

A reconfiguração da temporalidade da rádio na era da Internet

Isabel Reis*

Resumo: A rádio reflecte o nosso tempo e a forma como nos relacionamos com o tempo. Na Internet a rádio inaugura uma nova temporalidade. De todas as características definidoras do meio, a noção de tempo é, provavelmente, a que mais profundamente se alterou, o que também espelha o quanto se modificou a forma como hoje vivemos o dia-a-dia: acelerado e em “pause”; eterno e fugaz; episódico e contínuo. Os tempos mudaram e os tempos da rádio e dos seus ouvintes acompanharam essa evolução, estabelecendo não um tempo único, como antigamente, mas múltiplos tempos, uma profusão de horários, tendencialmente tantos quantos os ciberouvintes e os seus estados de alma. Nesta reflexão temos por objectivo abordar as transformações que a tecnologia e a sua apropriação pelo ouvinte operaram na temporalidade da rádio tradicional e na Internet, no ouvinte e no ciberouvinte.

Palavras-chave: rádio, temporalidade, Internet.

Do presente passado ao presente contínuo

O conceito de rádio está intimamente ligado ao conceito de temporalidade. É a temporalidade que define a rádio. A rádio é um meio efémero, fugaz, volátil, imediato, instantâneo, irrepetível, de fluxo contínuo, um meio do presente com linguagem no presente, o meio da informação do aqui e agora, do directo. Se dissermos que estas são as características definidoras da rádio, teremos dificuldade em reconhecer a rádio que vemos, lemos e ouvimos na *web*. A temporalidade é, sem dúvida, a dimensão que sofreu alterações mais profundas e radicais com a entrada da rádio na rede. É um factor que influencia todo o produto radiofónico na net desde os formatos, a narrativa e os géneros, à apresentação e disponibilização de conteúdos, ao seu consumo, sobretudo à forma como é consumido e que determina uma nova relação com a audiência. A nova

* Professora na Universidade do Porto (aisabelreis@gmail.com).

temporalidade obriga a uma reformulação do conceito de rádio na Internet, e de todo o processo radiofónico, da produção à recepção.

Se a Internet trouxe para os outros média uma das suas mais poderosas características, a imediatez e instantaneidade, para a rádio trouxe aquilo que no éter não era possível: a possibilidade de congelar o tempo e de se converter num imenso arquivo sonoro vivo. No ciberespaço os média partilham agora o mesmo tempo. A Internet colocou num mesmo nível a temporalidade dos média – algo que não era possível alcançar nos suportes tradicionais. E pôs num mesmo plano passado, presente e futuro reconfigurando-os no tempo. Directo e diferido coexistem e convergem até não se distinguirem, confundindo a própria noção de tempo real: o de cada ouvinte, o da rádio, o de todos os que ouvem naquele momento, ou o tempo real que os relógios registam? O que é o tempo real, princípio base para o conceito de rádio?

A rádio que temos hoje espelha a sociedade do fenómeno “multi”: múltiplos conteúdos, sejam generalistas, especializados ou hiperespecializados; múltiplos formatos; múltiplos dispositivos de escuta e plataformas de distribuição ou difusão, seja a hertziana, digital ou na Internet; múltiplos horários, hábitos e formas de escutar; múltiplas funções, públicos e modelos de negócio.

Fixar o som no tempo começou com os primeiros registos discográficos, mas na rádio o grande salto foi dado com o registo em fita magnética nos anos 40. A fugacidade convertia-se numa espécie de eternidade, o acontecimento fixava-se, permitia parar e voltar atrás, possibilitava a edição do som e a generalização do diferido. Os avanços tecnológicos possibilitaram à rádio deter o tempo dos acontecimentos e simultaneamente fazê-los perdurar para que as eras vindouras os recordassem e testemunhassem.

O registo e a posterior reprodução dos sons continuam a ser evanescentes no acto da escuta porque o ouvinte continua a não poder parar a emissão radiofónica nem voltar a ouvir. Desta forma a rádio mantém o seu carácter fugaz porque a emissão do som gravado decorre em tempo real, isto é, a emissão e a recepção continuam a ser simultâneas, um factor que para Meditsch (1999) é determinante para o conceito de rádio e que para Herreros define o próprio meio:

A rádio ganhou rapidez e imediatez graças à inovação técnica. A mudança tecnológica converteu-a em instrumento de espectáculo: mudança rápida de cenários, de vozes, ligações em directo a partir de qualquer lugar. (Herreros, 2001)

Uma rádio mais rápida, com mais diversidade e com mais ritmo para captar, seduzir e fidelizar a audiência. Se, por um lado, a técnica tornou possível registar um momento, parando-o no tempo para o transmitir em diferido, por outro lado, também permitiu encurtar o tempo entre a gravação, a emissão e a recepção, agilizando os meios de produção e emissão, tornando a rádio mais imediata e veloz na difusão da informação. Na recepção essa agilidade traduziu-se na cada vez maior portabilidade e qualidade de som dos receptores, desde a invenção do transistor até aos telemóveis dos dias de hoje. A portabilidade, outra das características da rádio, mantém-se com os novos dispositivos de escuta e o cada vez maior alcance das redes de Internet sem fios. Para Herreros,

o futuro da ciber-rádio e da rádio hertziana está nos terminais móveis, cada vez mais pequenos, portáteis e mais acessíveis, «terminais multimédia e multifuncionais» (2001) em que a rádio conseguirá ainda maior qualidade de som e oferecerá uma maior e melhor diversidade de conteúdos. A tendência prevista pelo autor em 2001 tem vindo a confirmar-se nestes dez anos.

A digitalização facilitou a incursão da rádio pela Internet e a elaboração de arquivos sonoros. Quando eram registados em fita magnética, o processo de arquivo era moroso (uma cópia do original demorava o tempo real da gravação), exigia espaço (para arrumar as grandes bobines de fita magnética) e exigia condições de conservação (a fita magnética decompõe-se facilmente e não dura para sempre). A conversão para o digital tornou o processo de arquivamento simples e rápido, sem ocupar espaço físico.

O aperfeiçoamento técnico na rádio não pode ser visto isoladamente. A rádio sempre soube aproveitar os novos equipamentos para se renovar ou reforçar aquilo que a distinguia dos outros média, vencendo desafios, crises e potenciais concorrentes. Ao longo da sua história, algumas das suas características, potenciadas pela evolução tecnológica, foram determinantes para superar a tão anunciada morte da rádio. Entre elas estiveram, desde sempre, a imediatez e a instantaneidade. Duas características comuns ao novo meio, a Internet, e absorvidas agora pelos outros média. Pela primeira vez, a rádio partilha a sua imediatez. Mas também, pela primeira vez, pode romper a barreira do tempo e tornar acessíveis os conteúdos que já foram para o ar e outros que não cabiam na programação contínua tradicional por limitações de tempo. E apresentá-los não em fluxo contínuo, o que obriga a um permanente apelo à atenção do ouvinte, mas em fragmentos compartimentados sujeitos à selecção do internauta. É uma nova concepção de temporalidade para o velho meio.

Na Internet, o directo é preservado na emissão hertziana que pode ser escutada na *web*, nas web-rádios que tenham emissão em contínuo e ainda em situações excepcionais (previstas e planeadas) informativas ou musicais, como um congresso, um jogo de futebol ou um concerto ao vivo. Mas, quando falamos de conteúdos fragmentados, falamos de conteúdos gravados e alojados para audição posterior. E esses são os conteúdos radiofónicos que predominam. Ainda não se abriram as possibilidades a múltiplas transmissões em directo para que o internauta possa escolher qual a que quer seguir. Mas também sabemos que isso implica meios técnicos, humanos e organizacionais que, neste momento, não o tornam possível. Enquanto isso, o directo está, geralmente, remetido ao simultâneo da emissão hertziana com a Internet.

Com o impulso das rádio-notícias, a programação é interrompida para uma informação relevante, dando, por vezes, início a emissões especiais sem hora para acabar. A rádio hertziana continua a preservar a instantaneidade e a imediatez embora, agora, enfrente cada vez mais a concorrência directa dos média *online*. A *web* detém agora a fugacidade da rádio (Martínez-Costa, 2001), talvez ainda não seja tão rápida, mas aproxima-se dessa imediatez que caracteriza o jornalismo radiofónico.

Mas, se os cibermeios apresentam como vantagem a rapidez, na Internet as notícias dos *sites* de rádio são, geralmente, as que já foram para o ar, o que ouvimos é a reprodução do que aconteceu e não do que está a acontecer (salvo se escutarmos a emissão hert-

ziana através da Internet). A notícia de última hora continua reservada à emissão tradicional, assim como a notícia ou a declaração em exclusivo. Neste campo, a política editorial das empresas ainda continua a dar prioridade ao velho meio em detrimento da Internet.

A rádio pode estar a deixar-se vencer pelos outros cibermeios na imediatez e na instantaneidade, características que sempre foram as suas. Mas, por outro lado, pode estar a ganhar uma batalha em que não participava, a de se tornar num arquivo vivo dos sons do mundo.

A convergência dos tempos

Na *web* a instantaneidade e a imediatez foram as duas grandes novidades e as mais-valias jornalísticas sobretudo para os jornais. Na Internet o jornal pode avançar com a notícia que só sai impressa no dia seguinte e a televisão pode mostrar de imediato aquilo que só iria emitir nos telejornais com hora marcada. Para a rádio nada disto é novo porque é, por natureza, um meio imediato e instantâneo.

Traquina (2002) define o imediatismo como um conceito temporal que se refere ao espaço de tempo que decorre entre o acontecimento e o momento em que a notícia desse acontecimento é transmitida. Enquanto outros valores, como a objectividade, continuam a provocar uma intensa polémica – “o valor do imediatismo reina incontestável” –, ainda mais com os cibermeios. Na cultura jornalística a notícia é vista como um bem altamente perecível e deteriorável, razões pelas quais se valoriza a velocidade na transmissão do acontecimento. O imediatismo combate a deterioração do valor da informação. E os jornalistas cultivam o valor das notícias “quentes”, de preferência “em primeira-mão”. Notícias “frias” são “velhas”, que deixaram de ser notícia (Traquina, 2002), uma máxima que na rádio é contabilizada ao segundo. A notícia de há uma hora é “velha” e já “caiu”, a do agora é “quente” e é a que abre o noticiário.

Com a Internet e as novas tecnologias, Traquina considera que na era audiovisual o valor do imediatismo dá primazia ao directo porque representa o estado puro do imediatismo. O factor tempo constitui o eixo central do campo jornalístico. Por isso, o autor conclui que no jornalismo a urgência é um valor dominante (2002).

No éter, a rádio habituou os ouvintes a dar a informação de última hora no momento em que acontece, muitas vezes a partir do local (já que os directos implicam poucos meios técnicos). É o “directo e ao vivo” – uma vantagem que foi explorada por diversas vezes em alturas de crise para a rádio ou em momentos históricos mundiais nos seus cem anos de vida. Momentos que faziam o ouvinte ficar de ouvido colado ao transístor para acompanhar a par e passo o que acontecia. Transmissões que influenciavam o próprio acontecimento e que o projectavam pela força do directo. Um desses exemplos é descrito por Roland Barthes acerca do Maio de 68 em Paris:

A palavra radiofónica colou ao acontecimento, à medida que se ia produzindo, de maneira ofegante, dramática, dando a ideia de que o conhecimento da actualidade já não é a partir de agora da ordem do impresso, mas sim da palavra. A história quente em elaboração, é uma história auditiva. (...) A palavra radiofónica não se limitava a informar os participantes acerca do próprio prolongamento da sua acção (a alguns metros de si) (...); pela compressão

do tempo, a repercussão imediata do acto, ela inflectia, modificava o acontecimento, numa palavra, escrevia-o: fusão do signo e de sua escuta, reversibilidade da escrita e da leitura. (Barthes, in Meditsch, 1999)

Acontecimento, narrador e ouvinte cruzam-se num mesmo plano temporal, o tempo presente do directo. Para os comunicadores da rádio é no directo que reside a magia e o fascínio do meio. É uma arma fantástica, escreve João Paulo Meneses (2003), que lembra que a rádio nasceu em directo; por isso, dar o acontecimento no momento em que acontece é uma questão genética. E é a possibilidade de estar/fazer o directo que verdadeiramente a distingue dos outros meios.

O directo, diz Herreros (2001), «é o grande espectáculo da rádio», é com o directo que «a rádio alcança o seu máximo esplendor», é a sua grande força, a sua melhor arma, porque permite também estabelecer uma comunicação viva e intensa com a audiência.

Schlesinger (1999) acredita que o directo faz parte da cultura profissional no jornalista de rádio porque há a ideia de que é através dele que se revelam os bons e verdadeiros profissionais. E é através dele que cada rádio ultrapassa a concorrência, ou seja, chegou primeiro, dá primeiro que todos os outros, independentemente da qualidade da informação jornalística. Esta constatação feita nos anos 70 permanece ainda hoje. E hoje, mais do que nessa época, devido ao aumento de directos nas rádios e nas televisões, se continua a questionar a eficácia do directo e o seu real contributo para o jornalismo ou para um jornalismo de qualidade.

Meneses (2003) enumera algumas características do directo radiofónico que são também as suas vantagens: espontâneo, próximo, simultâneo, imediato, mais comunicativo. Nas “coisas más”, como as classifica, cruzam-se as questões de conteúdo e as formais: o risco de instrumentalização/manipulação da informação; a calúnia/difamação; a alteração das prioridades jornalísticas; a incapacidade de ouvir a outra parte; e ainda é mais caro (por alguns dos recursos técnicos que implica); mais arriscado (pela possibilidade de falta de rigor); mais demorado (porque num directo é mais difícil controlar o tempo); mais imperfeito como comunicação (porque há menor capacidade crítica e de contextualização). Além de tudo isto, há ainda a considerar um outro factor que costuma pesar na opção ou não pelo directo: as condições técnicas (a possibilidade de ‘entrar’ ruído na comunicação, de o som não ser ‘limpo’, de a comunicação cair ou ter falhas, do som de fundo se sobrepor). São estes riscos que tornam o directo perigoso e suficientemente imperfeito para ser gerido com critérios guiados pelo bom senso em contraposição ao frequente abuso do directo, sem que haja critérios jornalísticos relevantes que o justifiquem. Apesar de ser a “grande força” e a “arma fantástica” da rádio, o directo no jornalismo comporta riscos que colocam em causa a sua eficácia.

Aquilo que se questiona é até que ponto o directo informa melhor o ouvinte. E se não houver mediação do repórter, até que ponto é jornalismo. Meneses (2003) dá um contributo baseado no bom senso, nos critérios de noticiabilidade radiofónica e nas limitações do meio rádio. O autor define quatro situações em que o directo deve ser considerado: situações de excepção; factos que não podem ser reproduzidos sob pena de se perder muito tempo entre a hora do acontecimento e a sua notícia; quando não

há tempo para gravar, devido a qualquer outra impossibilidade técnica, ou constrangimento das rotinas profissionais; uma reacção em cima da hora, um depoimento imediato ditado pela oportunidade.

O papel de mediador do jornalista é implícito a estes critérios: no directo cabe-lhe a função de contextualizar o acontecimento e descrever por palavras aquilo que não se ouve; só assim encarna a máxima de ser ‘os olhos e os ouvidos’ do ouvinte para que este se torne testemunha. Ou seja, o directo não pode ser apenas o ‘deixar correr a acção’, a acção deve ser o fio condutor da reportagem.

Para a audiência o directo representa uma experiência vivencial, a oportunidade de se transpor para o cenário do acontecimento. O ouvinte torna-se testemunha auditiva do acontecimento, vivenciando-o mesmo à distância. Estabelece-se como que uma ligação invisível entre o narrador e o receptor, uma cumplicidade, uma partilha de emoções facilmente detectável, por exemplo, nos relatos de futebol.

Uriel e Torres estudaram os relatos de futebol transcritos na Internet no *site* do diário *El Mundo*. Relatos não para serem ouvidos, mas lidos à medida que os jogos decorriam no relvado, e em que os utilizadores podiam simultaneamente escrever comentários. Constataram que este tipo de transmissão dos relatos ao vivo na rede conserva o estilo da retransmissão oral. A linguagem é a da rádio traduzida graficamente, de modo a perceber-se a emoção do grito de golo, por exemplo. E concluíram que há uma simbiose entre a rádio e a *web*:

Nas retransmissões ao vivo na rede convergem e convivem as características mais puras dos média tradicionais, como a narração oral da rádio, e parte do potencial comunicativo do novo cenário digital: a permanência da informação, da actualidade de última hora e as possibilidades de participação. (Uriel y Torres, 2004)

Graficamente, o golo é assinalado como um grito interminável, mas a emoção perde-se sem a expressividade da voz e do efeito de suspense enquanto se aguarda que o grito termine com o nome de quem marcou o golo. No texto saltam-se as letras para chegar rapidamente ao nome do jogador ou ao clube. O estilo pode manter-se, embora sem o impacto do relato oral.

O factor tempo está, pois, intimamente ligado ao jornalismo. O objectivo do jornalista é noticiar o mais recente e o que há de novo o mais depressa possível. A actualidade é um valor-notícia, um critério de selecção da informação que é construída sob pressão do tempo. A dimensão temporal está, então, presente em todo o processo de produção da notícia que engloba também as rotinas do dia noticioso.

«Se o campo jornalístico fosse um país, por exemplo chamado ‘Novaslândia’, a paisagem desse país estaria marcada por tudo quanto é sítio, pela presença de relógios» (Traquina, 2002) – uma forma de dizer que o factor tempo define o jornalismo, um tempo associado à actualidade. De resto, a imagem de Traquina é o retrato fiel da redacção de uma rádio que vive sob a pressão dos segundos.

Fontcuberta define a actualidade jornalística como «uma série de factos recentes ou imediatos difundidos através dos meios de comunicação social» (1999). O jornalismo

encontra a sua razão de ser em dois conceitos-chave: o acontecimento e a actualidade. Por isso, a autora considera que das cinco características fundamentais do discurso jornalístico, a actualidade é a primeira: «o objecto da notícia é o que acaba de se produzir, saber ou descobrir»; a segunda é a novidade: «o facto noticiável afasta-se da rotina quotidiana, é excepcional e transmite-se o mais rapidamente possível» (1999).

Traquina também elege a novidade como um conceito fundamental no jornalismo, porque, para os jornalistas, uma questão central é o que há de novo (2002). O factor tempo é um valor-notícia que assume três formas: a actualidade, a efeméride e uma outra mais estendida ao longo do tempo devido ao seu impacto. Esta categorização é idêntica à de Fontcuberta quando esta fala da duração da actualidade. A investigadora distingue quatro tipos de actualidade: as de curta, média e longa duração e a permanente. Esta última revela-se uma estratégia habitual dos média que criam espaços para inserirem reportagens mais alargadas sobre realidades que o passar do tempo não muda. Trata-se de um jornalismo mais contextualizado que, mais do que dar a notícia, se a há, procura ir além da actualidade. Esta opção editorial, que encontra espaço nos cibermeios, vem superar as limitações físicas dos média tradicionais: o tempo para a rádio e para a televisão; o espaço para os jornais. E permite o aprofundamento das notícias do dia-a-dia, conferindo aos factos aparentemente fugazes um carácter permanente e duradouro.

Embora o nome de “actualidade permanente” suscite a tentação de o transpor para a Internet, o conceito de Fontcuberta só se aplica, em parte, ao que presenciamos nos cibermeios, capazes de manterem uma notícia “velha” sempre acessível e de a recuperarem se a actualidade o justificar. Neste caso, tal como no conceito de Traquina para a notícia estendida ao longo do tempo, não encontramos características comuns com a notícia permanente na *web*. A razão fundamental está na mudança que a Internet está a operar na temporalidade. O tempo do jornalismo é agora outro.

Nos velhos e novos média os valores-notícia da actualidade e novidade são agora ainda mais prementes, a selecção dos acontecimentos acelera-se para acompanhar a velocidade da difusão da informação. Na produção o lema passou a ser o ‘dar depressa’, e na recepção o ‘saber a última’ a qualquer hora e em qualquer circunstância. Informação e velocidade confundem-se e tornam-se sinónimos com todas as vantagens e desvantagens que isso implica. De certa forma a história repete-se. As críticas feitas ao jornalismo radiofónico nos primórdios da rádio são as mesmas que se ouvem hoje sobre o ciberjornalismo: falta de confirmação dos factos, ausência do cruzamento de fontes, informações incorrectas ou incompletas, notícias falsas ou mal escritas na ânsia da última hora. No início do jornalismo radiofónico, as agências de notícias e os jornais alinharam pelo boicote às rádios, mas por pouco tempo. Por causa da nova velocidade da informação radiofónica, as agências e os jornais evoluíram e também eles absorveram uma nova temporalidade trazida pela rádio. É um cenário que facilmente encontra paralelo nos novos tempos mediáticos.

A par da rapidez, a evolução técnica proporcionou também o aumento do volume de informações disponibilizadas. Se por um lado há um consumo ávido da informação na hora, por outro lado não queremos perder o contacto com o que já passou e que, na altura, não pudemos ler, ver ou ouvir. Na Internet isso é possível e de forma cómoda,

rápida e eficaz, porque há a possibilidade de fixar o tempo em fragmentos sempre acessíveis.

A *web* está a mudar a noção de tempo jornalístico ao fundir o ontem, o hoje e o amanhã. O presente continua a ser o tempo das notícias, mais alargado, é certo, uma espécie de tempo presente em contínuo que reflecte o tempo social do viver o presente como se não houvesse passado, como se não houvesse amanhã.

O tempo dos média e o tempo social influenciam-se reciprocamente. Franciscato dá uma maior tónica à temporalidade jornalística ao considerar que ela afecta directamente a experiência social do tempo:

A experiência social do tempo vem sendo afectada directamente pela estrutura e actuação dos meios de comunicação, em particular a instituição jornalística. O fenómeno temporal é um componente essencial de uma definição de jornalismo e das relações que este desencadeia na sociedade. O jornalismo é uma prática social voltada para a produção de relatos sobre eventos do tempo presente. Ao fazer isto, o jornalismo actua de forma privilegiada como reforço de uma temporalidade social, enquanto produtor de formas específicas de sociabilidade. Consideramos o jornalismo uma criação institucional pela qual indivíduo e sociedade produzem a sua vivência social do momento presente. Situamos o jornalismo como uma das condições necessárias para esta vivência se realizar em alguns tipos de relações sociais. (Franciscato, 2004)

Para a nova temporalidade no jornalismo têm contribuído diversos factores, entre eles, a aceleração da velocidade de produção e distribuição do produto jornalístico, a estruturação de redes electrónicas e digitais, os novos suportes jornalísticos, a valorização do instante presente, as notícias em fluxo contínuo (Franciscato, 2007). Mas o principal factor é a interactividade porque acrescentou um novo actor aos produtores de informação: o leitor. O autor pensa no tempo jornalístico sob uma nova perspectiva, a da experiência do internauta activo que participa, se conecta com outros e contribui para o produto jornalístico na *web*.

A temporalidade modifica-se com a entrada do leitor na produção, porque o tempo de enunciação não é apenas o da produção, é também o da repercussão pública do acontecimento (Franciscato, 2007). Ou seja, o tempo em que a notícia permanece em debate, e é isso que a faz continuar no presente. Quebra-se a efemeridade da notícia que assume múltiplos presentes, a de cada leitor, e um presente contínuo na plataforma em que está disponível. Mas o presente do hoje é ainda o ponto de referência.

O jornalismo sempre dependeu da repercussão pública «como um factor para demarcar uma temporalidade», acrescenta o autor (2007); apesar de as transformações na Internet com a “arquitetura da participação” serem recentes, reforçam alguns aspectos que podem indicar uma mudança expressiva no jornalismo e na sua temporalidade: a presença do utilizador na construção do evento jornalístico, a temporalidade da experiência quotidiana do leitor, a temporalidade das práticas enunciativas.

Os espaços abertos à participação dos internautas, os blogues, os comentários, os *chats*, os fóruns são vistos por Franciscato como modalidades recentes da actividade jornalística na Internet que ampliam as possibilidades de experiências temporais do jor-

nalismo, embora o autor ressalve que nem tudo pode ser considerado jornalismo. Mais uma vez, fala-se de um conceito em construção:

Comentar é um acto enunciativo, um acto afirmativo de uma tendência a participar de debates públicos. E uma das novas faces da Internet é a abertura de novos canais de participação, não só pela troca de produtos e serviços, mas de opiniões e posicionamentos. Em resultado, proliferam comunidades de trocas, cresce a participação do usuário/leitor/consumidor na construção dos conteúdos. É neste horizonte impreciso, de potencial revigoramento das dimensões discursivas, que pode se localizar uma nova dimensão da actualidade no jornalismo. (Franciscato, 2007)

No jornalismo radiofónico o conceito de tempo presente é afunilado, não é tão distanciado como na imprensa ou na televisão, ou mesmo nos cibermeios, é um presente do agora. A notícia não se repete duas ou três horas depois, morre, outras lhe tomam o lugar. A noção de rapidez na produção é também ela mais acelerada pela cadência dos noticiários, ou pela possibilidade de não esperar por eles para dar a notícia.

Schlesinger estudou a relação dos jornalistas de rádio e televisão da BBC com o tempo na primeira metade da década de 1970 na perspectiva da produção de notícias. Desde logo concluiu que a notícia, do ponto de vista temporal, é altamente deteriorável, que o seu valor de utilização baixa rapidamente e que os jornalistas lutam diariamente com múltiplos. Estas ideias estão de tal forma incorporadas nas práticas jornalísticas que o autor considera que o conceito de tempo (imediato) e a prática estão interligados (1999).

Ao abordar o tempo e a notícia como forma cultural, Schlesinger foca uma ideia-chave para a rádio hertziana, a cadência, o manter o interesse vivo para o ouvinte, a variação de vozes, a hierarquização das notícias, os títulos, a tematização das notícias. E, acrescentamos nós, o recurso aos sempre apelativos “notícia de última hora” ou “notícia acabada de chegar à redacção” que acentuam o imediatismo do meio e chamam a atenção do ouvinte. A cadência, fulcral no éter, não faz sentido na Internet porque não há sequencialidade. Mas ambas, cada uma à sua maneira, funcionam em fluxo contínuo, no sentido de estarem sempre a dar novas notícias. Na rádio estão integradas numa sequência que é assinalada por uma estética sonora; na Internet são apresentadas isoladamente e são visualmente destacadas.

Da análise de Schlesinger, muito centrada na produção, ressalta a velocidade da informação dos meios electrónicos e, por inerência, a necessidade de o jornalista de rádio (ou televisão) ser rápido. A «urgência é um valor dominante, limitado pela tecnologia das comunicações» (1999). Era a realidade da rádio dos anos 1970; no século XXI as tecnologias encurtaram ainda mais os tempos da notícia: na acção, na selecção, na produção, na difusão e no consumo. Mas, de certa forma, também os alargaram ao prolongar a vida da notícia criando suportes e meios simples de acesso.

A actualidade e a novidade são dois dos critérios noticiosos radiofónicos que se sobrepõem a todos os outros exactamente por se adequarem mais às características do meio. A notícia é a notícia do momento, do tempo presente, do aqui e agora, do que está a acontecer ou acabou de acontecer.

Na rádio hertziana, o que é emitido já passou, não pode voltar a ser ouvido, a emissão não se repete nem volta atrás, é um produto perecível, fugaz. Na rede, a rádio anula essa característica com o diferido repetível, possibilitando a escuta a qualquer hora. Do meio efêmero e volátil a rádio transforma-se num arquivo sonoro, sempre acessível, pronto a ser escutado, à distância de um clique.

A actualidade e a actualização são a matéria-prima da informação jornalística da rádio. Na Internet também, mas o novo meio não dissolve as notícias no tempo, prolonga-lhes a vida nos conteúdos armazenados que se vão acumulando num arquivo sem limites de espaço e de tempo. Ao mesmo tempo que arquiva, vai constantemente actualizando o arquivo, possibilitando a construção de uma base de dados e de informações sem precedentes. Utilizando as ferramentas do novo meio e potenciando as suas características, o acesso é global, flexível e imediato. Mais do que acumular dados, o que importa é como chegar até eles. O que distingue a Internet em relação aos outros média não é essa acumulação, mas a possibilidade de esse arquivo ser imediato e global, reduzindo o espaço e o tempo a um momento (Canavilhas, 2004).

A Internet traz uma ruptura no tempo colocando no mesmo plano o passado, o presente e o futuro naquilo a que Canavilhas (2004) chama uma compressão do tempo entre o momento do acontecimento e o momento da pesquisa. Passado e presente partilham a mesma natureza; o passado torna-se presente no tempo na *web*, tal como o presente se torna passado quando transita para o arquivo. Temos então um passado-presente e um presente-presente.

Através de uma palavra-chave num motor de busca acede-se à informação de última hora, à de ontem, da semana passada, de há dois meses ou dois anos. Um novo factor para o jornalismo que tem na *web* a sua primeira forma de memória múltipla, instantânea e cumulativa (Palácios, 2002), uma memória contínua e não cronológica que fixa todos os momentos de um acontecimento (Canavilhas, 2004).

A notícia da actualidade, a novidade, prolonga-se no tempo: «A notícia perde a sua natureza perecível e ganha uma segunda vida, afastando-se do conceito-base que levou à sua produção: a novidade. Feita história, a notícia ganha novas propriedades e passa a constituir uma unidade de memória» (Canavilhas, 2004). O arquivo sonoro rompe com a fugacidade do meio e da audição em tempo presente e sincrónico ao da emissão, e a escuta torna-se assíncrona. O armazenamento de programas transforma a rádio num meio de oferta permanente com capacidade de repetição e, em consequência, aproxima-se dos média de consumo controlado e dirigido por cada ouvinte (Herreros, 2003). De uma narrativa linear e sequencial em fluxo contínuo da rádio hertziana passamos para uma narrativa multilinear e multi-sequencial na *web*, embora na net a rádio ofereça os dois produtos: a emissão contínua do éter e os fragmentos dessa mesma emissão apresentados em blocos áudio que são armazenados. O utilizador não só escolhe o que vai ouvir entre o que lhe é oferecido como escolhe o quando e o número de vezes que o vai ouvir, construindo a sua própria sequência. A ligação entre a rádio e o ouvinte modifica-se, aproxima-os e individualiza-se ainda mais.

Mais do que estreitar uma relação, trata-se de manter e captar audiências: as que naquele horário não puderam ouvir mas que, mais tarde, têm a possibilidade de o fazer.

Outra mais-valia é a de poder prolongar o tempo dos áudios e a quantidade de informação sonora, o que não seria possível por limitações de tempo na emissão ou ligadas à tolerância do tempo de audição radiofónica. Num e noutro factor, o que muitas vezes acontece é que no éter as emissoras dão a informação e remetem o ouvinte para o *site* na Internet para saber mais informação sobre o assunto, a entrevista ou a reportagem na íntegra, os relacionados, o dossiê, etc. São as próprias rádios que apelam ao ouvinte para se tornar num utilizador, acedendo na net ao que nas emissões tradicionais não há espaço/tempo para dar.

No éter sabemos que o ouvinte tem uma atenção que não é exclusiva e com duração limitada. Para apelar à escuta e criar ritmo, o jornalismo radiofónico aposta na multiplicidade de vozes e gere o tempo. Por isso as emissoras têm tempos médios para a duração dos sons, das peças jornalísticas, ou até dos noticiários, dando azo à cultura do *soundbit* – quanto mais pequeno melhor –, muitas vezes caindo no exagero do som-relâmpago que é mais ilustrativo ou decorativo do que portador de uma mais-valia informativa.

A atenção do ouvinte vai e vem, dependendo de factores externos ou da própria mensagem emitida. Partindo do princípio de que o ciberouvinte ao clicar num áudio o faz porque lhe interessa escutá-lo, a tolerância temporal tenderá a ser maior porque ouve apenas o que seleccionou. Embora possa parecer um raciocínio lógico, tem as suas fragilidades, conhecida que é a tendência da audiência para o *zapping* no áudio.

O *podcast* e o RSS, entre outras formas de distribuição de conteúdos áudio, mais do que estreitar relações com os internautas, permitem fidelizá-los. Não se procura uma grande audiência, mas satisfazer cada ciberouvinte para que seja fiel a um produto e dar-lhe a conhecer conteúdos afins. O objectivo é manter seguidores para tudo, fiéis, para quem ouvir não basta porque são consumidores multimédia. E se no éter rádio é som, na Internet tem de ser mais do que isso.

O tempo da rádio e o tempo da audiência

Os média estruturam o nosso tempo e o nosso sentido de tempo. Apropriam-se deles: todos os momentos são transformados em programas planeados e rotinizados, de forma a preencherem todas as horas do dia em fluxo contínuo, para que saibamos que o dia está cheio: aconteceu, está a acontecer, vai acontecer – a fórmula do *teaser* radiofónico: a rádio devolve-nos a noção do *never ending story*.

A rotinização do tempo da rádio confere-nos a segurança do futuro antecipado: sabemos o que vai ser notícia amanhã, e que o programa com que acordamos é aquele que amanhã de manhã nos vai despertar – a rádio ajuda a estruturar o nosso quotidiano, dá-lhe uma ordem, é-nos familiar, é um porto seguro sem que isso implique imobilismo. Os conteúdos da rádio, tal como a vida e o quotidiano, mudam de dia para dia, mas o que é estrutural permanece, é o ponto de referência, a “normalidade” a que se aspira.

A programação radiofónica, seja informativa seja de entretenimento, é baseada no tempo, um tempo medido em segundos, minutos, horas. É organizada em grelhas de programação divididas em períodos horários, dias da semana e épocas do ano. As grelhas são definidas em função dos níveis de audiência e do seu perfil. Por isso, há uma programação diferenciada ao longo do dia, assim como há uma programação diferen-

ciada para os sábados ou os domingos, tal como a programação no Verão é diferente da dos restantes meses do ano.

Os níveis de audiência definem os horários do *prime-time* das rádios, que correspondem aos horários mais escutados. E é nesses horários que as rádios mais apostam para “agarrar” a sua audiência. Cada período de emissão, sobretudo do início da manhã e final da tarde (os *prime-time* da rádio), tem uma programação definida ao segundo e sequencializada numa espécie de guião de emissão, aquilo a que se chama o formato *clock*, em que tudo o que vai para o ar é organizado numa determinada ordem para cada hora e em horários fixos pré-determinados. A função do *clock* é não apenas a de organizar os conteúdos e o tempo da emissão, mas também a de orientar o ouvinte no tempo da emissão, e por consequência no tempo real. Sabemos que ao sinal horário se segue o noticiário e que este acaba a uma determinada hora e que a seguir vem a meteorologia; assim como sabemos que ouvimos o trânsito quando passam X minutos da hora certa, tal como sabemos que aquela rubrica passa àquela hora e que antes, como é habitual, ouvimos a crónica do comentador que só vai para o ar naquele dia da semana. Este reconhecimento do horário da rádio funciona como um reconhecimento do nosso próprio tempo. Orientamo-nos pelo que ouvimos e orientamo-nos na nossa rotina: levantamo-nos com os títulos do noticiário, terminamos o pequeno-almoço ao mesmo tempo que o noticiário acaba, quando começar a crónica é hora de lavar os dentes, vestimo-nos durante a rubrica, saímos de casa quando acabarem as informações de trânsito; a definição ao segundo do *clock* acaba por definir também a rotina do ouvinte que, sem olhar para o relógio na pressa matinal, vai sabendo as horas pelos horários da rádio – pelo tempo da rádio que é também o seu.

A audiência não escolhe a ordem nem o que quer escutar, mas associa essa ordem ao tempo real e insere-a na sua rotina diária, mesmo que inconscientemente. O tempo da rádio é o tempo real do ouvinte e vice-versa. São os horários e as rotinas do ouvinte que estruturam a programação da rádio, o que facilmente se verifica com o progressivo alargamento do *prime-time* e com a frequência das informações de trânsito. A influência é recíproca.

O facto de a emissão ser contínua, 24 sobre 24 horas, também nos dá a noção da infinitude do tempo e do nosso tempo. O «modelo mecânico do tempo é a organização sequencial das actividades e dos acontecimentos» (Araújo e Duarte, 2007), tal como a organização da programação radiofónica. E, tal como o tempo, a emissão flui sem que possa ser detida. Aconteça o que acontecer, “a vida continua”, uma forma popular de dizer que o relógio não pára na vida e na rádio.

«O tempo da rádio replica o nosso tempo», escreve Hendy (2000), porque há uma ligação aos ritmos pré-existentes da vida moderna. A rádio não se ajusta apenas a esses ritmos e rotinas através do tempo, também ajuda “a tematizar os nossos dias” (2000). O tempo da rádio é entendido como mediador da nossa noção de tempo. Hendy acredita que é no tempo radiofónico que se encontra uma das fundações com que foi construído o intimismo da rádio – outra das características do meio – porque não há só uma identificação do ouvinte com a programação; ela entra na sua vida e dela faz parte, mesmo que inconscientemente. Uma vida partilhada com vozes, melo-

dias e notícias que se tornaram essenciais ao dia-a-dia e que espicaçam os sentidos e a imaginação.

Além do intimismo, por paradoxal que seja, construiu também a socialização. A simultaneidade na recepção insere o ouvinte numa comunidade de ouvintes: «(...) se estamos a ouvir ao mesmo tempo, isso significa que temos algo em comum: as nossas vidas têm a mesma relação temporal que outros ouvintes desde que eles tenham a mesma relação temporal com os programas que ouvimos» (Hendy, 2000).

Isto responde à necessidade humana de sincronia com a comunidade em que cada um se insere. A comunidade de ouvintes (de uma estação, de um programa, de uma voz ou de um apresentador) existe porque não há apenas uma satisfação dos seus gostos, necessidades ou expectativas, mas porque se identifica com aquilo que ouve num tempo que lhes é comum. Na rádio na Internet essa simultaneidade não existe, porque cada um define o seu horário, mas prevalece o que os une, isto é, a necessidade de partilhar as afinidades que conectam essa comunidade de ouvintes. Neste contexto a noção de partilha também se modifica: pode ser em tempos diferentes desde que se partilhe, e mais do que dar a conhecer aos outros é também participar e estimular a interactividade, ou seja, o contacto com e entre os outros e o objecto partilhado.

Scannel (1996) distingue o tempo standardizado (o tempo do relógio) do meu tempo (o tempo da minha vida); são duas temporalidades que correspondem a duas formas de estar, ambas mediadas pela rádio e também pela televisão. A transmissão radiofónica regula-se pelo relógio, mas vive para o meu tempo. «O tempo da rádio enfrenta o meu tempo e o dos outros. Cria o nosso tempo – o nosso tempo de estarmos uns com os outros no mundo – é um tempo de sentido colectivo: o que os preocupa, preocupa-me e não se trata apenas de um sentimento comum, é um mundo em comum que habitamos e todos partilhamos.» Esta concepção de Scannel transpõe-se facilmente para a rádio na Internet que, assumidamente feita a pensar no meu tempo, estimula e alimenta o nosso tempo através das ferramentas de partilha de conteúdos, nomeadamente as redes sociais.

Na *web* mantém-se o intimismo da escuta da rádio mas também a socialização, criando-se comunidades virtuais de ciberouvintes que, muitas vezes, são também os ouvintes que encontraram na net uma forma de se ligarem à sua rádio, participando, escrevendo, ouvindo. Comunicam com a rádio e entre si, conectando-se com outros cibercidadãos que partilham os mesmos interesses, que escutam os mesmos fragmentos da emissão disponibilizados na Internet.

Araújo e Duarte olham para a era actual como uma era em que o tempo desapareceu, consumido por uma vertiginosa aceleração e pelo seu total preenchimento, como se as 24 horas não chegassem para realizarmos todas as tarefas, tudo o que necessitamos, desejamos e a que aspiramos. Para as autoras, as sociedades tradicionais viviam o tempo numa concepção cíclica, hoje vivemos o tempo numa concepção fragmentada (2007) porque a própria vida é fragmentada. Uma forma episódica de existir, na concepção de Bauman (1995), para quem a maior parte das actividades da nossa vida tende a ser fragmentária, episódica, descontínua, uma mera colecção de acontecimentos desligados uns dos outros, e desligados do passado e do futuro. McLuhan (2008) entende a fragmentação como um instrumento de poder ao afirmar que a chave do poder ociden-

tal sobre o homem e a natureza assenta na fragmentação de todo o tipo de experiências em unidades uniformes, com o objectivo de se produzir mais rapidamente uma acção ou transformação das formas. McLuhan (2008) liga a coesão à cultura tribal oral que cria e mantém o indivíduo em comunidade, não o concebendo isoladamente. E liga a fragmentação à cultura letrada, berço do homem civilizado, «uma sociedade de indivíduos separados e iguais face a um código de leis escritas».

A fragmentação é uma realidade social pós-moderna dominada pela fruição/satisfação imediata, no presente do aqui e agora, e que, aliada à saturação da informação, conduz a uma avidez no consumo da informação, mas não necessariamente da sua assimilação: «O jogo da vida é rápido, omnívoro, devorando a atenção e não deixando um instante de pausa permitindo o pensamento. (...) o resultado global é o da fragmentação do tempo em episódios (...) O tempo já não é um rio, mas uma colecção de pântanos e tanques de água» (Bauman, 1995).

Ao fragmentar-se, a rádio apenas espelha essa nova realidade. Se por um lado continua a oferecer uma emissão (um tempo) sincrónica e sequencial para uma comunidade de indivíduos, por outro lado oferece uma emissão (um tempo) assíncrona para cada um dos elementos dessa comunidade, mas que não deixa de ser sequencial quando o ciberouvinte a ordena e a integra no seu tempo individual.

A simultaneidade temporal foi, e ainda é, uma necessidade social dos indivíduos. Significa “uma comunhão de ritmos” (Araújo e Duarte, 2007) partilhada por uma comunidade que se espelha também na rádio e na simultaneidade da recepção. A fragmentação dos conteúdos radiofónicos na Internet é a materialização física da recepção da emissão radiofónica. A escuta é fragmentada por si própria, o ouvinte não ouve nem memoriza o todo da emissão, do programa, do noticiário, da notícia, mas alguns pedaços. O consumo da rádio hertziana é já por si fragmentado, disperso e seleccionado – tal como se apresenta o produto radiofónico na Internet. A forma de escuta de ambos os produtos é também idêntica, embora na Internet o ciberouvinte organize os fragmentos que ouve num novo fluxo contínuo e linear para dar sentido ao que ouve e para construir um sentido com o que quer ouvir. Por outro lado a sequencialidade da emissão hertziana também corresponde à necessidade humana de, por vezes, se deixar simplesmente conduzir.

A linearidade organiza o nosso tempo e a forma como o preenchemos, dá-lhe um sentido de continuidade, um princípio, um meio e um fim. E dá-lhe também uma noção de sequencialidade, de que algo lhe sucede, como o rolar do tempo que passa. A necessidade humana de ordenar o tempo dentro de um contexto social e cultural é como que um imperativo inato:

Aprendemos a lidar com tudo aquilo que temos e desejamos fazer na nossa vida como se esta fosse uma linha na qual situamos as nossas acções (...) até a forma como conhecemos o mundo e o organizamos na nossa mente depende dessa ‘necessidade’ de sequência por isso, mesmo que os princípios da sequência, da ordem, e da sincronização sejam fundamentais, pressupõem a acção individual: é o indivíduo que se vê na obrigação de ordenar para poder concretizar. (Araújo e Duarte, 2007)

Ou seja, a opção é individual, mas determinada por aquilo que rodeia o indivíduo, porque é o contexto que influencia e determina as suas escolhas. O tempo individual reflecte a organização do tempo social.

O conteúdo do *clock* não é mais do que um conjunto de conteúdos fragmentados; mas no éter essa fragmentação é ordenada e sequenciada no fluxo contínuo de emissão. São esses fragmentos que são isolados e disponibilizados na Internet, consumando uma verdadeira fragmentação que é, de novo, sequencializada pelo ciberouvinte, por cada um.

Se até aqui era a rádio que dominava o ouvinte obrigando-o a seguir a sua ordenação sequencial, agora é o utilizador que pode controlar o que o meio lhe disponibiliza e que pode definir a sua própria ordem sequencial. Supera-se também a concepção linear do relato sequencial que integra pequenas cenas que podem unir-se ou não em relatos mais complexos segundo os desejos e interesses do utilizador. Portanto, o utilizador manifesta autonomia por um lado e vinculação sequencial por outro (Herreros, 1995). A sequencialidade e a linearidade mantêm-se na *web*, mas não constroem um único caminho como nas ondas hertzianas, mas vários, tantos quantas as vezes que forem ouvidos os diferentes fragmentos.

A rádio é um meio efémero, fugaz, volátil, evanescente, dilui-se no tempo. O tempo da rádio, como escreve Hendy (2000), replica o nosso tempo. O tempo da Internet espelha o nosso tempo, a forma como o gerimos e o encaramos. Um tempo fragmentado que reproduz a velocidade da informação ao mesmo tempo que a armazena com um potencial infinito. Mesmo que, mais tarde, não tenhamos tempo para ouvir, ler e ver.

Referências bibliográficas

- Araújo, Emília e Duarte, Ana Maria (2007), *Quando o Tempo Desaparece. Tempo e simultaneidade*. Porto: Edições Ecopy.
- Bauman, Zygmunt (1995), *A Vida Fragmentada*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Canavilhas, João (2004) "A Internet como memória", in <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-Internet-como-memoria.pdf> (consulta em Junho.2008).
- Franciscato, Carlos Eduardo (2004) "O Jornalismo e a reformulação da experiência do tempo nas sociedades ocidentais", in <http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2004/franciscato2004.doc> (consulta em Agosto.2009).
- Franciscato, Carlos Eduardo (2007) "A participação dos leitores na construção de experiências temporais no jornalismo *online*" in <http://www.adtevento.com.br/INTERCOM/2007/resumos/R1323-1.pdf> (consulta em Agosto.2009).
- Fontcuberta, Mar de (1999), *A Notícia*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Hendy, David (2000), *Radio in the Global Age*. Cambridge: Polity Press.
- Herreros, Mariano Cebrián (1995) *Información Radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Herreros, Mariano Cebrián (2001) *La radio en la convergencia multimedia*, Editoial Gedisa, Barcelona, pp. 178, 184-185, 223.
- Herreros, Mariano Cebrián (2003) "La rádio en Internet", in http://www.nebrija.com/eventos/dca/ciberperiodismo/Ponen_Cebrian_12-03-03.pdf (consulta em Maio.2007).
- Martínez-Costa, Pilar (2001) "Un nuevo paradigma para la radio", Sala de Prensa, Ano III, vol. 2, in <http://www.saladeprensa.org/art199.html> (consulta em Janeiro.2008).
- McLuhan, Marshall (2008) *Compreender os Meios de Comunicação – Extensões do homem*. Lisboa: Relógio D'Água.

- Meditsch, Eduardo (1999), *A Rádio na Era da Informação*. Lisboa: Minerva.
- Meneses, João Paulo (2003) *Tudo o que se Passa na TSE.. para um livro de estilo*. Porto: Edição Jornal de Notícias.
- Palácios, Marcos (2002) *Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate* in http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaoememoria.pdf (consulta em Agosto.2009).
- Scannel, Paddy (1996), *Radio, Television, and Modern Life*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd, Oxford.
- Schlesinger, Philip (1977), “Os Jornalistas e a sua máquina do Tempo”, in *Jornalismo: Questões, teorias e 'estórias'*, org. Nelson Traquina (1999), Lisboa: Vega, pp. 178-181.
- Traquina, Nelson (1999) *Jornalismo: Questões, teorias e 'estórias'*. Lisboa: Vega.
- Traquina, Nelson (2002) *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- Uriol, Maria José e Torres, Elvira García (2004) “La magia del fútbol ‘en vivo’ en la red”, in Blanco Alfonso, I. e Fernández Martínez, Pilar (coord.) (2004), *El lenguaje radiofónico: la comunicación oral*. Barcelona: Fragua.