais da emissora, no menu *Rádio* e *Sobre nós*, informa aos ouvintes a missão da

⁶⁰ <https://www.facebook.com/radiowebagroecologia/?fref=ts>. Acesso em 17 de jun de 2016

⁶¹ <https://www.youtube.com/channel/UCZKqeFNkvLGMD81zixX-gRg>. Acessado em 22 de jun de 2016.

rádio e seu intuito sustentável. Sobre a forma de contato com a emissora, há um menu em que o ouvinte pode preencher seus dados e enviar um e-mail através do próprio site, mas não foi disponibilizado um telefone ou e-mail para que o ouvinte possa entrar em contato direto sem depender do site da emissora.

Os links do site são de fácil identificação, porém, não mudam de cor para diferenciar os visitados dos não visitados. Os ícones disponíveis na página, referente às redes sociais, não direcionam o ouvinte nem mostram o perfil em outras plataformas, pois conduzem o internauta ao compartilhamento do site no Facebook e no Twitter, ou seja, é uma forma de divulgar o endereço eletrônico do site em outras mídias. Neste caso, pode ser conflitante para o ouvinte que tenha interesse em acessar a página da rádio nas redes sociais, pois os ícones não direcionam de forma correta, gerando dúvidas.

O site disponibiliza a opção de buscas, de modo a facilitar a localização de matérias ou determinados assuntos no site. O layout do site é harmonizado, as fontes, cores e imagens são padronizadas, facilitando a leitura. As notícias possuem títulos curtos, como "Sustentabilidade", "Agroecologia", "Oficinas", isso mostra que o site passa a informação principal sobre o assunto que será abordado, informando a data da atualização.

4.4.7 Rádio Universitária UNIFEI

A Rádio Universitária está vinculada à Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal de Itajubá, no estado de Minas Gerais, e atua em parceria com a Secretaria de Comunicação. Segundo o site⁶² da Universidade, a rádio é a segunda emissora educativa mais antiga do país, fundada em novembro de 1961 com frequência FM e funcionando, na época, com duas horas de programação diária, passando em seguida para transmissão durante todo o dia. Atualmente a rádio está funcionando apenas na web, ou seja, é uma webrádio, mas com perspectivas de voltar a ser transmitida via FM.

O objetivo da rádio é “desenvolver uma programação de qualidade, que possibilite a divulgação do conhecimento científico e tecnológico produzido na Universidade” (ONLINE, 2016). A Universidade informa que a programação está aberta à participação de alunos e funcionários, podendo ser registrado programas de cunho cultural-educativo como atividade de extensão. As informações da rádio estão disponíveis no site da UNIFEI, não possuindo um

⁶² <https://www.unifei.edu.br/proex/radio>. Acessado em 27 de jun de 2016.

site específico da emissora, apenas perfis em redes sociais, que serão apresentados posteriormente. Os menus de navegação são: *Rádio Universitária*, *Programação*, *Programas*, *Peça sua música*, *Ouçã online* e *Equipe*, conforme mostra a figura 11:

Figura 11: Página inicial da Rádio UNIFEI



Fonte: site da Universidade Federal de Itajubá

O primeiro menu contém informações institucionais da rádio, já citadas anteriormente, como data de fundação e objetivos da mesma. No menu *Programação*, estão disponíveis os programas que são veiculados pela rádio, informando a grade de programação, dia a dia e os respectivos horários de início. No menu *Programa*, está apresentado um breve resumo de cada, conforme dados compilados na tabela abaixo (Tabela 13):

Tabela 13 - Programação da Rádio UNIFEI

Programa	Descrição
A música erudita e seus mestres	Programa de música erudita da Rádio Senado
Aplauso	Programa da Rádio Câmara, mescla músicas e entrevistas com artistas que se destacam no cenário cultural brasileiro.
Conversa de professor	Entrevista em forma de conversa sobre o que é ser professor; dificuldades, prazeres, episódios engraçados, o que mudou, o que aprendeu.
Cultura no ar	Iniciativa da Universidade Cultural, propõe o diálogo sobre o desenvolvimento de ações de cunho artístico-cultural e o cenário sobre as quais são desenvolvidas. Por meio de entrevistas com

	profissionais da área, são expostos trabalhos de diferentes áreas temáticas e localidades. O programa promove ainda a divulgação dos eventos a serem realizadas na cidade e região.
Dobradinha	Música alternada de dois cantores da MPB escolhidos diariamente.
Escala brasileira	Programa da Rádio Senado que traz música e entrevistas com grandes músicos brasileiros.
Esquina do Jazz	Uma viagem pela história, pelos estilos e pelas personalidades do jazz, a forma mais universal da música negra. Rádio Câmara.
Gestão em prosa	Programete de 1 minuto, traz dicas sobre gestão. Produção da Gepe Humanas. Vai ao ar três vezes ao dia, de segunda a sexta, às 9h58, 11h58 e 14h58.
Hora do ouvinte	Seleção musical com os pedidos de ouvintes recebidos via e-mail ou telefone.
Informativo Unifei	Notícias sobre o dia a dia da Universidade, divulgação de pesquisas, eventos e outros assuntos no âmbito acadêmico.
O samba da minha terra	Programa da Rádio Câmara, traz a ginga, a malícia e a beleza do nosso ritmo popular.
Reportagem especial	Programa de 10 minutos da Rádio Câmara com abordagem em profundidade de temas relacionados ao dia a dia da sociedade.
Reportagem especial	Programa de 10 minutos da Rádio Câmara com abordagem em profundidade de temas relacionados ao dia a dia da sociedade.
Seleção 1570	Sequência de três músicas e uma notícia.
Sete mares	A cada edição é apresentada a música de um determinado país e curiosidades sobre o mesmo.
Suave é a música	Músicas tranquilas e relaxantes. A prioridade são os estilos <i>soul</i> , <i>lounge</i> e bossa nova. Programa de bem-estar para o horário de almoço.
Universidade do rock	Programa feito para ouvintes do rock, trazendo sua história, bandas e músicas.

Fonte: elaborado pela autora com base nas informações do site

O menu *Peça sua música*, é um espaço para que ouvintes possam entrar em contato com a rádio, informando seu nome, e-mail, endereço e cidade, além do pedido de música/artista. No menu seguinte, *Ouçã online*, quando clicado é direcionado para uma nova janela de navegação e a programação começa automaticamente, com a opção de ser acompanhada ao vivo. É o único espaço no site destinado para a rádio em que direciona o ouvinte para o conteúdo da webrádio. Não tem destaque nem layout diferenciado, seguindo o mesmo padrão de cores e disposição das informações de todo o site da Universidade Federal de Itajubá. Por fim, o menu *Equipe* informa o nome das pessoas que trabalham na rádio, juntamente com o ramal de cada um e o e-mail da coordenadora. Os funcionários que são citados neste espaço são: assistente de som, programador de rádio e TV e a coordenação da emissora. No rodapé do site, em todos os menus, é disponibilizado o link das redes sociais em

que a Universidade possui um perfil ou página, sendo elas: Facebook, Twitter e Instagram. Ao lado das marcas das redes está disponível uma lista de contatos, com nomes, funções, ramais e e-mail dos funcionários da Instituição.

Em relação às redes sociais da rádio, a Rádio UNIFEI está presente no Facebook⁶³, com mais de 5.500 curtidas e cerca de 80 fotos postadas. A última postagem foi do mês de abril de 2016, estando desatualizada. Não consta a data da criação da página no Facebook. Já no Twitter⁶⁴, a rádio possui perfil desde agosto de 2010 e soma mais de 1.000 tweets, 438 seguidores e 61 fotos/vídeos postados. A última postagem nesta rede social digital foi em setembro de 2015, mostrando que também está desatualizada. A interface das duas redes sociais é bem parecida, com destaque para as cores, a marca da rádio e o slogan: Conhecimento na frequência exata, conforme ilustra a figura abaixo:

Figura 12- Twitter e Facebook da Rádio UNIFEI



Fonte: endereço eletrônico das redes sociais

Não há informações no site da Universidade e nas redes sociais da rádio sobre a existência de um canal no Youtube da emissora ou de outras redes sociais utilizadas para a divulgação da rádio. A pesquisadora fez uma busca na internet e encontrou apenas o canal do Youtube da Instituição⁶⁵, porém, com poucas postagens ainda, somando sete vídeos até o presente momento e um pouco mais de 100 pessoas inscritas no canal para receber as informações.

⁶³ <https://www.facebook.com/RadioUniversitariaUNIFEI/>. Acesso em 27 de jun de 2016.

⁶⁴ <https://twitter.com/radiounifei>. Acesso em 27 de jun de 2016.

⁶⁵ <https://www.youtube.com/user/rpunifei/about>. Acesso em 27 de jun de 2016.

4.4.7.1 Usabilidade da homepage UNIFEI

Em função da rádio não ter um site específico, a homepage analisada será o espaço da rádio no site da própria universidade. Sendo assim, a marca da rádio está bem visível, centralizada na página e com posição de destaque, facilitando ao usuário a identificação do assunto abordado. A rádio possui slogan bem divulgado nas redes sociais, que é: conhecimento na frequência exata. Mesmo a rádio sendo transmitida pela internet, ela já teve frequência FM e pretende, segundo conversa via e-mail com a assessoria de comunicação, voltar a ser hertziana. O site disponibiliza informações institucionais da rádio universitária, sendo o primeiro menu da página, deixando claro seu objetivo e o compromisso da emissora em divulgar o conhecimento produzido na Universidade. A página não possui uma sessão específica para entrar em contato, mas na homepage é disponibilizado um telefone e e-mail da rádio.

Os links são de fácil identificação, mas não se diferenciam por cores os visitados dos não visitados. Os ícones utilizados auxiliam na leitura dos menus, complementando a função e a ação esperada, como por exemplo: ícones de música são colocados ao lado do menu *Pedir música*, facilitando assim, o entendimento e a funcionalidade do site. O recurso pesquisar é disponibilizado na página, entretanto, é válido para todo o site em que está hospedada a rádio (site da Universidade), não possuindo um recurso específico para pesquisas referentes à rádio. Em relação à navegação, o site é limpo, com poucas imagens, inclusive, podendo utilizar mais recursos visuais para complementar as mensagens. Cores, fontes e títulos estão padronizados, respeitando o layout das demais abas do site, sem excesso de marcas, porém, não informam a data tampouco o horário das atualizações das informações.

O acesso ao espaço da rádio no site da Universidade pode representar uma dificuldade para os ouvintes, pois passa por alguns atalhos.

4.4.8 Rádio UTFPR

A webrádio da Universidade Tecnológica Federal do Paraná é um projeto da COTED (Coordenação de Tecnologia na Educação) que possui como suporte educacional a utilização da internet e do rádio, a fim de motivar e apoiar estudantes do ensino presencial e a distância. “Utilizar a rádio, como meio de interação entre os humanos (participantes de cursos e da comunidade internautas), possibilita expressar ideias, na busca pelo conhecimento, e para a

formação de opinião da sociedade, por meio da comunicação” (ONLINE⁶⁶, 2016). As áreas de atuação da rádio são: ensino, pesquisa, extensão por meio da informação e entretenimento.

A partir do site é possível escutar as gravações das aulas Ead e fazer o *download* dos arquivos. É informada a data da postagem (todas de 2012/2013) e o nome do professor responsável pelo conteúdo. A rádio não possui um site próprio, apenas um blog que também está desatualizado. As informações a respeito da programação, equipe e funcionamento estão disponíveis no site da Universidade, portanto, são poucos os menus com as informações disponíveis. Um deles é referente à programação, indicando apenas o nome do programa e o horário de veiculação em uma tabela no Excel, não disponibilizando um resumo ou uma apresentação dos mesmos.

É possível escutar a rádio ao vivo pelo botão disponível no site da UTFPR e acessar a fanpage e Twitter da webradio. No Facebook⁶⁷, as últimas atualizações foram de 2013 também, totalizando 67 curtidas na página. Não há nenhum vídeo e apenas 3 fotos publicadas pela webradio na rede social. No Twitter⁶⁸ a emissora tem 56 tweets postados, 8 seguidores e postagens de 2013, conforme a figura 13:

Figura 13 - Twitter e Fanpage da Rádio Web UTFPR



Fonte: Twitter e Fanpage da emissora

Apesar das redes sociais e do site da rádio estarem desatualizadas, a transmissão online da rádio segue acontecendo. A pesquisadora tentou entrar em contato com a rádio via

⁶⁶ Disponível em <http://www.utfpr.edu.br/curitiba/estrutura-universitaria/diretorias/dirgrad/coted/radioweb-ct>. Acesso em 13 de jul de 2016

⁶⁷ Disponível em <https://www.facebook.com/R%C3%A1dio-Web-Utfr-419074074850480/?fref=ts>. Acesso em 13 de jun de 2016

⁶⁸ Disponível em <https://twitter.com/radiowebutfpr>. Acesso em 13 de jul de 2016

e-mail e via mensagem inbox no Facebook, mas a mensagem não foi visualizada e o e-mail não foi respondido.

4.4.8.1 Usabilidade da Homepage UTFPR

A marca está bem posicionada, centralizada no site da Universidade Tecnológica Federal do Paraná e não possui slogan. Foi difícil encontrar as informações específicas da rádio, pois não há um menu que apresente a rádio ou forneça o seu histórico, é apenas disponibilizado um curto texto de apresentação da mesma, acompanhado da equipe atual da rádio e os membros da equipe de implantação. Para entrar em contato com a rádio, tem o espaço *Deixe sua opinião*, em que o ouvinte digita o seu e-mail e o seu comentário e, no menu contatos é disponibilizado o e-mail da coordenação do COTED, não estando claro se é o mesmo da coordenação da rádio.

Os links são de fácil identificação, porém, não se diferenciam nas cores para sinalizar os já visitados dos não visitados. Os ícones das redes sociais direcionam o ouvinte para o Facebook e Twitter da emissora, facilitando a navegação. O campo de pesquisar/buscas no site é referente a toda a Universidade, não sendo possível realizar buscar específicas, a não ser que se utilizem palavras-chave que filtre a pesquisa. O site não oferece ferramentas que atrapalhem a experiência do usuário, como pop-ups, mas poderiam oferecer mais recursos para que a visita na página inicial seja mais proveitosa, pois a falta de informações prejudica a usabilidade. Recursos como marcas d'água, utilização de imagens sobrepostas, elementos animados ou até textos em excesso não se enquadram neste caso, sendo o site harmonizado com as cores, fontes e imagens. A página inicial da rádio não possui notícias e as demais informações postadas não recebem indicação de datas ou horários.

Assim como as demais homepages em que as rádios estão inseridas no site da Universidade, o usuário pode encontrar alguma dificuldade em acessar diretamente a página da emissora, visto que o acesso é por atalhos.

A partir dessas descrições dos sites das webrádios, percebemos que a maioria das emissoras tem o cuidado de disponibilizar informações institucionais para os ouvintes, tais como data de criação, objetivos ou missão da rádio. É importante que estes dados fiquem visíveis na homepage ou em algum menu no site, pois mostra o propósito de cada emissora e

situa o ouvinte no posicionamento que será adotado por elas. Estas informações revelam que muitas rádios possuem a finalidade de servir como um canal de divulgação dos conhecimentos técnicos e científicos produzidos na Universidade e, muitas vezes, servem como fonte de informação para a sociedade a partir dos inúmeros programas, interprogramas e projetos de cunho educativo e social que são produzidos e veiculados. Algumas rádios demonstraram ter o cuidado de pensar e produzir conteúdos direcionados para professores e alunos do Ensino Médio, ou até mesmo de incorporar na sua grade de programação temas relevantes para o debate social, para a inclusão, ou até mesmo, para aproximar a comunidade da Universidade.

O espaço destinado para as informações das equipes está presente na maioria dos sites, sendo indicado, normalmente, nomes e funções dos professores e alunos que trabalham ou estagiam na emissora. Importante ressaltar que predominantemente os alunos dos cursos de Jornalismo e Publicidade⁶⁹ são os mais atuantes nas webrádios analisadas, sendo eles os responsáveis por produzir e editar os conteúdos que são veiculados. Apenas uma rádio (Rádio Web Agroecologia) que é produzida por professores e acadêmicos de outros cursos, focando em assuntos pautados à sustentabilidade e ao meio ambiente. Em relação à programação, percebemos que quase todas as emissoras (exceção da rádio UFAC e da UFTPR) divulgam os horários de veiculação e uma síntese de cada programa. Algumas rádios também indicam os responsáveis pelas apresentações e disponibilizam e-mail para o ouvinte, que desejar entrar em contato, enviar suas sugestões ou dúvidas.

Notamos que as redes sociais mais utilizadas pelas emissoras são o Facebook e o Twitter, a partir de diversos formatos de postagens, tais como: fotos, vídeos, áudios, compartilhamento de informações de outras fontes, divulgação de notícias da rádio ou da Universidade. Algumas webrádios conseguem fazer uso destas plataformas e de outras, como Youtube, Soundcloud e Instagram, com o intuito de divulgar também, os bastidores da equipe. Percebe-se que pela presença do meio rádio na internet, a utilização de diferentes formas de interação em diversas plataformas reforça a possibilidade de participação ativa dos ouvintes, pois eles podem pedir música, deixar recados, comentar os posts logo que atualizados, contribuindo assim, com a expansão da linguagem radiofônica, ultrapassando – como já é sabido – a utilização apenas do áudio. Porém, mesmo com as inúmeras possibilidades de promoção das rádios e de aproximação dos ouvintes a partir destas

⁶⁹ Foi relatado também um professor do curso de Cinema e alunos/bolsistas do curso de TI e Administração. No próximo capítulo, que trata das análises dos questionários, esta questão fica mais evidente e será novamente debatida.

plataformas online, metade das webrádios apresentaram algum tipo de problema: site não funcionando⁷⁰ ou redes sociais desatualizadas. Nenhum recado foi disponibilizado, seja por parte da rádio ou da Instituição, para comunicar os ouvintes da existência de problemas técnicos ou para explicar o motivo da falta de atualizações.

Em relação à usabilidade das homepages, de maneira geral, elas apresentaram fluidez nas informações, facilidade de navegação com menus bem visíveis e harmonia nos layouts, utilizando de maneira adequada fotos, ilustrações, marcas e cores. Os botões para escutar a rádio ao vivo ou pelos dos materiais gravados estavam visíveis para os ouvintes, bem como o recurso de pesquisas no site e as formas de contato, sendo por intermédio de e-mail, telefone, redes sociais, etc. Uma informação interessante entre as oito webrádios pesquisadas, é que apenas as rádios Rádio Web Agroecologia e UNIFEI possuem slogan. As demais não possuem ou não estava visível no site.

⁷⁰ Apenas o site da UFAC não estava funcionando. O Facebook das rádios UFTPR, UNIFEI e o Twitter da Porto do Capim estavam desatualizados no momento da pesquisa.

5 GESTÃO, PRÁTICAS E PROCESSOS DAS WEBRADIOS

Das oito rádios selecionadas para o corpus de pesquisa, obtivemos o retorno de cinco delas. Com o intuito de preservar as rádios e os profissionais responsáveis, a análise será feita a partir das respostas obtidas no instrumento de pesquisa, sendo que as webrádios serão identificadas pelas letras A, B, C, D, e E. O questionário preenchido na íntegra pelos coordenadores se encontra no Apêndice D.

5.1 ANÁLISE DO INSTRUMENTO DE PESQUISA

A primeira pergunta era referente ao nome da Universidade, todos os participantes responderam e identificaram suas Instituições de Ensino. A segunda pergunta se refere ao nome da webrádio e a data de fundação, sendo que duas rádios (B e E) não responderam a data da fundação e as outras 3 rádios (A, C, D) são recentes, sendo fundadas entre os anos de 2012 e 2015.

A terceira pergunta é para identificar se o (a) coordenador (a) exerce outras funções na Universidade. As possibilidades eram: Sim, docente; Não; Técnico e Outros. Todos (as) responderam que sim, são docentes da Universidade.

A quarta e a quinta pergunta são questões abertas e têm o intuito de identificar há quanto tempo a pessoa coordenava a webrádio e quantas horas era destinada para esta atividade, respectivamente. Aqui, as respostas foram diversificadas. A rádio A respondeu que passou a coordenação acadêmica e técnica para dois alunos e agora exerce a função de supervisor (a) da rádio, destinando 4h semanais para os contatos com os alunos. A rádio B é coordenada há um ano por um (a) professor (a) interino (a), sendo esta tarefa dividida com outro professor na rádio e cada um, destina 2h semanais para a emissora. A rádio C está com a mesma coordenação há três anos e destina, em média, 15h semanais para a rádio, correspondendo à mesma carga horária da disciplina que é relacionada à prática radiofônica. Já a rádio D é coordenada pela mesma pessoa desde a sua inauguração e esta, dedica de 2h a 3h semanais para a emissora. O coordenador da rádio E relatou que exerce esta função há mais de sete anos e a carga horária para a emissora varia entre cinco e dez horas semanais, dependendo da demanda.

Nesta questão, podemos observar que apenas a rádio C disponibiliza uma carga horária considerada relevante (15h), junto à rádio E que destina entre 5h e 10h semanais para as atividades da rádio. Os demais coordenadores recebem poucas horas para destinar à webrádio, cerca de 2h-5h semanais. Pelas análises dos sites das emissoras, percebemos que algumas rádios transmitem conteúdo ao vivo, outras gravam antes e editam, para depois veicular o conteúdo, mas percebe-se uma carga horária pequena frente ao volume do que é produzido e das demandas que uma rádio universitária gera. Podemos pensar, como hipótese, que provavelmente acontece nas webrádios uma gestão autônoma dos alunos, com orientação à distância dos professores, ou até mesmo presencial, ultrapassando as horas destinadas para eles pela Universidade.

A pedagogia freinetiana já defendia a autoaprendizagem, mas não no sentido individualista do processo, com pouca interação pessoal, mas partindo de uma concepção coletiva da ação educativa. Kaplún (ano) também defendia a autoeducação orientada, podendo ser presencial ou através da mídia, mas que priorizasse a gestão autônoma dos educandos, não dispensando a presença do professor, mas deixando de vê-lo como eixo central do processo educativo. Sobre isso, não podemos afirmar se os professores coordenadores estão sempre presentes e orientando os alunos bolsistas/estagiários nas suas atividades da rádio, mas a partir das poucas horas semanais disponíveis, podemos pressupor que muitos alunos desenvolvem a autogestão e trabalham com a autoaprendizagem, de maneira coletiva com os demais integrantes da equipe, sendo este incentivo, visto pela autora, como uma prática de amadurecimento pessoal e profissional da equipe, descentralizando a presença do professor e contribuindo para uma educação sem hierarquias, mesmo que esta questão ocorra sem ser algo planejado previamente pela coordenação da rádio.

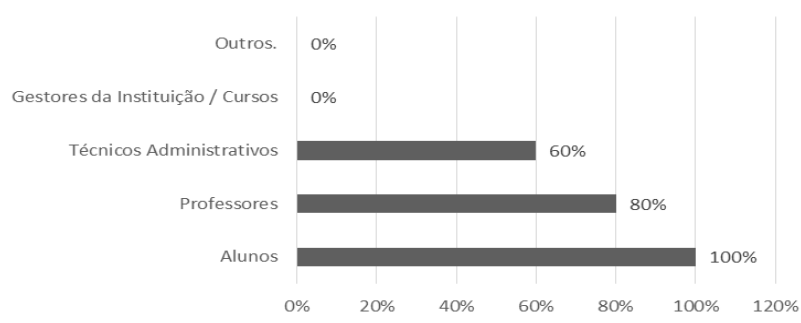
A sexta pergunta busca identificar os participantes das webrádios. As respostas foram diversificadas. A rádio A, conta com três (3) professores, 20 alunos, um (1) técnico e um (1) coordenador técnico (aluno), um (1) coordenador acadêmico (aluno) e um (1) supervisor. Aqui percebemos que os alunos extrapolam as funções de estagiários, pois a eles são atribuídas funções de coordenação técnica e coordenação acadêmica. Este modelo de organização vai ao encontro com o que Guareschi (2013, p.149) defende como sendo importante observar na educação, afirmando que “toda a educação é uma construção mútua”, não existindo apenas um sujeito que ensina e outro que aprende, pois, o processo acontece junto, bidirecional, sem hierarquias, não existindo alguém que saiba mais ou menos, e sim

saberes que são diferentes. Desta maneira, é possível supor igualdade de posições, criando relações horizontais de poder, propícias à emancipação de todos os envolvidos.

A rádio B trabalha com três (3) docentes, sendo dois (2) da comunicação e um (1) do cinema, três (3) técnicos e oito (8) bolsistas, sendo cinco (5) alunos do curso de Jornalismo, um (1) da Publicidade, um (1) de TI e um (1) da Administração, além de três (3) alunos voluntários. A Rádio B possui uma equipe interdisciplinar, favorecendo a interculturalidade. A rádio C é a menor no quesito número de integrantes da equipe, contando com dois (2) alunos que são monitores, dois (2) professores e um (1) técnico. A rádio D também tem uma estrutura enxuta, com seis (6) alunos bolsistas e dois (2) professores. A rádio E conta com sete (7) alunos e dois (2) técnicos, não indicaram a participação de professor.

A sétima pergunta era de múltipla escolha sobre quem participa da elaboração da grade de programação e da reunião de pautas. Conforme o gráfico abaixo, nota-se que o envolvimento dos alunos na programação e nas pautas constitui-se como um espaço democrático e aberto por todas as rádios, ou seja, 100% das respostas indicaram o envolvimento dos alunos neste processo. Os professores também participam ativamente do processo, correspondendo a 80% das respostas (rádios, A, B, C e D).

Gráfico 2 – Participação da elaboração da grade de programação e da reunião de pautas

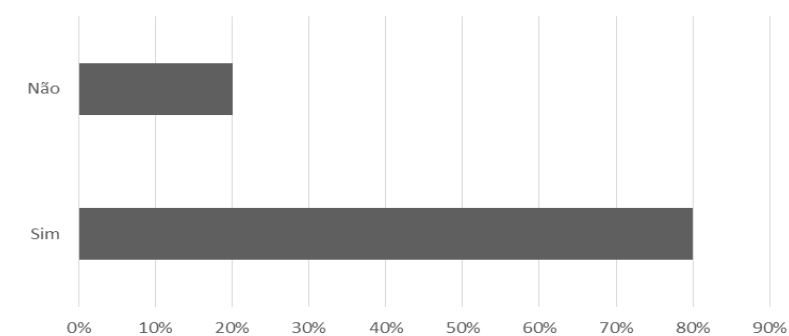


Fonte: Elaborado pela autora

Já os técnicos administrativos participam em partes, compreendendo 60% das respostas, ou seja, rádios B, C e E. As demais rádios (A e D) não indicaram a participação dos técnicos na elaboração das pautas e/ou na grade de programação.

Na oitava pergunta, o coordenador escolhe uma das opções em relação ao funcionamento da rádio, sendo esta considerada um laboratório, ou não. Nesta questão 80% das webrádios se consideram um laboratório, ou seja, as rádios A, B, C e E. Apenas 20% não consideram o espaço como laboratório, que é a rádio D.

Gráfico 3 – Caracterização da rádio como laboratório?

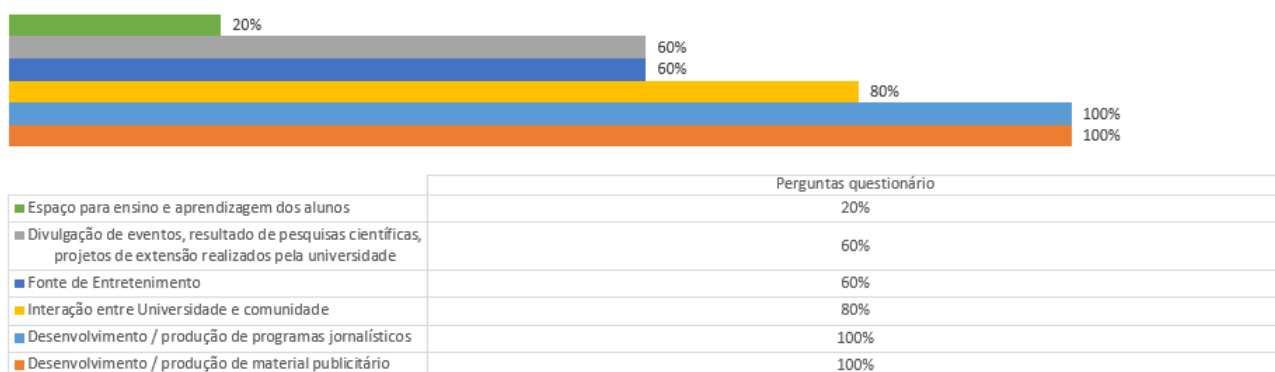


Fonte: Elaborado pela autora

A nona pergunta destinava-se às rádios que funcionam como laboratório. Questionava para quais os cursos a rádio oferece suporte? Para a rádio A, o espaço é mais utilizado pelos alunos dos cursos de comunicação social, mais especificamente são os alunos de radiojornalismo que fazem seus estágios supervisionados na webrádio. A rádio B é utilizada pelos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, sendo também informado pelo (a) coordenador (a) da emissora das disciplinas que utilizam o espaço como extensão da sala de aula, são elas: Introdução ao Rádio, Laboratório de Radiojornalismo, Laboratório de Comunicação Institucional e Laboratório de Produção em Mídias Eletrônicas I. A rádio C também utiliza a espaço como laboratório, mas apenas pelo curso de Jornalismo. E por fim, a rádio E compartilha o espaço com os cursos de Comunicação Social. Como citado anteriormente, a rádio D não utiliza o espaço como laboratório. Percebe-se que, mesmo algumas rádios envolvendo alunos de outros cursos, a utilização do espaço de forma efetiva e sistemática se dá pelos cursos de Jornalismo e Publicidade, talvez por oferecer disciplinas específicas que trabalham com o meio rádio, seja ele hertziano ou web.

As respostas da questão 10 justificam o uso dos alunos dos cursos de Comunicação, pois a pergunta era de múltipla escolha e vislumbrava entender/identificar as práticas desenvolvidas neste espaço.

Gráfico 4 – Práticas desenvolvidas na webradio



Fonte: Elaborado pela autora.

A partir do gráfico, percebe-se que as atividades mais exercidas nas rádios são o desenvolvimento e a produção de material publicitário (spots, jingles, vinhetas, programetes, chamadas...) e desenvolvimento e produção de programas jornalísticos. Ambas as opções foram assinaladas por 100% das webrádios, justificando assim, o espaço ser utilizado como laboratório por parte dos alunos dos cursos de Comunicação Social. Somado a isto, a Rádio UFPA tem um programa específico, o Espaço experimental, que vai ao encontro do que as rádios afirmaram nesta questão. O espaço na rádio tem o intuito de divulgar as produções dos alunos do curso de Publicidade e Jornalismo realizada nos laboratórios, com diversos formatos radiofônicos, sendo estes produzidos e editados pelos próprios alunos. Em relação ao desenvolvimento de programas jornalísticos, podemos notar que na rádio UFSC é muito forte o jornalismo esportivo, a partir dos programas: Bola na Trave, Ponto de Encontro, Núcleo de radiojornalismo Esportivo e Salto Alto FC. Na rádio Audioativo, também é forte o espaço para esse esporte com programas como Repórter Universitário, Prorrogação, Futebol e Mulher, alguns desenvolvidos em disciplinas de rádio e com temas voltados para o futebol ou assuntos gerais. Em quase todas as rádios há programas de cunho jornalístico e produções publicitárias.

A opção interação entre Universidade e comunidade representou 80% das respostas, revelando uma preocupação das webrádios em divulgar as produções e pesquisas da

Universidade com a comunidade externa. Esta preocupação é visível a partir da programação estabelecida pelas emissoras, contemplando muitos programas de debates, entrevistas, levando para os ouvintes as discussões de temas e assuntos de interesse coletivo. A rádio UFPA, por exemplo, tem um programa específico para debater o campo da educação além dos muros da Universidade, pensando e propondo ações a fim de melhorar a educação no país. Outro programa da mesma rádio que merece destaque é o UFPA Comunidade, pois é divulgado os projetos de extensão da Instituição, mostrando o que é produzido pela Universidade a partir do seu relacionamento com a população. A Rádio do Rio de Janeiro, Audioativo, também possui canais de comunicação com comunidade, a partir do programa ECOpress, voltado para os estudantes e profissionais da comunicação, com as notícias relevantes para a área e o programa Descamoufla que traz dicas de show na cidade. A Rádio UFSC também conta com programas que aproximam a Universidade da comunidade, com o Jornalismo em Debate e o Senta que Lá vem Notícia, sendo veiculadas informações com temas variados e de interesse da população em geral.

A Rádio Porto do Capim conta com vários programas direcionados para a comunidade, um deles é o Espaço Inclusivo, destinado para pessoas com deficiência visual e traz dicas, entrevistas e informações que objetivam a inclusão social, sendo um dos apresentadores deficiente visual. Por se tratar de uma rádio comunitária, busca cumprir o papel de dar voz e visibilidade à comunidade, a partir de um programa que aborda o tema da inclusão. O programa Direito achado no Porto aborda a questão dos direitos humanos e temas relacionados com a demanda da comunidade; o Programa Negrícia tem como princípio a valorização da cultura afro-brasileira e outros programas como Intercâmbio e Palco de Outrora também merecem destaque pelo seu conteúdo. Uma das características dos programas de rádio que Kaplún (1978) defendia é a identificação com as necessidades e os interesses da comunidade popular para a qual se dirige, fazendo com ela descubra essa realidade e interesses. Estes programas são exemplos de como as Universidades se aproximam da comunidade, trazendo assuntos relevantes para o debate e que possam ir ao encontro dos interesses da população, a partir de temáticas esclarecedoras.

A alternativa divulgação de eventos, resultados de pesquisas científicas e projetos de extensão ficou em terceiro lugar, juntamente com a opção fonte de entretenimento, que obtiveram 60% das respostas, o que mostra a importância da diversidade de temas e conteúdos abordados na rádio. Na rádio da Universidade do Pará, por exemplo, o programa UFPA Pesquisa promove a pesquisa científica e abre espaço para o diálogo de diversas áreas, apresentando as discussões temáticas de diferentes pesquisadores. A rádio Audioativo também

possui programas que divulgam pesquisas, tais como o Pesquisa Ativa e o Apoteose, que divulga eventos, principalmente voltados ao carnaval. A Rádio Porto do Capim também tem o programa Notícias Acadêmicas da UFPB, com um resumo das principais informações da universidade, bem como a rádio UNIFEI possui o Informativo UNIFEI, com notícias sobre o dia a dia da Universidade, eventos e demais assuntos acadêmicos. Torna-se interessante para as rádios divulgarem pesquisas, eventos e projetos, pois os programas de rádio, segundo Kaplún, para serem compatíveis com uma educação em que faça o indivíduo pensar devem estimular a inteligência, exercitar o raciocínio, levar a uma reflexão. Além disso, devem estimular um processo nos ouvintes e não apenas inculcar conhecimentos para ir à busca de resultados imediatos. As rádios analisadas, por serem rádios de Universidades Federais, em tese, possuem esse compromisso com a sociedade, produzir e estimular programas que estimulem o raciocínio e “colaborarão para que o ouvinte tome consciência de sua própria dignidade, de seu próprio valor como pessoa” (KAPLÚN, 1978, p.42).

Sobre o entretenimento, percebemos que a música é muito utilizada por todas as rádios, representando assim, uma das formas de entretenimento assinalada nos questionários. Outros programas envolvendo música e artistas locais/regionais, como o Som do Porto da Rádio Porto do Capim (explora o cenário musical independente), bem como programas que possuem o foco no cinema também podem ser considerados como fonte de entretenimento. A rádio UFPA é a única das rádios analisadas que dispõe de uma lista de interprogramas no seu site, com conteúdo variado, desde informações sobre o trânsito, saúde, segurança, dicas de livros, dicas para o verão, poesias, e muitos outros. Estes pequenos programas/programetes podem ser considerados como um espaço da rádio destinado para o entretenimento e de utilidade pública.

A opção “espaço para aprendizagem dos alunos” que foi pouco representativa, com apenas 20% das rádios, assinala esta função como condizente com a prática nas rádios. Pode-se arriscar dizer que, talvez seja até preocupante, por parte dos coordenadores, não estão visualizando este espaço de laboratório como um espaço para que alunos aprendam e compartilhem conhecimento com outros colegas, técnicos e professores que dividem o espaço. Até por que, de acordo com as respostas da questão 13, este cenário muda, pois 80% das rádios selecionaram a opção aprendizagem acadêmica como um dos benefícios do meio rádio. Podemos pensar como hipótese que essa percepção seja decorrente de pouco tempo que a maioria dos coordenadores dispõe à rádio. Isso não quer dizer que os alunos não se apropriem de forma autônoma desse espaço para a aprendizagem e troca de saberes.

A questão 11 remete, *a partir das práticas cotidianas, as características que o coordenador identifica na webradio da sua Universidade.*⁷¹ Os coordenadores podiam escolher mais de uma opção. Percebe-se que a opção pedagógica foi selecionada por todos os coordenadores (Gráfico 5), entendendo a importância do espaço como um incentivo ao processo de ensino e aprendizagem. A opção democrática e problematizadora foram assinaladas por duas rádios (A e D), entendendo que as práticas na rádio possibilitam o debate, a reflexão acerca de vários assuntos, sendo propícia para a troca de ideias e informações que possam ajudar os alunos, professores e comunidade a refletirem sobre os mais diversos assuntos, sendo eles acadêmicos ou relacionados à atualidade, de forma geral. A alternativa estética de vanguarda e experimentação foi selecionada apenas por uma rádio (C). As opções “interativa” e “outros” não obteve nenhuma resposta por parte dos coordenadores. Por se tratar de webrádios universitária, parece preocupante o fato dos coordenadores da maioria das rádios não identificarem nas suas rádios um perfil democrático, problematizador, interativo e de vanguarda.

Gráfico 5 – Características da webradio

	1	2
■ Outros	0%	0
■ Interativa	0%	0
■ Estética de vanguarda e de experimentação	25%	0
■ Problematizadora	50%	0
■ Democrática	50%	0
■ Pedagógica	100%	0

Fonte: Elaborado pela autora

A questão 12⁷² solicitava que a resposta anterior fosse justificada, ou seja, que fosse explicado o motivo da rádio ser considerada pedagógica, democrática, problematizadora, estética de vanguarda e de experimentação, interativa ou outros. A tabela abaixo mostra as respostas das rádios:

⁷¹ Esta questão e a próxima, que é continuidade, não foi respondida pela Rádio E.

⁷² Rádio E não respondeu

Tabela 14 – Respostas da questão 12

Rádio A	“Problematizadora porque alunos/alunas ali exercem a capacidade de refletir sobre o meio, sobre o fazer profissional e sobre a realidade em que vivem e na qual atuam como cidadãos/ãos; Democrática porque promove a parceria universidade, sociedade civil e a comunidade [nome da cidade], da qual homenageia com seu nome, de modo a discutir o que for sem ferir o Estatuto da webrádio; Pedagógica porque a webrádio é um laboratório também onde alunos/as de comunicação exercem seus estágios-supervisionados, praticando seu conteúdo teórico neste exercício de manter no ar a primeira webrádio da [nome da cidade/estado], sob a concepção de ser comunitária”.
Rádio B	“Como uma rádio institucional, desde sua criação voltada centralmente à popularização da ciência produzida na maior universidade da [nome da cidade], a Rádio Web desempenha claramente o papel de uma emissora pedagógica a partir do exercício diário da comunicação pública da ciência pelas ondas do rádio. Avanços e reconfigurações, entretanto, se fazem necessários, especialmente no que diz respeito à aproximação das outras vertentes relevantes apontadas na questão proposta - como construir uma narrativa mais problematizadora, desenvolver formatos e mecanismos que lhe garantam ser cada vez mais interativa e buscar uma estética de vanguarda com maior densidade de experimentação”.
Rádio C	“Pedagógica, pois tem servido quase que exclusivamente para a prática radiofônica dos alunos das disciplinas ligadas ao radiojornalismo e de experimentação pois não há interação com os demais cursos da universidade nem com a comunidade acadêmica, é utilizada ainda apenas como rádio laboratório”.
Rádio D	“Procuramos colocar os temas de forma a gerar reflexão sobre os mesmos. Divulgamos temas polêmicos a partir de visões críticas. Procuramos dar voz ao público, com espaços de entrevistas etc Adotamos uma postura que aponte para a educação do ouvinte/internauta, utilizando uma linguagem acessível”.

Fonte: Elaborado pela autora

A partir dos comentários dos coordenadores das rádios, nota-se que a opção pedagógica obteve 100% de adesão, revelando a preocupação dos mesmos em estabelecer a webrádio como um laboratório (conforme indicados por 80% das rádios), um espaço propício para colocar em prática o que é aprendido na sala de aula, principalmente dos cursos de Comunicação sendo o espaço considerado favorável ao ensino não apenas para os alunos/estagiários, mas também para os ouvintes. Sobre a rádio ser pedagógica, Kaplún (1978) já ressaltava a importância do meio rádio como educador, pois pode influenciar na

formação dos indivíduos e na competência de cidadãos envolvidos com a comunidade, como foi citado pelo (a) coordenador (a) da rádio A.

A opção democrática foi assinalada por duas rádios (A e D), ou seja, 50% da amostra, pois segundo os coordenadores, proporciona um debate ou interação entre a Universidade e a comunidade externa, leva assuntos de interesse coletivo, socializa o resultado de pesquisas realizadas na Instituição e promove participação popular a partir de espaços na web rádio. Neste aspecto, é de estranhar que em se tratando de web rádios, 50% dos entrevistados não identificaram um espaço para interação comunitária. O propósito de Kaplún ao afirmar que uma rádio deve ser democrática, é justamente no sentido de aproximar os interesses e realidades dos setores populares, que estes tenham acesso aos microfones, mas que o meio também provoque e consolide uma consciência crítica. É necessário pensar nas mensagens que estão sendo divulgadas, nos conteúdos e no direcionamento. É dirigido para quais setores? Apoiando quais interesses? A rádio D relatou sua preocupação neste sentido:

Procuramos colocar os temas de forma a gerar reflexão sobre os mesmos. Divulgamos temas polêmicos a partir de visões críticas. Procuramos dar voz ao público, com espaços de entrevistas etc. Adotamos uma postura que aponte para a educação do ouvinte/internauta, utilizando uma linguagem acessível (RÁDIO D, 2016).

As duas rádios (A e D) que assinalaram ser problematizadora, justificam a escolha por provocar aos alunos a reflexão sobre os seus lugares de fala e as possibilidades e as possibilidades de interação social, “porque alunos/alunas ali exercem a capacidade de refletir sobre o meio, sobre o fazer profissional e sobre a realidade em que vivem e na qual atuam como cidadãos/ãs” (RÁDIO A, 2016). Kunch (1986) já afirmava que o ambiente educacional, enquanto local de difusão da cultura e gerador de conhecimentos, deve interpretar os fatos a partir de um olhar cuidadoso do dia a dia, devendo, portanto, a educação e a comunicação andar juntas na construção de uma sociedade mais crítica, participando ativamente da construção de uma cidadania plena. Este pensamento de Kunch justifica também a prática das web rádios serem democráticas, pois faz com que o aluno tenha uma visão do seu lugar de fala, entendendo o meio rádio como um canal para proporcionar a reflexão e, possivelmente, incentivar futuras mudanças.

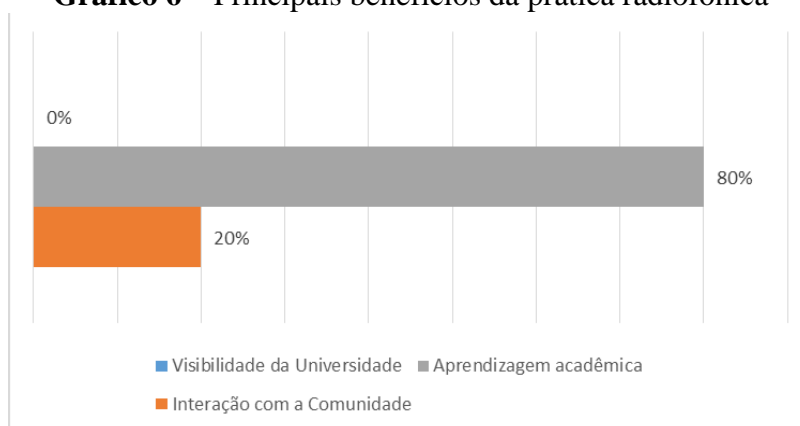
Podemos relacionar também, as práticas desenvolvidas nas rádios com a comunicação dialógica de Freire (1973), pois em qualquer uma das opções, o que é necessário para o seu funcionamento é o diálogo, o intercâmbio de saberes, sendo em torno de conhecimentos científicos, técnicos, experimental e comunitários. O diálogo conscientiza os sujeitos, traz a

possibilidade da problematização, da autonomia, da postura crítica. Pode-se inferir, que as práticas das webrádios analisadas oferecem este espaço, a partir do momento em que se consideram democráticas ou problematizadoras e também, por incluir os alunos/bolsistas na participação das decisões que dizem respeito a grade de programação e as pautas da emissora.

Nota-se, de acordo com as respostas, que as práticas de uma rádio democrática e problematizadora/questionadora são bem próximas, com fazeres similares, propósitos comuns e que propicia benefício mútuo, ou seja, tanto os sujeitos que estão participando ativamente do processo, como alunos, técnicos e professores, quanto de quem usufrui de alguma forma do conteúdo que é disponibilizado pelas emissoras, como por exemplo, os ouvintes.

A 13ª questão (Gráfico 6) questiona sobre os principais benefícios da prática radiofônica. As rádios A, B, C e E julgaram ser mais relevante, dentre as opções, apenas a aprendizagem acadêmica, representando 80% das escolhas. Somente a rádio D destacou a interação com a comunidade, representando 20%. Nenhuma rádio elencou a opção visibilidade da Universidade como importante, mesmo podendo ser escolhida mais de uma opção.

Gráfico 6 – Principais benefícios da prática radiofônica



Fonte: Elaborado pela autora.

Nesta questão, diferente da pergunta 10, nota-se a valorização da aprendizagem acadêmica como um dos principais benefícios da prática radiofônica. Tratando da pedagogia radiofônica, Kaplún defende que não se trata apenas de quanto se pode fazer na educação, mas de como fazer, apontando três caminhos para a educação: a educação com ênfase nos conteúdos, que não se enquadraria neste caso, pois se aproxima ao modelo bancário que Paulo Freire questiona como sendo reducionista pelo universo do educando; a educação com ênfase nos resultados, de modo que os meios de comunicação, neste processo, deveriam ser

utilizados de maneira persuasiva, a fim de convencer as pessoas a um determinado fim e, por último, a educação com ênfase no processo educativo, ou seja, que não se preocupa apenas com o conteúdo e o produto final, pois o que importa nesta fase é o processo como um todo, a interação entre as pessoas e a sua realidade, o desenvolvimento da capacidade intelectual e social. Busca-se a mudança de atitudes dos sujeitos envolvidos, mas não a mudança associada às novas tecnologias, e sim às mudanças sociais, como o fato das pessoas passarem a ter um senso crítico e político, deixarem de ser passivas ou conformistas e que passem a assumir posições pró-ativas e autônomas, promovendo a reflexão, a participação e a intervenção.

A 14ª e última questão era aberta e abordava os principais desafios e dificuldades encontrados na gestão de uma webrádio. A tabela abaixo sintetiza as respostas:

Tabela 15 – Dificuldades e desafios encontrados na gestão de uma webrádio.

Rádios	Comentário dos gestores
Rádio A	“Os desafios são o de adequar-se ao formato de webrádio. Temos poucos recursos tecnológicos à disposição para expandir nossas ideias. Portanto, as dificuldades recaem exatamente sobre essas limitações de a gente não poder fazer 'ao vivo', por exemplo, nenhum programa. A interatividade ainda é da rádio tradicional, estendida ao nosso site, ao facebook que temos etc.”
Rádio B	“A superação de ser apenas na web. Uma emissora de uma universidade [cidade] precisa estar também no espectro eletromagnético e, de preferência, em ondas de longo alcance. Essa nossa luta atual”.
Rádio C	“Dificuldades: Apoio da universidade, falta de verba e equipamentos adequados”.
Rádio D	“A falta de recursos da Universidade e a falta de servidores técnico-administrativos”.
Rádio E	“Falta de infraestrutura; ausência de recursos para material de expediente; rede instável; sem verbas para aquisição ou manutenção de equipamentos para prática radiofônica; desinteresse institucional, inclusive da

	Direção da unidade, em dotar de recursos o laboratório de rádio”.
--	---

Fonte: Elaborado pela autora

As respostas dos coordenadores evidenciam as dificuldades encontradas por eles no cotidiano das webrádios, desde a questão de se adequar a este novo formato, que transmite apenas através da internet e que conta com várias formas de interação, sendo muitas vezes, necessária também a presença em redes sociais para complementar a presença no mundo digital. A falta de apoio da própria universidade também foi citada por três rádios (C, D e E), se referindo a precária estrutura física e humana, como a falta de técnicos para suporte da rádio. Além destas questões, percebemos que algumas emissoras estão como webrádios por ainda estarem lutando para serem hertzianas, ou seja, esperando a concessão do governo, por acreditarem que assim, terão mais alcance, conforme relatou a rádio B.

A falta de verba para a aquisição de equipamentos também é uma demanda constante na fala dos coordenadores, bem como a rede de internet instável, o que prejudica diretamente o bom funcionamento da rádio.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da pesquisa do INEP, a respeito do número de Universidades Brasileiras que possuem rádio, identificamos que: das 63 universidades, 15 não possuem rádio AM, FM ou online; 29 Instituições contam rádios hertzianas e também possuem presença na internet; porém, apenas 08 Universidades possuem rádio com presença exclusivamente na internet. É um número relativamente pequeno, se comparado com o total de Instituições e com a velocidade que crescem as webrádios comerciais.

Neste contexto e como fim desta trajetória de pesquisa, faremos aqui algumas considerações partindo da problemática, dos objetivos gerais e específicos traçados no começo da pesquisa. Para tanto, é interessante recapitular o problema de pesquisa, que se dá a partir da investigação de como essas rádios universitárias atuam no campo da comunicação e da educação; Como se dá a organização e a gestão, o estabelecimento de métodos, procedimentos e ações entre os sujeitos envolvidos no processo das rádios que podem ser descritos e analisados na tentativa de aproximação do paradigma educacional? Qual a relação com a comunidade externa à Universidade e quais os espaços de interação e participação? Os educandos utilizam a rádio como um espaço dialógico, pedagógico e questionador?

Podemos constatar, a partir das descrições dos sites das webrádios, das análises da usabilidade das homepages e dos questionários enviados para os coordenadores, que as rádios assumem, prioritariamente, um papel pedagógico/educativo e por vezes democrático e/ou problematizador. Acreditamos que o cuidado com o desenvolvimento de práticas democráticas e questionadoras nas rádios deveria ser maior, visto que seu caráter é educacional e este espaço se configura, em tese, como um espaço pedagógico, incentivador do diálogo, de experimentação, da participação e do pensamento crítico.

Ao retomar os aspectos comunicacionais e educacionais, percebemos o quão próximos são esses caminhos, trilhados concomitante, no sentido de buscar uma educação comunicativa e uma comunicação educativa, lembrando Kaplun e Freire. As webrádios, oportunizando aos alunos um espaço pedagógico por servir como laboratório para as atividades das rádios, mostram que este meio de comunicação também é um espaço de socialização dos conhecimentos, pois eles também cumprem o papel de educar e são responsáveis pela participação na construção da cidadania.

Muitos dos aspectos analisados em relação à gestão e procedimentos das rádios dialogam com os princípios da educomunicação, tal como a diversidade dos conhecimentos, pois os sujeitos envolvidos no processo possuem saberes diferentes, não sendo caracterizado como saberes mais ou menos relevantes, mas sim, diferentes. Dessa forma, identificamos que, em função da reduzida carga horária dos coordenadores destinada à radio, os alunos desenvolvem as atividades de forma autônoma sem contar com a presença do professor, fazendo com que eles se organizem e façam a própria gestão do tempo e das atividades. Entendemos, em função das horas destinadas para a gestão das emissoras e do número de alunos e técnicos que oferecem suporte, que o processo de autoaprendizagem e de gestão autônoma é assumido pelos alunos, favorecendo o processo de autoaprendizagem e de trabalho em equipe. A gestão participativa é outro ponto da educomunicação que corrobora com os relatos dos gestores.

O fato de muitos programas abordarem aspectos comunitários evidencia a preocupação/cuidado das rádios com a inserção na comunidade, podendo se caracterizar como um espaço democrático, problematizador e de intervenção social. Baccega (2011) já defendia que o campo da comunicação/educação não se resume apenas a uma educação para os meios, para a leitura crítica destes, pois tem, especialmente, o objetivo de construir a cidadania, a partir de um mundo editado e criticado.

O espaço das webrádios também é considerado um laboratório, pois serve como uma extensão da aula, de modo que os alunos colocam em prática e socializam o que aprendem nas disciplinas. Os benefícios que surgem com a prática radiofônica revelam que a aprendizagem acadêmica, seguido da interação com a comunidade, são os pontos mais relevantes. Conforme relatos dos professores coordenadores, a grade de programação e as pautas são organizadas pelos próprios alunos, que se envolvem no processo de pesquisa, na busca de informações para a construção das pautas, tanto dos programas quanto dos interprogramas (programetes) que são veiculados e na reflexão coletiva de como este conteúdo será distribuído e/ou divulgado. Estas práticas também podem nos levar a considerar as webrádios como espaços abertos, criativos e colaborativos.

É notável o intuito das rádios, a partir da grade de programação, em abranger a população por intermédio dos programas de cunho educativo e social, destinado não apenas a comunidade acadêmica. A exposição de temas relevantes para o debate social propõe a reflexão e promove o diálogo, o debate a respeito de assuntos que merecem destaque e que são de interesse da sociedade. A socialização do conhecimento técnico e científico produzido, também foi entendido como algo comum entre as Universidades, não com a mesma

intensidade, respeitando as condições de produção e de recursos humanos/técnicos de cada uma, porém, notamos que a maioria, de formas distintas, disponibiliza espaços na programação com este intuito, de tornar público o resultado das pesquisas científicas, divulgar os eventos e os projetos que interessam a comunidade. Porém, não fica claro nas descrições dos programas se existe um espaço específico para que a população possa participar de forma direta ou se podem interferir diretamente nas pautas. O que ficou evidente é o espaço, tanto nos sites quanto nas redes sociais, a possibilidade de participação por intermédio do e-mail, telefone, comentários ou outra forma que o ouvinte desejar para se comunicar com a emissora.

Em relação à equipe das webrádios, percebemos algumas variações entre elas, pois algumas rádios possuem 2 alunos/estagiários, sendo a mais enxuta, e outras rádios contam com cerca de 20 alunos. O número de professores foi bem próximo em todas elas, em torno de 2 ou 3 em cada emissora. O número de técnicos também demonstra uma certa carência na equipe, pois não passava de 3 funcionários contratados, tendo a maioria das rádios 1 ou 2 profissionais para auxiliar. Estes números também comprovam as dificuldades relatadas pelos coordenadores, muitas vezes se referindo à precária estrutura física ou até mesmo, a falta de suporte técnico para as rádios. Acreditamos que a ausência de incentivos ou de investimentos se deva ao fato das Universidades ainda não crerem no potencial das transmissões exclusivamente pela internet, por confiarem/apostarem no rádio apenas se a transmissão for através de ondas.

Além disso, os desafios de se fazer uma rádio apenas no formato web também foi uma característica destacada no instrumento de pesquisa. Interessante observar que muitas rádios foram criadas recentemente, sendo 3 delas entre os anos de 2013 e 2015 e apenas duas mais antigas, nascidas nos anos 60 (inicialmente FM) e anos 90. Neste caso, podemos interpretar que são jovens emissoras, adaptando-se às mudanças tecnológicas e às possibilidades trazidas pela internet, aprendendo a partir das práticas diárias. Apesar da expansão da internet e dos avanços tecnológicos, as webrádios são pouco valorizadas, sendo muitas vezes, utilizadas como alternativa pela demora nas concessões fornecidas pelo governo. A grande vantagem do rádio na internet é a ausência de limites geográficos e a potencialização da expansão das emissoras, pois os ouvintes podem acessar as rádios nos seus celulares, *tablets*, *notebook*, sem depender de uma antena. Notamos que a dificuldade em se adaptar ao formato na web, reflete, conseqüentemente, na pouca utilização das redes sociais, pois esta serve como um canal de relacionamento entre a emissora e o ouvinte. Metade das fanpages estava desatualizada e alguns sites não disponibilizam as informações necessárias. Como hipótese, podemos pensar

que as novas formas de interação, novos formatos permitidos no rádio e as inúmeras maneiras dos ouvintes interagirem com as rádios, não são utilizadas na sua totalidade. Não basta estar presente com um perfil ou página nas redes sociais, é necessário oferecer manutenção, atualizar, postar conteúdo para que os ouvintes cheguem até a rádio através de outras plataformas, e sintam-se convidados a escutar, participar, interagir.

Quanto aos objetivos específicos definidos para a pesquisa, estes consistiam em: mapear as webrádios das universidades federais do Brasil; conhecer os usos, as apropriações, interações, as temáticas, os formatos e as funções das rádios na internet e analisar a especificidades das emissoras na internet a partir dos seus respectivos sites. Acreditamos que estes objetivos foram alcançados, pois o mapeamento das webrádios foi realizado em duas etapas - 2015 e 2016 - para que o resultado seja o mais fiel possível. A partir das descrições dos sites, buscou-se entender as temáticas abordadas pelas rádios, abrangendo desde assuntos educativos e culturais destinados para acadêmicos, professores e população em geral, como também percebemos que algumas rádios adotam determinados posicionamentos, podendo ser mais voltado para o âmbito esportivo, comunitário, educativo e de entretenimento. Mesmo alguns (poucos) sites estarem desatualizados, a usabilidade das rádios se caracterizou como adequada, sendo possível navegar pelas homepages e identificar os links, sem apresentar fatores que dificultem a navegação.

Em relação aos resultados obtidos na pesquisa, estes podem servir como referência para que outras webrádios analisem a maneira como é trabalhado o rádio na internet, as possibilidades que surgem a partir dos diferentes estilos de gestão, da configuração das equipes e da participação dos alunos nos processos e práticas das rádios. Neste cenário, é necessário que as Universidades deem mais valor para esta modalidade de rádio que se expande, é livre e não encontra limites geográficos na sua transmissão. O rádio na internet possibilita inúmeras formas de aproximação dos ouvintes e da comunidade a partir de formatos inovadores, criativos e abertos. É necessária uma expansão das rádios educativas no país, que tenham como propósito conectar as diferentes regiões, promover debates, incentivar a pluralidade nos temas, para que assim, o rádio sirva com o propósito inicial para a qual ele foi destinado: de ser educativo e conseqüentemente, se constituir como um meio democrático, educador e pedagógico. É necessário vislumbrar a webrádio como um meio transmidiático, descolado do formato de rádio baseado nas rádios AM'S e FM's, que vá além dos moldes tradicionais e que seja inovador nas suas práticas, que seja realmente democrático com as

ouvintes e que se estabeleça mais canais de comunicação direta, pois somente assim poderá acontecer o que a educomunicação propõe: uma verdadeira transformação social.

Deixo aqui registrado algumas indagações para que futuros pesquisadores possam complementar suas pesquisas a respeito das webrádios, ou até mesmo, para uma futura continuidade do presente trabalho, que se dá no âmbito da descoberta efetiva das motivações das criações das rádios, qual foi o real propósito? As webrádios educativas buscam promover a mudança social? Será que as rádios questionam o monopólio das rádios comerciais, da escolha das pautas e os conteúdos frente aos grupos de trabalho? É de interesse das emissoras promover reuniões com os ouvintes para questionar o que eles gostariam de ouvir? Existe o interesse das Universidades em aproximar os outros cursos da rádio, em promover a integração? Estas perguntas não faziam parte dos objetivos da pesquisa, mas surgiram a partir da evolução da mesma, se concretizando como dúvidas ou reflexões que podem ser respondidas em outro momento, ou podem servir para orientar e conduzir futuros trabalhos na área da educação e da comunicação envolvendo o meio rádio.

Do ponto de vista pessoal, este trabalho contribuiu muito para a pesquisadora, que está coordenadora da web radio UNIFRA, pois cada capítulo, cada parte da pesquisa requer um amadurecimento pessoal, acadêmico e profissional. O mestrado simboliza essa evolução, o regramento das leituras, a reflexão, a socialização dos conhecimentos para que o entendimento se torne concreto e a pesquisa seja possível de ser realizada. Ao longo desses 24 meses, o maior desafio foi sistematizar e conciliar o estudo com a prática docente, superar o cansaço para dialogar com os autores, pensadores do campo da educação, da comunicação e da educomunicação. Encerro este ciclo compreendendo a grandeza de uma pesquisa científica e assimilando a importância da socialização dos resultados, levando adiante o aprendizado para que este possa ser compartilhado com os sujeitos participantes da pesquisa, com alunos em sala de aula, na webrádio na qual a pesquisadora faz parte, em eventos/congressos e onde mais a internet e a vida acadêmica / profissional possibilitar.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Patrícia Horta. **Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre Comunicação e Educação**. São Paulo, 2007. Dissertação de mestrado. ECA-USP, 2007
- APARICI, Roberto. **Educomunicação para além do 2.0**. 1ª edição, São Paulo: SP: Paulinas, 2014.
- BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação & Educação: do mundo editado à construção do mundo**. Trabalho apresentado no V Simpósio de Comunicação do Centro-Oeste, Goiânia – GO, 1999. In: *Comum. Info.*, v. 2, n. 2, p.176-187, julho/dezembro, 1999.
- BACCEGA, Maria Aparecida. **A construção do campo**. *Revista USP*. São Paulo, n 48, p.18-31, dez/fev 2000:2001.
- BARBERO, JESÚS MARTÍN. Desafios culturais: da comunicação à educomunicação. IN: CITELLI, Adilson Odair; COSTA, Maria Cristino Castilho (orgs). **Educomunicação: construindo uma nova área do conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo: produção, ética e Internet**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- BENETON, Rosana; PIOVESAN, Angelo; FILHO, André Barbosa (ORGS). **Rádio: Sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004.
- BLOIS, Marlene M. **Rádio Educativo: Uma escola de vida e de cidadania**. In: *Rádio Sintonia do Futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004.
- BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. **Comunicação e educação: questões delicadas na interface**. São Paulo, SP: Hacker, 2001. 164 p. (Coleção Comunicação).
- BUFARAH Jr, Álvaro. **Rádio na Internet: desafios e possibilidades**. IN: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais. Porto Alegre, 2004.
- CITELI, Adilson Odair; COSTA, MariaCristino Castilho (ORGS). **Educomunicação: Construindo uma nova área do conhecimento**. 2ª edição. São Paulo, SP: Paulinas, 2011.
- CITELI, Adilson. **Educomunicação, imagem do professor na mídia**. 1ª edição, São Paulo: SP: Paulinas, 2012.
- CITELLI, Adilson. (org). **Dicionário de Comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014.
- CONSANI, Marciel. **Como usar o rádio em sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2015.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo, SP: Contexto, 2012.
- DEL BIANCO, Nélia. **E tudo vai mudar quando o digital chegar**. UNB–Universidade de, 2006.

DÍAZ BORDENAVE, Juan E. **O que é comunicação**. 30ª reimpressão 2005. São Paulo, SP: Nova Cultural, c1982. 105 p. (Coleção Primeiros Passos; 67).

DIEGUES, Vítor; COUTINHO, Clara Pereira. **WebRádio Educativa: Produção e utilização de Podcasts em experiências educomunicativas**. 2010.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.

FILHO, André Barbosa; CASTRO, Cossete. **O rádio de Mario Kaplún é o rádio do futuro – a aplicação da práxis de Kaplún como ferramenta para a inclusão digital**. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos.htm>. Acesso em 27 de abril de 2016.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** 8ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

FREIRE, Paulo. **Comunicação ou Extensão?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. 16. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

GAIA, Rossana Viana. **Educomunicação & Mídias**. Maceió: Edufal, 2001.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3ª edição, São Paulo: Atlas, 1991.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

GONTIJO, Silvana. **O livro de Ouro da Comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

GUARESCHI, Pedrinho A. **O direito humano à comunicação**. Pela democratização da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

ISKANDAR, Jamil Ibrahim. **Normas da ABN: Comentários para trabalhos científicos**. 4ª edição, Curitiba: Juruá, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª edição, São Paulo: Aleph, 2009.

KAPLÚN, Mário. Uma pedagogia da comunicação. In: APARICI, Roberto (org). **Educomunicação para além do 2.0**. São Paulo: Paulinas, 2014.

KAPLÚN, Mário. Processos Educativos e canais de comunicação. In: CITELLI, Adilson Odair; COSTA, Maria Cristino Castilho (orgs). **Educomunicação: construindo uma nova área do conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

KAPLÚN, Mario. Processos educativos e canais de comunicação: paradigma informacional impede o diálogo, base da apropriação do conhecimento, transformando educação a distância

em (in)comunicação. **Comunicação e educação**, São Paulo, v.14, p.68-75, janeiro/abril, 1999.

KENNEDY, Roseann; PAULA, Amadeu Nogueira de. **Jornalismo e publicidade no rádio** – como fazer. São Paulo: Contexto, 2013.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **Comunicação e educação**. Caminhos cruzados. São Paulo, SP: Edições Loyola, 1986.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. rev. ampl. São Paulo, SP: Atlas, 2012.

MARTINS, Nair Prata Moreira. **A web rádio e geração digital**. Trabalho apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, GP Rádio e Mídia Sonora, 2009, Curitiba-PR.

MARTINS, Nair Prata Moreira. **Webradio**: Novos gêneros, novas formas de interação. Trabalho apresentado no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, NP Rádio e Mídia Sonora, 2008, Natal-RN.

MARTINS, Nair Prata Moreira. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. Belo Horizonte: UFMG, 2008. 395p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

MAY, Tim. **Pesquisa Social: questões, métodos e processos**. 3º edição, Porto Alegre: Artmed, 2004.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. 2. ed. rev. Florianópolis, SC: Insular, 2007.

MELO, José Marques de; FERRARI, Maria Aparecida; NETO, Elydio dos Santos et al (orgs). **Educomídia alavanca da cidadania**. o legado utópico de Mario Kaplún. São Bernardo do Campo, SP: Editora Universidade Metodista de São Paulo, 2005.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. 2. ed. atual. ampl. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

MORIN, Edgar. **Educação e complexidade: os sete saberes e outros ensaios**. 3. ed. São Paulo, SP: Cortez, 2005.

MORIN, Edgar. **Educação e complexidade: os sete saberes e outros ensaios**. 3. ed. São Paulo, SP: Cortez, 2005.

NEUBERGER, Raquel Severo. **O rádio na era da convergência das mídias**. Cruz das Almas/BA: UFRB, 2012.

NIELSEN, Jakob e TAHIR, Marie. Homepage – 50 websites desconstruídos. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

NIELSEN, Jakob. **Projetando websites**. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2000.

NUNES, Roseli Pereira. **A educomunicação como ferramenta para trabalhar questões socioambientais na escola**. In: V Colóquio Internacional Educação e Contemporaneidade. 21 a 23 de setembro de 2011. São Cristóvão, Ceará. São Cristóvão, 2011.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo, SP: Summus, 1985. 117 p. (Novas buscas em comunicação; v. 3)

PACHECO, Alex. A estrutura da webrádio. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 2010. Disponível em <http://bocc.unisinos.br/pag/bocc-web.pdf>.

PERUZZO, Cicilia M. K. **Participação nas rádios comunitárias no Brasil**. In: XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação GT Cultura e Comunicação Popular, Recife-PE, 9 a 14 de setembro de 1998.

PERUZZO, Cicilia M. K. **O rádio educativo e a cibercultur@ nos processos de mobilização comunitária**. Trabalho apresentado no I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana, São Paulo, 2011.

PINHEIRO, Rose. **A educomunicação nos centros de pesquisa do país: um mapeamento da produção acadêmica com ênfase à contribuição da ECA/ USP na construção do campo**. Tese de doutorado. ECA-USP, 2013.

PORTO, Tania Maria Esperon (org). **Saberes e linguagens de educação e comunicação**. Pelotas, RS: Editora e Gráfica Universidade de Pelotas - UFPEL, 2001.

PRATA, Nair. A webrádio em Portugal. **E-Com**, v. 2, n. 4, 2009.

PRETTO, Nelson de Lucca; TOSTA, Sandra Pereira. **Do MEB à WEB**. O rádio na educação. Belo Horizonte: Autêntica editora, 2010.

PRÓSPERO, D. **Educomunicação e políticas públicas: os desafios e contribuições para o Programa Mais Educação**. São Paulo. 367 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2013.

RINCON, Juan Carlos Valencia. **La radio digital: uma demanda social o um nuevo escenario de las pugnas del capitalismo globalizado?** Signo y Pensamiento 52, v. XXVII, p.110 -118, janeiro/junho 2008.

SANTOS, Boaventura de Souza. **A Globalização e as Ciências Sociais**. 4ª. ed. São Paulo: Cortez, 2005

SANTOS, Luís António. **Rádio e Internet: o desafio pode ser começar de novo**. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade: Universidade do Minho (Portugal). In: Rádio no Brasil

e em Portugal. Trajetória e Cenários. Disponível em <https://blog.ufba.br/portaldoradio/bibliografia/livros-com-download-gratuito/>. Acesso em 08 de agosto de 2015.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educaomunicação**: um campo de mediações. Comunicação & Educação, ECA/USP. Nº 19, ano VII, 2000.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação, o conceito, o profissional, a aplicação**: contribuições para a reforma do Ensino Médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

SOARES, Ismar. Construção de roteiros de pesquisa a partir dos livros da coleção Educomunicação (Editora Paulinas). **Revista Comunicação & Educação**. Ano XIX, número 2, p-135-142. Jul/dez 2014.

SOUZA SANTOS, Boaventura de. **A Globalização e as Ciências Sociais**. 4ª. ed. São Paulo: Cortez, 2005.

SPADARO, Antonio. **Web 2.0**: Redes Sociais. São Paulo: Paulinas, 2003.

TEORIAS do rádio: textos e contextos. Florianópolis, SC: Insular, 2005. V. 1 (Coleção NP'S Intercom; 5)

TOSTA, Sandra Pereira; Pretto, Nelson De Luca (org). **Do MEB à WEB**: o rádio na educação. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

VIEIRA, Sonia. **Como escrever uma tese**. São Paulo, SP: Pioneira, 1991

YOSHIDA, Deisi Akemi Iha. **Rádio Web Universitária**: Artefato Tecnológico no Processo Educacional. Curitiba: Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2011, 124 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

APÊNDICE A – E-MAIL ENVIADO PARA OS COORDENADORES DAS RÁDIOS

Santa Maria, 07 de outubro de 2015.

Prezado Coordenador (a):

Olá, meu nome é Angélica Moreira Pereira, aluna do Mestrado Profissional em Tecnologias Educacionais em Rede (PPGTER) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM - RS), sob orientação da Profa. Dra. Rosane Rosa. O tema da minha dissertação é sobre as rádios web universitárias, potencialidades, limites e desafios. Além de fazer um mapeamento das rádios web nas Universidades Federais no Brasil, busco analisar quais são os usos e as apropriações das mesmas na perspectiva da educomunicação. Para tanto, solicito sua especial colaboração, no sentido de responder o questionário *on-line* a respeito das práticas desenvolvidas na rádio web a que você está inserido (a). O questionário é simples e rápido, basta clicar neste link <https://aangellrs.typeform.com/to/ZFAQV4> e depois no botão “prosseguir” (*Start*). Esclareço que suas respostas serão sigilosas e ficarão sob minha responsabilidade, os dados serão citados na pesquisa por meio de identificação fictícia (Radio A, B....).

Certa de poder contar com sua relevante participação, agradeço sua atenção.

Em caso de dúvidas, você pode fazer contato: angelica.pereira@unifra.br

Fone: 55 9985-5312

Cordialmente.

Angélica Moreira Pereira
Mestranda do PPGTER UFSM

Dra. Rosane Rosa
Professora Orientadora

APÊNDICE B

QUESTIONÁRIO APLICADO COM OS GESTORES DAS RÁDIOS WEB

Prezado Coordenador (a):

Olá, meu nome é Angélica Moreira Pereira, aluna do Mestrado Profissional em Tecnologias Educacionais em Rede (PPGTER) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM - RS), sob orientação da Profa. Dra. Rosane Rosa. O tema da minha dissertação é sobre as webrádios universitárias, potencialidades, limites e desafios. Além de fazer um mapeamento das webrádios nas Universidades Federais no Brasil, busco analisar quais são os usos e as apropriações das mesmas na perspectiva da educomunicação. Para tanto, solicito sua especial colaboração, no sentido de responder o questionário online a respeito das práticas desenvolvidas na rádio a que você está inserido (a). O questionário é simples e rápido, basta clicar no botão “prosseguir” (Start).

Esclareço que suas respostas serão sigilosas e ficarão sob minha responsabilidade, os dados serão citados na pesquisa por meio de identificação fictícia (Radio A, B....). Certa de poder contar com sua relevante participação, agradeço sua atenção. Em caso de dúvidas, você pode fazer contato: angelica.pereira@unifra.br | fone: 55 9985-5312

Cordialmente.
Angélica Moreira Pereira
Mestranda do PPGTER

- 1) Nome da Universidade?
- 2) Nome da rádio e data da fundação:
- 3) Além de coordenador da rádio você exerce outras funções na universidade?
- 4) Há quanto tempo você coordena a webrádio?
- 5) Qual a carga horária destinada à coordenação da rádio?
- 6) Quem e quantas pessoas atualmente trabalham na rádio?
- 7) Quem participou/participa da elaboração da grade de programação e da reunião de pautas? (Múltipla escolha)
 - () Alunos
 - () Professores
 - () Técnicos Administrativos
 - () Gestores da Instituição / Cursos
 - () Outros: _____
- 8) A rádio funciona como um laboratório?
- 9) Se sim, para quais cursos?
- 10) Selecione as opções que condizem com as práticas exercidas no rádio: (Múltipla escolha)
 - () Desenvolvimento / produção de material publicitário (spot, jingle, vinhetas, programetes, chamadas...);

- Desenvolvimento / produção de programas jornalísticos;
- Interação Universidade - comunidade;
- Divulgação de eventos, resultado de pesquisas científicas, projetos de extensão realizados pela Universidade;
- Fonte de entretenimento;
- Outros: _____

11) A partir das práticas selecionadas acima, quais as características que você identifica na webrádio de sua Universidade?

- Problematizadora;
- Democrática;
- Pedagógica
- Interativa;
- Estética de vanguarda e de experimentação.

12) Por favor, justifique sua resposta de acordo com as alternativas assinaladas na questão anterior a respeito da sua webrádio ser problematizadora, democrática, pedagógica, interativa, estética de vanguarda e de experimentação.

13) Na sua opinião, quais os principais benefícios da prática radiofônica?

- Visibilidade da Universidade
- Interação com a comunidade
- Aprendizagem acadêmica
- Outros: _____

14) Na sua opinião, quais os principais desafios e dificuldades encontrados na gestão da rádio web?

Muito obrigada pela sua atenção.

APÊNDICE C – CATEGORIAS DA USABILIDADE DAS HOMEPAGES

(Nielsen e Tahir, 2002)

<p>1) Informando o objetivo do site:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exibir o nome da empresa e/ou logotipo, em um tamanho razoável e em um local de destaque; 2. Incluir um slogan resumindo explicitamente o que o site ou a empresa faz; 3. Enfatizar o que o site faz de importante sob a perspectiva dos usuários, assim como a diferença entre seu site e dos principais concorrentes; 4. Enfatizar as tarefas de mais alta prioridade, para que os usuários tenham um ponto de partida definitivo na homepage; 5. Designar explicitamente uma página do site como a homepage oficial; 6. No Website da empresa principal, não usar a palavra “Website” para se referir a qualquer outro aspecto, exceto à totalidade da presença da empresa na Web; 7. Estruturar a homepage de modo diferente de todas as outras páginas existentes no site;
<p>2) Transmitindo informações sobre a sua empresa</p>	<ol style="list-style-type: none"> 8. Agrupar informações da empresa, como Sobre Nós, Relações com Investidores, Sala de Imprensa, Empregos e outras informações sobre a empresa, em uma única área reservada; 9. Incluir um link da homepage para uma seção “Sobre Nós”, que oferece aos usuários uma visão geral sobre a empresa e links para todos os detalhes relevantes sobre seus produtos, serviços, valores da empresa, propostas de negócios, equipe de gerenciamento e outros pormenores; 10. Para obter cobertura da imprensa para sua empresa, incluir um link “Sala de Imprensa” ou “Sala de Notícias” em sua homepage; 11. Apresentar uma face unificada ao cliente, em que o Website seja um dos pontos de toque em vez de uma entidade em si; 12. Incluir um link “Fale Conosco” na homepage, que acessa uma página com todas as informações de contato de sua empresa; 13. Ao fornecer um mecanismo de “feedback” (resposta), especificar o objetivo do link e se será lido pelo atendimento ao cliente ou pelo Webmaster, e outras informações pertinentes; 14. Não incluir informações internas da empresa (destinadas aos funcionários e que devem permanecer na intranet) no Website público; 15. Se o site reunir informações de qualquer cliente, é recomendável incluir um link “Política Privada” na homepage; 16. Explicar como o Website gera dinheiro se essa informação não estiver muito clara;
<p>3) Criação do conteúdo</p>	<ol style="list-style-type: none"> 17. Usar seções e categorias de rótulo, com idioma centrado no cliente, de acordo com a importância dessas seções e categorias para o cliente e não para a empresa; 18. Evitar conteúdo redundante; 19. Não utilizar frases eruditas nem dialeto de marketing que fazem com que as pessoas tenham um trabalho para descobrir o que está sendo dito; 20. Empregar letras maiúsculas e outros padrões de estilo com consistência; 21. Não rotular uma área nitidamente definida da página se o conteúdo

	<p>for suficientemente auto-explicativo;</p> <p>22. Evitar as categorias e as listas de marcadores de um único item;</p> <p>23. Utilizar espaços não-separáveis entre as palavras nas frases, que precisam permanecer juntas para serem vistas e entendidas;</p> <p>24. Usar somente o discurso imperativo, como em “Insira uma Cidade ou CEP” nas tarefas obrigatórias, ou qualificar a declaração adequadamente;</p> <p>25. Explicar o significado das abreviações, iniciais maiúsculas, acrônimos e segui-los imediatamente com as abreviações, na primeira ocorrência;</p> <p>26. Evitar pontos de exclamação;</p> <p>27. Empregar raramente todas as letras maiúsculas e nunca como um estilo de formatação;</p> <p>28. Evitar usar inadequadamente espaços e pontuação para dar ênfase;</p>
4) Revelando conteúdo por meio de exemplos	<p>29. Usar exemplos para revelar o conteúdo do site, em vez de apenas descrevê-lo;</p> <p>30. Para cada exemplo, disponibilizar um link a acessar diretamente a página detalhada desse exemplo, em vez de saltar para uma página de categoria geral a que o item pertence;</p> <p>31. Inserir um link para uma categoria mais abrangente, ao lado do exemplo específico;</p> <p>32. Indicar claramente quais links conduzem a informações de acompanhamento sobre cada exemplo e quais links direcionam para informações gerais sobre a categoria como um todo;</p>
5) Arquivos e acesso ao conteúdo anterior	<p>33. Facilitar o acesso aos itens apresentados recentemente na homepage, como nas duas últimas semanas ou no mês anterior, fornecendo uma lista das últimas apresentações e inserindo itens recentes em arquivos permanentes;</p>
6) Links	<p>34. Diferenciar os links e torná-los fácil de visualizar;</p> <p>35. Não usar instruções genéricas, como “Clique aqui”, como um nome de link;</p> <p>36. Não usar links genéricos, como “Mais...”, no final de uma lista de itens;</p> <p>37. Permitir links coloridos para indicar os estados visitados e os não-visitados;</p> <p>38. Não usar a palavra “Links” para indicar links existentes na página. Indicar a presença de links com sublinhado e cor azul;</p> <p>39. Se um link nada mais fizer do que ir para outra página da Web, como vincular a um arquivo PDF ou acionar um equipamento de áudio e vídeo, aplicativo de mensagens de e-mail ou outro aplicativo, certificar-se de que o link indique explicitamente o que acontecerá;</p>
7) Navegação	<p>40. Alocar a área de navegação principal em um local bastante destacado, de preferência imediatamente ao lado do corpo principal da página;</p> <p>41. Agrupar itens na área de navegação, de modo que os itens semelhantes fiquem próximos entre si;</p> <p>42. Não disponibilizar diversas áreas de navegação para o mesmo tipo de links;</p> <p>43. Não incluir um link ativo para a homepage na homepage;</p> <p>44. Não inventar termos para as opções de navegação de categorias. As categorias devem ser diferenciáveis entre si. Se os usuários não entenderem sua terminologia inventada, não conseguirão distinguir as categorias;</p> <p>45. Se existir um recurso de carrinho de compras em seu site, incluir um</p>

	<p>link para esse recurso na homepage;</p> <p>46. Usar ícones na navegação somente se ajudarem aos usuários a reconhecer imediatamente uma classe de itens, como novos itens, itens em liquidação ou conteúdo do vídeo;</p>
8) Pesquisa	<p>47. Disponibilizar para os usuários uma caixa de entrada na homepage para inserir consultas de pesquisa, em vez de oferecer apenas um link para uma página de pesquisa;</p> <p>48. As caixas de entrada devem ser suficientemente grandes para os usuários verem e editarem consultas padrão no site;</p> <p>49. Não rotular a área de pesquisa com um título, em vez disso, usar um botão “Search” (Busca/Pesquisa), à direita da caixa;</p> <p>50. A menos que as pesquisas avançadas sejam regra geral em seu site, forneça pesquisa simples na homepage, com um link para acessar a pesquisa avançada ou dicas de pesquisa, se existirem;</p> <p>51. A pesquisa na homepage deve pesquisar o site inteiro, por default;</p> <p>52. Não oferecer um recurso para “Pesquisar na Web”, na função de pesquisa do site;</p>
9) Ferramentas e atalhos para tarefas	<p>53. Oferecer aos usuários acesso direto às tarefas de alta prioridade na homepage;</p> <p>54. Não incluir ferramentas que não estejam relacionadas com as tarefas que os usuários costumam fazer no site;</p> <p>55. Não oferecer ferramentas que reproduzem funções do navegador, como definir uma página como página inicial default do navegador ou marcar um site;</p>
10) Gráficos e animação	<p>56. Usar gráficos para apresentar o conteúdo real, não somente para decorar a homepage;</p> <p>57. Rotular gráficos e fotos se os respectivos significados não estiverem claros no contexto da história que complementam;</p> <p>58. Editar fotos e diagramas adequadamente, segundo o tamanho de exibição;</p> <p>59. Evitar gráficos de marca d’água (imagens de plano de fundo com texto sobreposto);</p> <p>60. Não usar a animação para o único propósito de chamar a atenção para um item na homepage. Raramente, a animação tem um local na página porque distrai a atenção voltada para outros elementos;</p> <p>61. Jamais animar elementos críticos da página, como logotipo, slogan ou título principal;</p> <p>62. Permitir que os usuários decidam se desejam ver uma introdução animada de seu site – não deixar a opção de animação predefinida;</p>
11) Design gráfico	<p>63. Limitar os estilos de fonte e outros atributos de formatação de texto, como tamanhos, cores, etc. na página, porque o texto com design muito pesado pode se desviar do significado das palavras;</p> <p>64. Usar texto com muito contraste e cores de plano de fundo, para que os caracteres fiquem o mais legíveis possível;</p> <p>65. Evitar a rolagem horizontal a 800x600;</p> <p>66. Os elementos mais críticos da página devem estar visíveis “acima da dobra” (na primeira tela do conteúdo, sem rolar), no tamanho de janela mais predominante (800x600);</p> <p>67. Usar um layout fluído para permitir o ajuste do tamanho da homepage a diversas resoluções de tela;</p>

	68. Usar logotipos criteriosamente;
12) Componentes da interface com o usuário	69. Nunca utilizar componentes de interfaces como parte da tela em que as pessoas não deverão clicar; 70. Evitar utilizar diversas caixas de entrada de texto na homepage, principalmente na parte superior da página em que as pessoas geralmente procuram o recurso de pesquisa; 71. Usar raramente menus suspensos, principalmente se os itens neles contidos não forem auto-explicativos;
13) Títulos de janela	72. Iniciar o título da janela (com a palavra que resume a informação) geralmente pelo nome da empresa; 73. Não incluir o nome de domínio de nível superior, como “.com”, no título da janela, a menos que faça realmente parte do nome da empresa; 74. Não incluir a palavra “homepage” no título; 75. Incluir uma descrição resumida do site no título da janela; 76. Limitar os títulos das janelas a não mais do que sete ou oito palavras e a menos de 64 caracteres;
14) URLs	77. As homepages para Websites comerciais devem ter o URL http://www.empresa.com (ou o equivalente em seu país ou no domínio de nível superior não-comercial); 78. Para qualquer Website que tenha uma identidade conectada a um país específico, diferente dos Estados Unidos, usar o domínio de nível superior desse país; 79. Se disponível, registrar os nomes de domínio com grafias alternativas, abreviações ou erros comuns do nome do site; 80. Se existirem grafias alternativas de nomes de domínio, selecionar uma delas como a versão autorizada e redirecionar os usuários para essa versão a partir de todas as demais grafias;
15) Notícias e comunicados à imprensa	81. Os títulos devem ser sucintos, mas descritivos, para transmitir o máximo de informações com um mínimo de palavras possível; 82. Escrever e editar sinopses específicas de comunicados à imprensa e das novas histórias apresentadas na homepage; 83. Vincular o título, e não a sinopse, à história completa da notícia; 84. Desde que todas as novas histórias da homepage tenham ocorrido dentro da semana, não há necessidade de listar a data e a hora na sinopse de cada história, a não ser que seja realmente um item do noticiário de última hora, que tem atualizações frequentes;
16) Janelas pop-up e páginas intermediárias	85. Conduzir os usuários à “verdadeira” homepage quando digitarem o URL principal ou clicarem em um link para seu site; 86. Evitar janelas pop-up; 87. Não usar páginas de roteamento para os usuários selecionarem as respectivas localizações geográficas, a não ser que existam versões de seu site em diversos idiomas;
17) Publicidade	88. Manter os anúncios de empresas externas nas bordas da página; 89. Manter os anúncios externos (anúncios de empresas diferentes das suas) pequenos e o mais discreto possível em relação ao conteúdo central da homepage; 90. Se você posiciona anúncios fora da área de banner padrão, no início da página, rotule-os como publicidade, para que os usuários não os confundam com o conteúdo de seu site; 91. Evitar usar convenções para anúncios para acomodar recursos

	regulares do site
18) Boas-vindas	92. Não dê boas-vindas aos usuários no site. Antes que você renuncie ao patrimônio da homepage principal e a utilize para dar saudações, experimente usá-la para um slogan;
19) Comunicando problemas técnicos e tratando de emergências	93. Se o Website ficar paralisado ou partes importantes do Website não estiverem funcionando, informar claramente isso na homepage; 94. Ter um plano para lidar com o conteúdo crítico do Website, para o caso de uma emergência;
20) Créditos	95. Não desperdiçar espaço com créditos relacionados ao mecanismo de pesquisa, empresa de design, empresa do navegador favorito ou com a tecnologia utilizada por trás dos bastidores; 96. Limitar a exibição dos prêmios recebidos por seu Website;
21) Recarregamento e atualização de página	97. Não atualizar automaticamente a homepage para acionar atualizações para os usuários; 98. Ao fazer uma atualização, atualizar somente o conteúdo realmente modificado, como as atualizações de notícias;
22) Personalização	99. Se sua homepage tiver áreas que fornecerão informações personalizadas assim que você souber algo sobre o usuário, não disponibilize uma versão genérica do conteúdo para os novos usuários – crie um conteúdo diferente para esse espaço. 100. Não disponibilizar para os usuários recursos para personalizar a aparência básica da interface com o usuário da homepage;
23) Obtendo dados do cliente	101. Não fornecer links para registro na homepage; em vez disso, explique (ou, pelo menos, faça uma associação) as vantagens do registro para o cliente; 102. Explicar para os usuários os benefícios e a frequência de publicação, antes de solicitar seus endereços de e-mail;
24) Favorecendo uma comunidade	103. Se existir suporte para comunidades de usuários com bate-papo (chat) ou outros recursos para discussão, não apresentar links genéricos para esses recursos; 104. Não oferecer uma entrada em “Livro de Visitantes” para sites comerciais;
25) Datas e horas	105. Mostrar datas e horas somente para informações relacionadas ao tempo, como itens de notícias, bate-papos ao vivo, cotações e outros itens; 106. Mostrar aos usuários a hora da última atualização do conteúdo, não a hora atual gerada pelo computador; 107. Incluir o fuso horário utilizado, sempre que fizer referência a uma hora; 108. Usar abreviações padrão, como p.m. ou P.M. 109. Usar o nome do mês inteiro ou abreviações, mas não números;
26) Cotações de ações e exibição de números	110. Fornecer a porcentagem de mudança, não apenas os pontos ganhos ou perdidos em cotações de ações; 111. Explicar as abreviações das ações, a não ser que a abreviação seja totalmente explícita, como “IBM”; 112. Usar um separador de milhares adequado à sua localidade, para os números com cinco ou mais dígitos; 113. Alinhar os pontos decimais ao exibir colunas de números.

Categorias para estudo da usabilidade das homepages (Nielsen e Tahir, 2002)

APÊNDICE D

Questionários respondidos na íntegra

RÁDIO A

- **Nome da Universidade?**

- **Nome da rádio e data da fundação:**

- **Além de coordenador da rádio você exerce outras funções na Universidade?**
Sim, docente;

- **Há quanto tempo você coordena a webrádio?**
Eu passei a coordenação acadêmica e técnica a dois alunos e fiquei apenas como supervisora.

- **Qual a carga horária destinada à coordenação da rádio?**
Eu destino 4 horas/semanais à supervisão dos programas e contatos com alunos/as.

- **Quem e quantas pessoas atualmente trabalham na rádio?**
São 3 professoras; 20 alunos/as; um técnico; 1 coordenador técnico (aluno); 1 coordenador acadêmico (aluna); 1 supervisora.

- **Quem participa da elaboração da grade de programação e da reunião de pautas?**
Alunos, Professores

- **A rádio funciona como um laboratório?**
Sim

- **Se a rádio funciona como laboratório, para quais cursos ela oferece este suporte?**
para os cursos de Comunicação da [nome da Universidade]; porém, alunos/as de Radialismo fazem seus estágios-supervisionados na webrádio.

- **Selecione as opções que condizem com as práticas desenvolvidas na webrádio:**
Desenvolvimento / produção de material publicitário (spot, jingle, vinhetas, programetes, chamadas...);, Desenvolvimento / produção de programas jornalísticos;, Divulgação de eventos, resultado de pesquisas científicas, projetos de extensão realizados pela Universidade;, Interação Universidade - comunidade;, Fonte de entretenimento;

- **A partir das práticas selecionadas acima, quais as características que você identifica na webrádio de sua Universidade?**
Problematizadora;, Democrática;, Pedagógica;

- **Por favor, justifique sua resposta de acordo com as alternativas assinaladas na questão anterior a respeito da sua webrádio ser problematizadora, democrática, pedagógica, interativa e/ou estética de vanguarda e de experimentação.**
Problematizadora porque alunos/alunas ali exercem a capacidade de refletir sobre o meio, sobre o fazer profissional e sobre a realidade em que vivem e na qual atuam como

cidadãs/ãos ; Democrática porque promove a parceria universidade, sociedade civil e a comunidade [nome], da qual homenageia com seu nome, de modo a discutir o que for sem ferir o Estatuto da webrádio; Pedagógica porque a webrádio é um laboratório também onde alunos/as de comunicação exercem seus estágios-supervisionados, praticando seu conteúdo teórico neste exercício de manter no ar a primeira webrádio da Paraíba, sob a concepção de ser comunitária.

- **Na sua opinião, quais os principais benefícios da prática radiofônica?**
Aprendizagem acadêmica;
- **Na sua opinião, quais os principais desafios e dificuldades encontrados na gestão de uma webrádio?**
Os desafios são o de adequar-se ao formato de webrádio. Temos poucos recursos tecnológicos à disposição para expandir nossas ideias. Portanto, as dificuldades recaem exatamente sobre essas limitações de a gente não poder fazer 'ao vivo', por exemplo, nenhum programa. A interatividade ainda é da rádio tradicional, estendida ao nosso site, ao facebook que temos etc..

RÁDIO B

- **Nome da Universidade?**
- **Nome da rádio e data da fundação:**
- **Além de coordenador da rádio você exerce outras funções na Universidade?**
Sim, docente;
- **Há quanto tempo você coordena a webrádio?**
Há cerca de um ano, de maneira interina, após a transferência da coordenadora anterior e fundadora da rádio, profa. [nome], atualmente na [Universidade].
- **Qual a carga horária destinada à coordenação da rádio?**
A coordenação é dividida com outra professora do curso, profa. [nome], e de forma efetiva pode-se falar em duas horas de cada por semana.
- **Quem e quantas pessoas atualmente trabalham na rádio?**
Docentes de Comunicação: 02
Docente de Cinema: 01
Técnicos contratados: 03
Bolsistas: 06 de Comunicação (05 de Jornalismo e 01 de Publicidade e Propaganda), 01 de TI, 01 de Administração.
Voluntários (alunos): 03
- **Quem participa da elaboração da grade de programação e da reunião de pautas?**
Alunos, Professores, Técnicos Administrativos

- **A rádio funciona como um laboratório?**
Sim
- **Se a rádio funciona como laboratório, para quais cursos ela oferece este suporte?**
Comunicação Social - Jornalismo (Disciplinas: Introdução ao Rádio, laboratório de Radiojornalismo, Laboratório de Comunicação Institucional); Curso de Comunicação Social- Publicidade e Propaganda (Disciplina: Laboratório de Produção em Mídias Eletrônicas I)
- **Selecione as opções que condizem com as práticas desenvolvidas na webrádio:**
Desenvolvimento / produção de material publicitário (spot, jingle, vinhetas, programetes, chamadas...);, Desenvolvimento / produção de programas jornalísticos;,, Divulgação de eventos, resultado de pesquisas científicas, projetos de extensão realizados pela Universidade;,, Interação Universidade - comunidade;
- **A partir das práticas selecionadas acima, quais as características que você identifica na webrádio de sua Universidade?**
Pedagógica;
- **Por favor, justifique sua resposta de acordo com as alternativas assinaladas na questão anterior a respeito da sua webrádio ser problematizadora, democrática, pedagógica, interativa e/ou estética de vanguarda e de experimentação.**
Como uma rádio institucional, desde sua criação voltada centralmente à popularização da ciência produzida na maior universidade da [cidade], a Rádio Web desempenha claramente o papel de uma emissora pedagógica a partir do exercício diário da comunicação pública da ciência pelas ondas do rádio. Avanços e reconfigurações, entretanto, se fazem necessários, especialmente no que diz respeito à aproximação das outras vertentes relevantes apontadas na questão proposta - como construir uma narrativa mais problematizadora, desenvolver formatos e mecanismos que lhe garantam ser cada vez mais interativa e buscar uma estética de vanguarda com maior densidade de experimentação.
- **Na sua opinião, quais os principais benefícios da prática radiofônica?**
Aprendizagem acadêmica;
- **Na sua opinião, quais os principais desafios e dificuldades encontrados na gestão de uma webrádio?**
A superação de ser apenas na web. Uma emissora de uma universidade [região] precisa estar também no espectro eletromagnético e, de preferência, em ondas de longo alcance. Essa nossa luta atual.

RÁDIO C

- **Nome da Universidade?**
- **Nome da rádio e data da fundação:**
[nome da rádio], criada em 30 de outubro de 2012.

- **Além de coordenador da rádio você exerce outras funções na Universidade?**
Sim, docente,;
- **Há quanto tempo você coordena a webrádio?**
Três anos
- **Qual a carga horária destinada à coordenação da rádio?**
De acordo com a disciplina. 60h
- **Quem e quantas pessoas atualmente trabalham na rádio?**
2 alunos/monitores, 2 professores, 1 técnico
- **Quem participa da elaboração da grade de programação e da reunião de pautas?**
Alunos, Professores, Técnicos Administrativos,
- **A rádio funciona como um laboratório?**
Sim
- **Se a rádio funciona como laboratório, para quais cursos ela oferece este suporte?**
Apenas o curso de Comunicação Social/Jornalismo
- **Selecione as opções que condizem com as práticas desenvolvidas na webrádio:**
Desenvolvimento / produção de material publicitário (spot, jingle, vinhetas, programetes, chamadas...); Desenvolvimento / produção de programas jornalísticos,;
- **A partir das práticas selecionadas acima, quais as características que você identifica na webrádio de sua Universidade?**
Pedagógica, Estética de vanguarda e de experimentação,;
- **Por favor, justifique sua resposta de acordo com as alternativas assinaladas na questão anterior a respeito da sua webrádio ser problematizadora, democrática, pedagógica, interativa e/ou estética de vanguarda e de experimentação.**
Pedagógica pois tem servido quase que exclusivamente para a prática radiofônica do alunos das disciplinas ligadas ao radiojornalismo e de experimentação pois não há interação com os demais cursos da universidade nem com a comunidade acadêmica, é utilizada ainda apenas como rádio laboratório.
- **Na sua opinião, quais os principais benefícios da prática radiofônica?**
Aprendizagem acadêmica;
- **Na sua opinião, quais os principais desafios e dificuldades encontrados na gestão de uma webrádio?**
Dificuldades: Apoio da universidade, falta de verba e equipamentos adequados.

RÁDIO D

- **Nome da Universidade?**

- **Nome da rádio e data da fundação:**
[nome da rádio], fundada em 31 de março de 2015.

- **Além de coordenador da rádio você exerce outras funções na Universidade?**
Sim, docente,;

- **Há quanto tempo você coordena a webradio?**
Desde a sua inauguração

- **Qual a carga horária destinada à coordenação da rádio?**
2 a 3 horas por semana

- **Quem e quantas pessoas atualmente trabalham na rádio?**
Eu, mais 1 professor, 6 alunos bolsistas

- **Quem participa da elaboração da grade de programação e da reunião de pautas?**
Alunos, Professores,

- **A rádio funciona como um laboratório?**
Não

- **Se a rádio funciona como laboratório, para quais cursos ela oferece este suporte?**
Not answered

- **Selecione as opções que condizem com as práticas desenvolvidas na webradio:**
Desenvolvimento / produção de material publicitário (spot, jingle, vinhetas, programetes, chamadas...);, Desenvolvimento / produção de programas jornalísticos;, Divulgação de eventos, resultado de pesquisas científicas, projetos de extensão realizados pela Universidade;, Interação Universidade - comunidade;, Fonte de entretenimento,;

- **A partir das práticas selecionadas acima, quais as características que você identifica na webradio de sua Universidade?**
Problematizadora;, Democrática;, Pedagógica,;

- **Por favor, justifique sua resposta de acordo com as alternativas assinaladas na questão anterior a respeito da sua webradio ser problematizadora, democrática, pedagógica, interativa e/ou estética de vanguarda e de experimentação.**
Procuramos colocar os temas de forma a gerar reflexão sobre os mesmos. Divulgamos temas polêmicos a partir de visões críticas. Procuramos dar voz ao público, com espaços de entrevistas etc Adotamos uma postura que aponte para a educação do ouvinte/internauta, utilizando uma linguagem acessível.

- **Na sua opinião, quais os principais benefícios da prática radiofônica?**
Interação com a comunidade externa;

- **Na sua opinião, quais os principais desafios e dificuldades encontrados na gestão de uma webrádio?**

A falta de recursos da Universidade e a falta de servidores técnico-administrativos.

RÁDIO E

- **Nome da Universidade?**
- **Nome da rádio e data da fundação:**
- **Nível de escolaridade do coordenador da rádio?**
Título de Doutor
- **Há quanto tempo possui vínculos empregatícios nesta Universidade?**
Mais de 7 anos
- **Há quanto tempo você coordena a rádio web?**
Mais de 7 anos
- **Qual a carga horária destinada à coordenação da rádio**
De 5h até 10h
- **Você possui outra função na Instituição além de coordenador da rádio?**
Professor,
- **Quem e quantas pessoas atualmente trabalham na rádio?**
7 ALUNOS; 2 TÉCNICOS
- **Quem participou/participa da elaboração da grade de programação e da reunião de pautas?**
Alunos, Técnicos Administrativos,
- **A rádio funciona como um laboratório para qual curso?**
Comunicação Social
- **Selecione as opções que condizem com as práticas exercidas no rádio:**
Desenvolvimento / produção de material publicitário (spot, jingle, vinhetas, programetes, chamadas...), Desenvolvimento / produção de material ou programas jornalísticos, Veiculação de notícias institucionais , Meio de comunicação entre comunidade e Universidade, Fonte de entretenimento, Espaço para ensino e aprendizagem dos alunos,
- **A rádio participa com a cobertura ou divulgação de eventos, seminários ou ações que a Universidade promove?**
Às vezes
- **A rádio divulga pesquisas científicas e/ou projetos de extensão realizados pela Universidade?**
Frequentemente

- **Quais os principais benefícios desta prática radiofônica?**
Espaço de desenvolvimento, aprendizagem e produção acadêmica
- **Quais os principais desafios e dificuldades encontrados na gestão da rádio web?**
Falta de infraestrutura; ausência de recursos para material de expediente; rede instável; sem verbas para aquisição ou manutenção de equipamentos para prática radiofônica; desinteresse institucional, inclusive da Direção da unidade, em dotar de recursos o laboratório de rádio