

## **Potencialidades de uma web-rádio universitária: um estudo exploratório das percepções e preferências dos estudantes**

Teresa Piñeiro-Otero\* e Fernando Ramos\*\*

**Resumo:** A migração da radiofonia hertziana para a Internet oferece múltiplas potencialidades para as rádios universitárias que, na *web*, estão a registar um crescimento progressivo dada a emergência de novas formas de criação, emissão, difusão e partilha de conteúdos.

Este artigo apresenta os resultados de um estudo preliminar, de natureza exploratória, realizado com o objectivo de recolher elementos que permitam discutir o interesse e as características de uma web-rádio destinada à comunidade da Universidade de Aveiro.

O estudo incluiu uma revisão do estado da arte e um inquérito por questionário administrado a um grupo de estudantes. O artigo discute alguns aspectos conceptuais relativos à mediamorfose da rádio na *web* e ao papel das web-rádios universitárias e apresenta as principais conclusões resultantes da análise dos dados recolhidos através do questionário.

**Palavras-chave:** web-rádio, rádio universitária, mediamorfose, consumo mediático.

### **1. Introdução**

A utilização da rádio no âmbito da Universidade e, portanto, o aproveitamento das suas potencialidades para uma comunidade académica, não constitui um fenómeno recente. A primeira emissora radiofónica com estas características foi criada em 1919 na Universidade de Wisconsin (Faus, 1973).

Apesar do seu rápido aparecimento, a implantação das rádios universitárias foi menor do que, por exemplo, a das múltiplas publicações que se desenvolveram no contexto da comunidade universitária (Fidalgo Díez, 2009). Essa implantação conquistou,

\* Professora da Universidade da Coruña, Espanha (teresa.pineiro@udc.es).

\*\* Professor da Universidade de Aveiro (fernando.ramos@ua.pt).

no entanto, importância com a incorporação das novas tecnologias no processo de emissão/transmissão e a sua projeção através da Internet, além da aparição de novas formas de criação, emissão e difusão (Teixeira *et al.*, 2010). Efectivamente, desde que se registaram as primeiras iniciativas de rádios universitárias na *web*, em finais da década de 90, este fenómeno registou contínua expansão.

Neste sentido, o presente artigo apresenta os resultados preliminares de um estudo prospectivo, tendo por objectivo compreender a viabilidade de lançamento de uma web-rádio universitária na Universidade de Aveiro (UA). Este estudo está focalizado na tipologia de uso que os membros da comunidade universitária da UA fazem da rádio e da Internet, bem como nas potencialidades e opções de programação que os inquiridos consideraram relevantes numa plataforma de web-rádio para um ecossistema universitário.

## 2. As rádios universitárias

Falar de uma rádio universitária é tratar de uma tipologia de emissora que tem por principal público-alvo uma comunidade académica e que apresenta características próprias das rádios comunitárias e das rádios educativas. Estas emissoras podem representar projectos globais de carácter institucional ou estar relacionadas com iniciativas de entidades mais restritas (organizações de alunos, por exemplo) (Sauls, 1995).

O fenómeno da radiofonia universitária tem evoluído desde as primeiras estações de carácter experimental e hoje em dia apresenta, segundo Sauls, múltiplas configurações em função das suas opções de suporte tecnológico de difusão (FM, AM, Internet), de alcance (que pode ir desde um circuito fechado do próprio centro/universidade a uma comunidade de ouvintes mais ampla), de objectivos ou de modelos de gestão (para os quais Sauls propõe a classificação: *adviser model*, *student model*, *manager model*, *student/professional model*, *professional model*, *public affairs model*, *incorporate model*), entre outros.

Em relação aos conteúdos, as rádios universitárias têm assumido um papel inovador: «Desde os seus começos as rádios universitárias tiveram uma ‘herança rebelde’, a reputação de ‘ser diferente’, para contrariar tendências e contrariar tradições» (McClung *et al.*, 2003). Esta característica distintiva tem levado autores como Desztich e McClung a referir-se às rádios universitárias como clubes de elite por estarem fundamentadas numa cultura de independência, diferença e exclusividade (Desztich & McClung, 2007).

As rádios universitárias oferecem, frequentemente, aos seus ouvintes uma programação alternativa (Caton 1979 *apud* Sauls, 1998; Sauls, 1995), diametralmente oposta à veiculada pelas emissoras comerciais (Waits, 2008; Perona Páez, 2009). Nessa programação, tipo mosaico, tem lugar todo o tipo de géneros e temas, sempre em função dos três objectivos que Catón (*apud* Sauls, 1998) sublinha para uma rádio universitária: entreter, informar e educar. No entanto, apesar desta oferta diversificada, a “*Contemporary Hit Radio*” continua a ser a forma mais explorada (Perona Páez, 2009) e, portanto, aquela em que se focou uma grande parte dos estudos desenvolvidos em torno da programação destas emissoras universitárias (Rothenbuhler, 1987; Sauls, 1998 e 2000; Wall, 2007; McClung & Diesztich, 2007; Waits, 2008; Baker, 2010; entre outros).

Convém, no entanto, não ignorar o potencial educativo da rádio universitária. Teixeira *et al.* (2010) em sintonia com Merayo, Perona Páez e Veloso (2007 *apud* Teixeira *et al.*, 2010) consideram as rádios universitárias como uma categoria das rádios de vertente cultural e educativa, categoria que compartilha com outras tipologias de rádios como as comunitárias, populares, formativas, autárquicas e escolares. Estas tipologias têm em comum os seus objectivos não comerciais e a sua vocação social (Teixeira *et al.*, 2010).

Na perspectiva de rádio comunitária, as emissoras universitárias possuem uma relevante função aglutinadora dado fazerem parte de um ecossistema académico que as configura com determinadas características neste âmbito, como a proximidade ao seu público concreto, a sua desvinculação de um padrão comercial estático e a possibilidade de produção de conteúdo pelos próprios membros da comunidade (Caldeira & Simeone, 2006). Pesem embora as suas múltiplas configurações, é necessário assinalar que as emissoras de rádio universitárias têm como principal objectivo oferecer um serviço à comunidade, seja esta uma comunidade limitada exclusivamente a um *campus* ou tenha um âmbito mais alargado (Sauls, 1995).

As rádios universitárias participam na construção de identidades políticas, sociais e culturais; a sua proximidade às universidades – fontes de conhecimento novo – tornam-nas receptores e difusores da inovação e da tecnologia (Leão, 2007 *apud* Teixeira *et al.*, 2010).

Esta concepção de rádio universitária sofreu uma importante transformação em finais dos anos 90, tanto pela chegada da radiofonia *web* como pela crise de determinados elementos implícitos na estrutura e nos modelos de gestão dessas emissoras (Tremblay, 2003).

### 3. Do média analógico à *web*

Em termos gerais a migração da rádio hertziana para a Internet implicou uma renovação do produto sonoro que se enriqueceu com a incorporação de outros componentes inerentes ao ambiente digital. A mediamorfose (Fidler, 1997) radiofónica determinou a implementação das estratégias comunicativas noutras âmbitos não estritamente sonoros (González Conde, 2010), o desenvolvimento de um novo conceito de programação mais próximo da personalização de conteúdos (Albarran e Pitts, 2001), a perda de fugacidade e o favorecimento da criação e coesão de comunidades de ouvintes mais segmentadas (Priestman, 2002), com novas formas de participação baseadas na interactividade (Priestman, 2002; Tolson, 2006; Nyre & Ala-Fossi, 2008).

Para além da transformação do produto sonoro, outro dos elementos distintivos da web-rádio, de algum modo presente no meio analógico, é a possibilidade de um consumo *multitasking*, característica que adquire maior projecção no âmbito da Internet, onde os ouvintes podem desenvolver múltiplas tarefas dentro e fora da rede sem que a captação e entendimento das várias mensagens seja afectada (Trigo de Souza, 2003). A web-rádio «permite a sua fruição em conjunto com outro tipo de consumos (mediáticos ou não) e tarefas, ou seja, possibilita o *multitasking* (justaposição com outros média) e uma utilização multicontexto (móvel ou não, *online* ou não)» (Vieira *et al.*, 2010).

O fenómeno da radiomorfose, termo cunhado por Prata (2008) para fazer referência à mediamorfose radiofónica, reflectiu-se fundamentalmente nos géneros e na interacção, dois âmbitos interinfluentes que conformam a essência do *medium* na Internet alterando a natureza do conceito de radiodifusão (Cordeiro, 2004).

### 3.1. Os géneros

A radiomorfose traduziu-se na reconfiguração de uma mensagem exclusivamente sonora numa plataforma onde convergem elementos textuais e hipertextuais com outros de carácter audiovisual. Neste novo contexto a rádio parece ter perdido a sua vocação exclusivamente sonora e, com ela, o seu elemento diferenciador em relação aos restantes meios de comunicação (Barreiro Lima, 2001). No entanto, na web-rádio o elemento-chave continua a ser o som; um som que, ainda que seja complementado com outros elementos de carácter multimédia, deve estar dotado de sentido completo por si mesmo (Prata, 2008).

A migração da rádio analógica para a *web* também se traduziu no aparecimento de novas formas de distribuição de conteúdos que propiciaram uma alteração na concepção da programação radiofónica. Para além da difusão em *streaming*, a web-rádio incorpora novas formas de consumo *on demand* que favorecem a construção de uma rádio à medida do ouvinte/utilizador, que, segundo Portela (2006), questiona o conceito de comunicação de massas; este fenómeno foi denominado por Merayo (2001) como *self-communication* por contraposição à impessoalidade do meio radiofónico tradicional.

A rádio *on demand* flexibiliza a experiência do radiouvinte (Paz, 2007) ao mesmo tempo que, através da selecção de conteúdos *ad libitum*, constitui um relevante modo de fidelização dos ouvintes (Bufarah & Casper, 2010). Na Internet «o rádio viu a possibilidade de disponibilizar arquivos, de ganhar temporalidade, de estreitar a relação com o ouvinte ou usuário» (Alves, 2003). Esta nova concepção da programação permitiu ao meio sonoro superar a fugacidade que o caracterizava. «Diante da fugacidade da programação da rádio tradicional, a ciber-rádio conserva o difundido, de maneira íntegra, fragmentada ou selectiva (...) e permite ao utilizador aceder a documentos sonoros do seu interesse bastante tempo depois de terem sido produzidos» (Cebrián Herreros, 2009).

### 3.2. A interacção

A incorporação da rádio na Internet estreitou o relacionamento com o ouvinte através de novas formas de interacção, passando da participação via *e-mail*, próxima do modelo tradicional de participação telefónica, a outros modos mais próximos e instantâneos como, por exemplo, as redes sociais. A natureza multimédia da *web* permite ultrapassar os limites estabelecidos entre a rádio e os seus ouvintes; já não se pode falar de produtores e consumidores como sendo papéis separados mas, antes, que interagem em função de novas regras (Jenkins, 2006; Moreno *et al.*, 2009). Este novo relacionamento é marcado pelo facto de que, tal como sublinha Moares (*apud* Buffarah Junior, 2004), na rede não há espaço para receptores passivos.

Neste contexto os locutores de rádio devem assumir um papel activo para estabelecer novos relacionamentos com os ouvintes/utilizadores além do âmbito estritamente sonoro (Evans & Smethers, 2001; Vieira *et al.*, 2010). O próprio conceito de comunidade de radiouvintes adquire um novo cariz no âmbito da web-rádio, ao definir-se pelos seus interesses mais do que pela sua proximidade geográfica (Evans & Smethers, 2001). Segundo Kuhn (2001), a mediamorfose no meio sonoro permitiu resgatar algumas utopias adormecidas como a rádio interactiva, a rádio alternativa ou a rádio educativa, utopias que convergem e ganham relevância no âmbito da web-rádio universitária.

#### **4. Web-rádios universitárias: uma aproximação ao estado da arte**

As potencialidades que oferece a radiodifusão na Internet têm favorecido o aparecimento de múltiplas plataformas *online* com orientação educacional. Estas plataformas têm vindo a enriquecer a oferta tradicional com espaços multimédia complementares e outras funcionalidades (fóruns, blogues, *chat*, etc.) que, além de facilitarem a interacção emissor-receptor, anulam o carácter sequencial, a fugacidade e a verticalidade próprios da difusão analógica (Perona Páez, 2009). Estas características favorecem a sua utilização no âmbito universitário com uma multiplicidade de objectivos. Segundo Da Silva (*apud* Teixeira & Da Silva, 2009b), as rádios na *web* favorecem a criação e consolidação de comunidades virtuais de aprendizagem como plataformas de divulgação educativa e cultural.

Assim mesmo, a incorporação da web-rádio no âmbito da radiodifusão universitária favorece a conexão com as novas gerações de estudantes, pertencentes à geração dos nativos digitais (Prensky, 2001). De facto, tal como assinalam Rose e Lenski (2007) ou Baker (2010), os estudantes universitários configuram-se como os principais ouvintes/utilizadores da rádio na Internet, bem como dos diferentes serviços que esta veicula.

No seu *Rádio Dadá Manifesto*, Corbett (1993) fez referência à experimentação e ao papel educativo como dois elementos necessários em todas as rádios universitárias. Estas duas vertentes aparecem, aliás, tratadas, com maior ou menor incidência, nos estudos relativos à web-rádio no âmbito universitário. Por um lado, a experimentação das rádios universitárias com as possibilidades da Internet recebeu uma abordagem, fundamentalmente, do tipo estudo de caso (Wallace, 2008; Pessoa, 2008; Perona Páez, 2009; Teixeira *et al.*, 2008; Teixeira e Da Silva, 2009a; Costa Filho, 2009; Teixeira *et al.*, 2010; Baker, 2010; Machado Velho, *s/d*; entre outros). Por outro lado, apesar de as emissoras universitárias constituírem uma das tipologias mais conhecidas da rádio educativa, esta vertente é habitualmente secundarizada no *corpus* teórico relativo à radiofonia universitária em detrimento de outros aspectos. A atenção da maior parte dos artigos publicados centra-se nas novas possibilidades da distribuição de conteúdos sonoros, da interactividade e do hipermédia – fundamentalmente – na perspectiva do entretenimento, assim como na programação de tipo musical (de especial relevância no âmbito dos EUA: Wall, 2007; McClung & Desztich, 2007; Waits, 2008; Baker, 2010, entre outros).

Além disso, segundo Caldas (*s/d*), cada vez são mais numerosas as instituições de Ensino Superior que se têm interessado pela web-rádio como forma de difusão de infor-

mação pedagógica e como estratégia para horizontalizar a comunicação corporativa. É neste contexto que se baseia o estudo que dá suporte a este artigo.

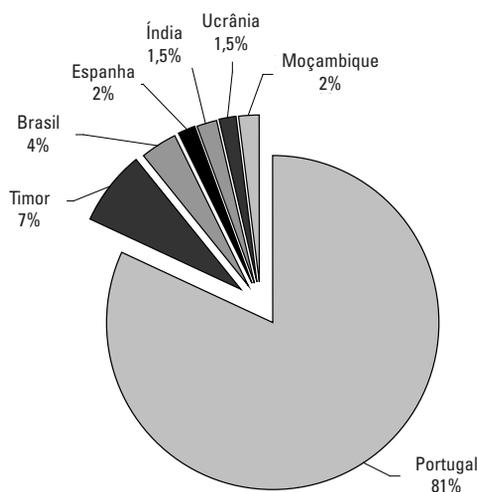
## 5. Metodologia

Com a intenção de estudar a viabilidade de criação de uma plataforma de rádio *web* na Universidade de Aveiro, considerou-se oportuna a realização de um estudo preliminar para determinar as suas possibilidades de desenvolvimento nessa comunidade académica bem como as preferências que os estudantes têm relativamente aos conteúdos. Para este estudo optou-se por uma metodologia de investigação de carácter exploratório e descritivo baseada num questionário sobre os hábitos de consumo dos meios de comunicação, com especial atenção ao meio radiofónico e à Internet, com o objectivo de compreender quais os padrões de consumo e quais as percepções e interesses que os utilizadores identificam quando questionados sobre a criação de uma web-rádio para a comunidade universitária.

Devido aos diferentes objectivos propostos neste trabalho exploratório, optou-se pelo estabelecimento de diferentes tipologias de questões (de resposta aberta, fechada, de uma única resposta, de resposta múltipla, de resposta sim ou não, com escala de Likert e de resposta hierarquizada) em função do tipo de resultados procurados: conhecer a realidade de consumo dos meios de comunicação (horas, dispositivos receptores, local de consumo, tipologia de conteúdos, etc.); as percepções dos ouvintes/ utilizadores (vantagens da web-rádio relativamente ao meio tradicional, oportunidades de uma web-rádio universitária para uma comunidade universitária, etc.); ou as suas preferências (emissoras de rádio preferidas, conteúdos de interesse para uma web-rádio da Universidade de Aveiro).

O questionário final baseou-se em 33 itens estruturados em cinco partes diferentes em função dos diferentes focos de interesse: dados pessoais, consumo de televisão, consumo de rádio, consumo de Internet e preferências e percepções em relação a uma web-rádio universitária. Esta última parte, que supõe uma prospectiva para a configuração desta rádio universitária (do ponto de vista do tipo de elementos multimédia e conteúdos preferidos pelos futuros ouvintes/utilizadores), baseou-se no estudo de Free (2005) que identifica como motivações de adesão à web-rádio a conveniência (horário, facilidade de acesso), a qualidade de conteúdos (com a possibilidade do enriquecimento do áudio com conteúdos multiplataforma) ou a diversificação das opções de programação, adaptada às máximas de informar, formar e entreter que, segundo Catón (*apud* Sauls, 1998), devem estar presentes na programação de qualquer rádio universitária.

Para efeito de validação, o questionário foi aplicado a um grupo de teste de cinco indivíduos (pertencentes à população objecto do estudo), o que permitiu melhorar a clareza das questões colocadas, bem como a consistência global da organização deste instrumento de recolha de dados. O questionário foi aplicado a um grupo de estudantes, dado que, segundo Rose e Lenski (2007) e Baker (2010), se configuram como os principais destinatários de uma web-rádio universitária. Esta circunstância é especialmente relevante no que se refere à vertente educativa, que foi considerada de grande interesse na concepção inicial desta investigação.

**Figura 1. Distribuição das nacionalidades dos estudantes que foram inquiridos**

Esta mostra, de um total de 55 sujeitos, estabeleceu-se tendo por base dois grupos diferentes de estudantes da Universidade de Aveiro: estudantes de pós-graduação em Comunicação (mestrado e doutoramento) e estudantes-investigadores, de várias áreas científicas, mas de nacionalidade estrangeira (Figura 1).

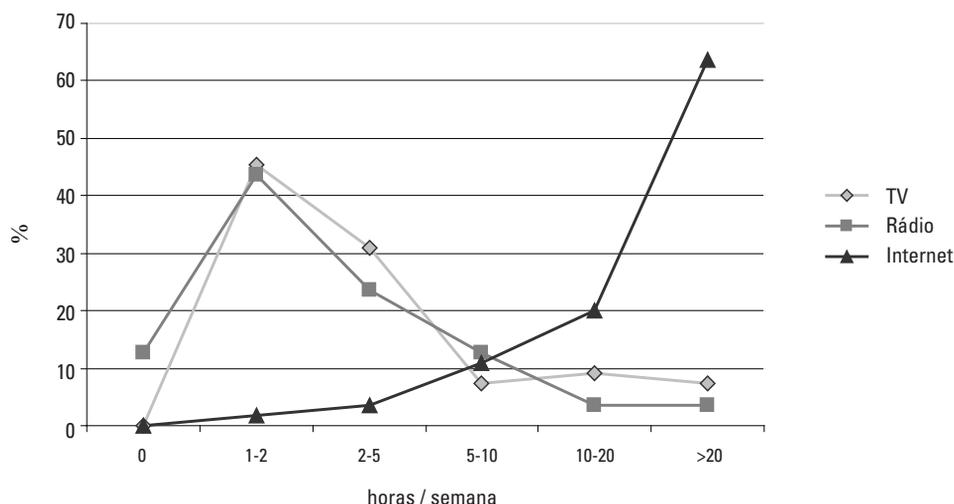
Estas duas amostras de conveniência foram seleccionadas atendendo a critérios diferentes. O primeiro grupo, composto por um total de 45 estudantes de pós-graduação em Comunicação (mestrado e doutoramento), deveu-se à consideração de que estes alunos – dada a sua área de especialidade – teriam um consumo activo dos meios de comunicação, bem como uma perspectiva bem informada sobre conteúdos e programação que poderia permitir enriquecer o questionário para uma fase posterior da investigação (destinada a uma amostra maior e estatisticamente representativa da comunidade universitária).

O segundo grupo, composto por um total de dez estudantes de pós-graduação estrangeiros (todos eles utentes da residência de pós-graduações da própria universidade), foi seleccionado pela importância que os estudantes-investigadores estrangeiros têm na Universidade de Aveiro, bem como pelo seu conhecimento de outras realidades socioculturais e, ainda, por poderem exprimir necessidades específicas resultantes da sua condição. Esta relevância levou à consideração de questões destinadas a cobrir algumas das necessidades deste grupo concreto que foram incluídas no questionário; por exemplo, o interesse de um programa de aprendizagem de Português (que dadas as potencialidades do meio *online* permitiria flexibilizar a metodologia e o contexto de ensino-aprendizagem).

## 6. Resultados

Os resultados deste estudo preliminar, com carácter exploratório, permitiram aprofundar o conhecimento sobre o tipo de consumo que os estudantes da Universidade de Aveiro fazem do meio sonoro (Figura 2).

Figura 2. Consumo semanal de televisão, rádio e Internet



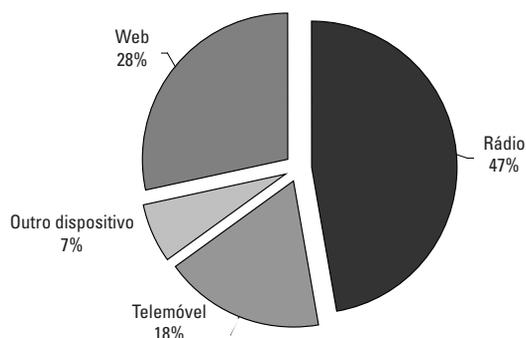
Constata-se que o tempo de consumo semanal de rádio tem um perfil de consumo mais próximo da televisão do que da Internet. A maioria dos estudantes dedica entre uma e duas horas de consumo semanal à rádio e à televisão, enquanto o valor para a Internet supera as 20 horas/semana. Esta diferença entre o uso do meio radiofónico e da Internet resulta particularmente relevante na perspectiva do *multitasking* e permite questionar a validade da hipótese de um consumo conjunto de ambos os meios. Efectivamente, apesar de os estudantes da amostra afirmarem realizar habitualmente diferentes actividades enquanto navegam na Internet (55% dos estudantes realizam outras tarefas enquanto navegam pela Internet várias vezes por dia, e 25% apresentam este consumo simultâneo com uma frequência diária), essa frequência decresce quando são questionados quanto ao consumo simultâneo de informação em formato áudio – rádio ou música: 27% dos estudantes consomem conteúdos de áudio enquanto navegam pela web várias vezes ao dia, 29% só desenvolvem ambas as tarefas de modo simultâneo algumas vezes e 27% nunca ou raramente apresentam esse consumo conjunto.

A menor frequência na utilização conjunta da rádio e da Internet revela um consumo do meio radiofónico mais próximo da rádio convencional do que da web-rádio. Esta circunstância confirma-se no que respeita à tipologia de receptores mais utilizados pelos estudantes assim como quanto ao local onde, habitualmente, escutam a rádio.

### 6.1. Acesso ao meio radiofónico: receptores e locais mais frequentes

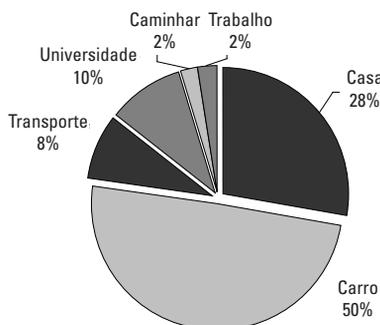
Os aparelhos de rádio tradicionais (por exemplo os auto-rádios) continuam a ser os receptores preferidos pelos estudantes para o consumo de rádio (47% dos casos), seguidos da Internet (28%) (Figura 3). De facto, convidados a seleccionar um receptor de rádio por ordem de preferência numa escala de de 1 a 3, a *web* posicionou-se como a segunda opção na maior parte dos casos, ocupando o telemóvel o terceiro lugar.

Figura 3. Tipologia de receptores em que os estudantes inquiridos costumam ouvir rádio



Esta tendência reflecte-se, de algum modo, no tipo de local onde é mais frequente o consumo de rádio (Figura 4). O facto de somente 12% escutarem a rádio no seu contexto de estudo ou de trabalho (10% e 2% respectivamente) sublinha a ausência de complementaridade entre o consumo do meio sonoro e a Internet. Não obstante, 60% dos interrogados costumam escutar a rádio *in itinere* (carro 50%, transporte público 8% e a pé 2%), uma preferência que reforça a ideia da rádio como uma forma de companhia.

Figura 4. Locais em que os estudantes inquiridos costumam ouvir rádio



## 6.2. Preferências de uso de uma emissora concreta

No que se refere à preferência por uma emissora de tipo radiodifusão, cerca de 70% dos ouvintes de rádio interrogados (87% do total da amostra) declaram-se utilizadores habituais de uma rádio em concreto (figura 5). Esta percentagem inverte-se no caso da rádio em Internet, onde somente 28% dos ouvintes/utilizadores regulares confirmam a sua preferência de audição regular de uma dada web-rádio (Figura 6).

Figura 5. Percentagem de estudantes inquiridos que são ouvintes habituais de uma emissora concreta

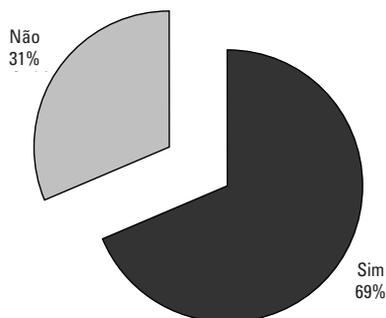
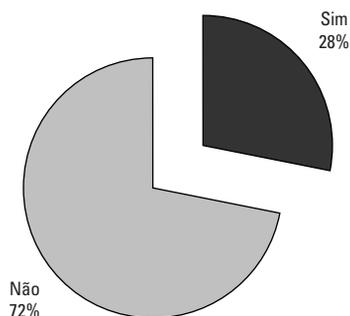


Figura 6. Percentagem de estudantes inquiridos que são ouvintes habituais de uma web-rádio concreta

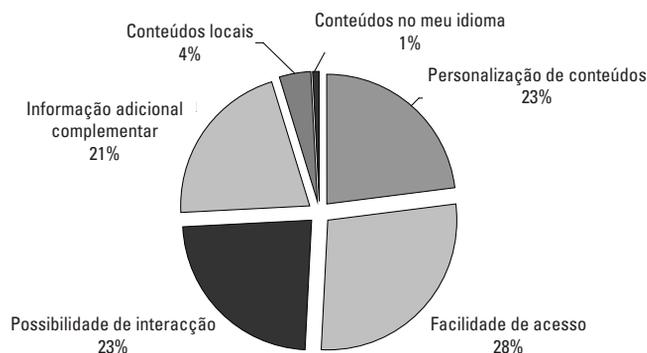


Quanto à preferência por uma plataforma de web-rádio concreta, apurou-se que metade dos ouvintes/utilizadores habituais deste tipo de plataformas preferia a escuta *online* da sua emissora hertziana habitual. No entanto, ao assinalar a preferência de uma plataforma de rádio *online* evidenciou-se a confusão existente do termo *web-rádio* em relação a outro tipo de realidades sonoras na Internet como é o caso das *playlists*.

### 6.3. Potencialidades das web-rádios em relação à rádio tradicional

Apesar da existência de um menor número de ouvintes/utilizadores habituais de web-rádio em relação aos do meio analógico, os indivíduos da amostra assinalaram diversas potencialidades da radiomorfose (Figura 7).

Figura 7. Vantagens que, para os estudantes inquiridos, oferece uma web-rádio em relação à rádio tradicional

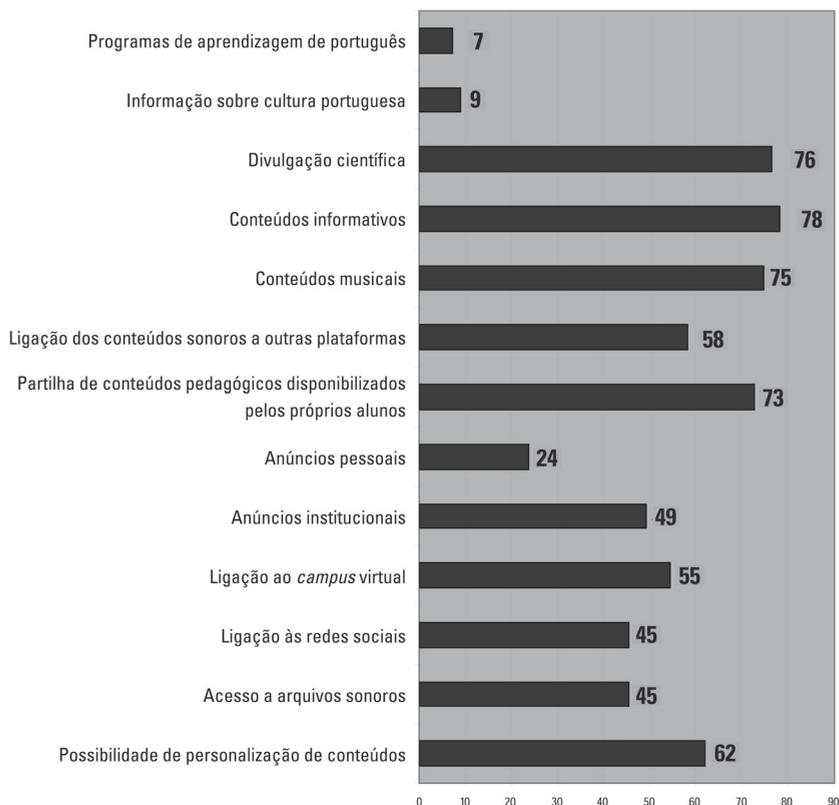


Neste âmbito destaca-se a facilidade de acesso aos conteúdos (seleccionada por 28% da amostra), seguida das possibilidades de personalização do elemento sonoro assim como das possibilidades de interação que as ditas plataformas oferecem ao ouvinte individual ou à comunidade de ouvintes (23% cada). Estes resultados adquirem outra identidade se se atender à hierarquização das vantagens que apresenta a web-rádio em relação ao meio tradicional, em que a maioria dos inquiridos (33%) considera a personalização do meio como a sua principal vantagem, seguida pela facilidade de acesso (31%).

Nas subcategorias incorporadas para resposta pelos estudantes/investigadores estrangeiros obtiveram maior relevância os conteúdos de carácter local (4%) do que os conteúdos veiculados no seu próprio idioma (1%). Os estrangeiros interrogados consideraram de maior interesse outro tipo de vantagens derivadas da mediamorfose radiofónica do que as relacionadas com conteúdos do seu próprio país e/ou idioma.

### 6.4. Criação de uma web-rádio na Universidade de Aveiro

Praticamente a totalidade dos estudantes da amostra (89% do total) revela-se receptiva à criação de uma web-rádio no contexto da comunidade universitária de Aveiro e mais de 60% consideram a possibilidade de essa plataforma poder vir a ser a sua emissora preferida. Entre os conteúdos que os sujeitos interrogados assinalaram de interesse para esta plataforma académica de web-rádio (Figura 8) destacam-se, fundamentalmente, os mais próximos do meio radiofónico convencional, como são os casos dos conteúdos de carácter informativo, musical e de divulgação científica (seleccionados por 78%, 75% e 76% dos respondentes, respectivamente). A eleição dos dois primeiros pode relacionar-se com as preferências de programação que apresenta a amostra no meio convencional, circunstância que é especialmente patente no caso dos conteúdos informativos.

**Figura 8. Preferências de conteúdos dos estudantes inquiridos para uma web-rádio universitária**

No entanto, o interesse manifestado pelos conteúdos de carácter divulgativo é particularmente surpreendente, dado que apenas 5% dos respondentes indicaram ter alguma vez ouvido o programa de divulgação que a Universidade de Aveiro tem semanalmente na Antena 1. Este resultado justifica uma reflexão sobre as razões deste aparente alheamento.

No que respeita às preferências de conteúdos que extraem o maior partido das potencialidades que oferece o meio radiofónico na sua adaptação à Internet, destaca-se a inclusão de um espaço dedicado a partilhar materiais de carácter pedagógico pelos próprios alunos (assinalada por 73% dos inquiridos) ou a ligação da web-rádio a outras plataformas que permitam enriquecer os conteúdos a partir da incorporação do hipertexto, hiperáudio e hipermédia (uma opção seleccionada por 58% da amostra). Ambas as preferências sublinham uma projecção dos inquiridos como *prossumidores* (produtores e consumidores ao mesmo tempo) num cenário de uma web-rádio universitária.

A selecção de conteúdos em função das preferências para o futuro meio realizada pelos estudantes inquiridos não oferece grandes surpresas em relação à valoração pré-

via das vantagens do meio *web* em relação ao meio analógico. Assim, a possibilidade de personalização do meio, concretamente do seu consumo, afigura-se como um dos elementos de maior interesse para a configuração futura da web-rádio universitária, enquanto os conteúdos relativos à cultura portuguesa ou à aprendizagem do idioma foram relegados para segundo plano. A escassa selecção destes últimos indicadores pelos estudantes da amostra deste estudo, além da sua percepção similar dentro das vantagens da rádio, é influenciada por duas questões: pelo facto de uma quinta parte dos estudantes estrangeiros interrogados não ser utilizadora habitual do meio radiofónico e porque entre estes estudantes estrangeiros predominam os provenientes de países lusófonos.

Outros conteúdos que obtiveram uma menor preferência por parte dos sujeitos interrogados foram: a incorporação de um espaço para anúncios de carácter pessoal (questão assinalada por 24% dos sujeitos participantes); a possibilidade de acesso a arquivos sonoros e a um repositório de *podcasts* de carácter académico *online* ou, ainda, a inclusão de uma ligação às redes sociais (assinaladas ambas por 45% dos estudantes). Neste caso, e embora tenha sido dada possibilidade de resposta múltipla na questão sobre preferências, destaca-se o reduzido interesse na inclusão das redes sociais na plataforma da web-rádio universitária, quer na perspectiva da interacção e da percepção como uma das principais vantagens do meio, quer no que respeita à incidência que o *social network* tem na amostra de estudo (93% dos interrogados têm uma conta activa no *Facebook*, e cerca de 30% são utilizadores de mais de uma rede social).

Finalmente, é de salientar o facto de que, apesar de considerar as potencialidades educacionais de uma web-rádio universitária na rede (consideração apoiada por 87% dos indivíduos interrogados), as preferências dos estudantes da amostra no que se refere aos conteúdos da plataforma da rádio universitária remetem para uma utilização mais próxima do entretenimento do que de um uso educativo ou institucional (a ligação ao *campus* virtual ou a inclusão de anúncios de carácter institucional foram assinaladas por 55% e 49% dos estudantes, respectivamente).

## 7. Conclusões

A migração do meio radiofónico para a Internet supôs a abertura de múltiplos canais e de numerosas possibilidades para as rádios universitárias. Esta circunstância traduziu-se na criação de plataformas de comunidades académicas na rede que se configuram como uma constelação de elementos de carácter textual, imagético, audiovisual e multimédia, embora com a prevalência do som.

No entanto, o estudo preliminar desenvolvido para determinar as possibilidades de implantação de uma web-rádio universitária na comunidade académica da Universidade de Aveiro revelou a prevalência, ainda, de um consumo tradicional do meio radiofónico. Este resultado é especialmente significativo se se atender à “maturidade” do consumo de Internet traduzida no número de horas/semana de conexão (que supera as vinte horas semanais, por oposição às uma ou duas horas de escuta do meio radiofónico), ao tipo de actividades desenvolvidas mais frequentemente (que vão para além da simples

consulta do *e-mail*) ou ao papel assumido pelos utilizadores que passam a ser *prossu-midores* de conteúdos em blogues, plataformas de vídeo e imagem (youtube, flickr, etc.) e – em menor medida – em espaços de partilha de apontadores (Digg, delicious).

Esta diferença no tipo de consumos do meio sonoro e da Internet revelou a ausência de um uso conjunto de ambos os meios, que foi sublinhada pelos utilizadores ao referirem o frequente consumo *multitasking* da *web* com menor presença de conteúdos de carácter sonoro.

Relativamente ao local de uso, o acesso ao meio sonoro continua a realizar-se – maioritariamente – a partir dos aparelhos de rádio tradicionais, em relação a outros tipos de receptores como a *web* ou os dispositivos móveis, e, maioritariamente, durante as deslocações (de carro, transporte público e inclusive a pé). Esta tipologia de utilização sublinha a função de companhia da rádio, combinada com um consumo *multi-tasking* com a Internet.

Esta tendência de consumo tradicional da rádio está especialmente patente na declaração de uma emissora favorita, de escuta frequente. A preferência por uma emissora de rádio concreta pelo tipo de conteúdos que veicula, maioritária no caso do meio convencional, é menos habitual no caso das web-rádios. O consumo habitual de uma plataforma de rádio na Internet é determinado, numa grande parte dos casos, pelos hábitos de escuta e pelas preferências das emissoras convencionais que determinam o seu seguimento também na Internet.

Neste contexto, a concepção de web-rádio passa por ser uma espécie de transposição da radiofonia convencional para a Internet. Esta circunstância reflecte-se na selecção maioritária da “facilidade de acesso ao meio” como principal vantagem da web-rádio em relação à rádio convencional, desvalorizando outras potencialidades próprias da radiomorfose como a ligação dos conteúdos em áudio com outros elementos complementares de carácter multimédia.

Assim, as preferências sobre conteúdos de uma futura plataforma de web-rádio da Universidade de Aveiro expressas pelos inquiridos centraram-se numa programação radiofónica convencional, com elementos informativos, de divulgação científica e musicais, similar à das rádios universitárias tradicionais. Estes conteúdos apresentam maior aceitação entre o público-alvo desta emissora académica em relação a outras tipologias mais adequadas às novas características do meio radiofónico na Internet, e que podem enriquecer a experiência do utilizador, potenciar a coesão da comunidade universitária e propiciar novas formas de interacção em contexto de ensino-aprendizagem.

Neste sentido, as preferências assinaladas pelos estudantes inquiridos sobre uma futura web-rádio universitária foram maioritariamente focadas para o entretenimento e não tanto para a vertente educativa. No entanto, esta vertente adquire especial projecção perante a importante aceitação que apresentou a inclusão de um espaço que permita partilhar conteúdos de carácter pedagógico entre alunos. Embora esses conteúdos não correspondam necessariamente a materiais validados pelos docentes, podem ser incluídos dentro da vocação de educação de uma rádio universitária.

O estudo realizado permitiu determinar um consumo ainda fortemente tradicional do meio sonoro que, na sua projecção na radiofonia *web*, remete para uma utilização

própria da primeira geração de rádios na Internet (quando a *web* era outra plataforma de difusão da programação convencional *in streaming*) mais do que para uma atitude de tipo *prossumidor* de uma web-rádio universitária.

Os resultados deste trabalho de investigação exploratória podem considerar-se positivos no que respeita ao contributo para a eventual implantação de uma web-rádio na comunidade académica de Aveiro. Os estudantes interrogados são consumidores habituais tanto de rádio como de Internet; neste último meio apresentam tendências de consumo *multitasking*, acedem a meios tradicionais *online*, bem como a outras tipologias de conteúdos multiplataformas, são consumidores activos na rede e interagem nas redes sociais. Estes resultados configuram o preâmbulo de uma investigação de maior envergadura para estabelecer a configuração da referida rádio universitária, tanto na perspectiva dos serviços englobados na plataforma como no tipo de conteúdos veiculados. No futuro próximo pretende-se alargar este estudo a outras comunidades universitárias, nomeadamente a Universidade da Corunha, Espanha, o que permitirá uma compreensão mais alargada deste fenómeno em contexto de maior diversidade socioeconómica.

### Referências bibliográficas

- Albarran, A. & Pitts, G. (2001) *Radio Broadcasting Industry*. Boston: Allyn and Bacon.
- Alves, R. (2003) “Porto Alegre dos Santos. Rádio no Ciberespaço – Interseção, adaptação, mudança e transformação” in *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais*. Belo Horizonte: Intercom, Disponível em [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003\\_NP06\\_alves.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP06_alves.pdf) (acesso em 29 de Abril de 2011).
- Baker, A. (2010) “Reviewing Net-only College Radio: a Case Study of Brooklyn college radio”. *Journal of Radio & Audio Media*, 17(1): 109-125.
- Buffarah Junior, A. & Líbero, C. (2010) “O rádio diante das novas tecnologias de comunicação: uma nova forma de gestão”. *E-Com Revista do Departamento de Ciências da Comunicação do UNI-BH*, 2(4). Disponível em <http://revistas.unibh.br/ecom/viewarticle.php?id=81>. (acesso em 20 de Fevereiro de 2011).
- Caldeira, B. & Simeone, M. (2002) “Morro legal”. *Rádio em revista*. 2.
- Cebrián Herreros, M. (2009) “Expansión de la Ciberradio”. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 6 (1): 11-24.
- Corbett, J. (1993) “Radio Dada Manifiesto” in Strauss, N. (ed.) (1993) *Radio (text)e*. New York: Semiotexte, pp. 82-92.
- Cordeiro, P. (2004) “A rádio de modelo multimidiático e os jovens: a convergência entre o FM e a Internet em 2004”, (Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt>). (acesso em 17 de Fevereiro de 2011).
- Costa Filho, I. (2009) “Ciberouvintes da Universidade Federal do Ceará: As contradições do uso social do rádio pela Internet” in *XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/novosite/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&cid=23518>. (acesso em 23 de Fevereiro de 2011).
- Desztich, R. & McClung, S. (2007) “Indie to an Extent? Why Music Gets Added to College Radio Playlist”. *Journal of Radio & Audio Media*, 14(2): 196-211.
- Evans, C. J. & Smethers, J. S. (2001) “Streaming into the Future. A Delphi Study of Broadcasters Attitudes Toward Cyber Radio Station”. *Journal of Radio Studies*, 8(1): 5-27.
- Faus, A. (1973) *La Radio*. Madrid: Guadiana.
- Ferguson, D. A., Greer, C. F. & Reardon, M. (2007) “Uses and Gratifications of MP3 Players by College Students: Are iPods More Popular than Radio?” *Journal of Radio & Audio Media*, 14(2): 102-121.
- Fidalgo Díez, D. (2009) “Las Radios Universitarias en España. Transformación al Mundo Digital” *Telos*, 80. Disponível em <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulodocumento.asp?idarticulo=2&crev=80.htm> (acesso em 30 de Novembro de 2010).
- Fidler, R. (1997) *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.

- Freem, D. A. (2005) "New Radio – A Turn-on for Young Adults and a Turn-off for AM and FM" in *AEJMC Conference Papers*. Disponível em <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind0602b&L=aejmc&P=1475>. (acesso em 23 de Julho de 2010).
- González Conde, M. J. (2001) *Información Universitaria en la Radio Pública: Radio 5- Todo Noticias*. Tese de doutoramento apresentada na Universidad Complutense de Madrid. Disponível em <http://eprints.ucm.es/tesis/19972000/S/3/S3030301.pdf>. (acesso em 17 de Fevereiro de 2011).
- Islas-Carmona, O. (2008) 'El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad'. *Palabra Clave*, 11(1). Disponível em <http://revistas.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/viewArticle/1413/172>. (acesso em 11 de Março de 2011).
- Jenkins, H. (2008) *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Kuhn, F. (2001) "O rádio na internet: rumo à quarta mídia" in *XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Campo Grande*. Disponível em <http://revistas.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/viewArticle/1413/172> (acesso em 9 de Fevereiro de 2011).
- McClung, S., Pompper, D. & Kinnally, W. (2007) "The Functions of Radio for Teens: Where Radio Fits among Youth Media Choices". *Atlantic Journal of Communication*, 15(2): 103-119.
- Merayo, A. (2000) "Identidad, sentido y uso de la radio educativa" in Pastor, G.; Pinto, M. R. & Echeverri, A. L. (orgs.) (2000) *Actas do III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca, 2000. pp. 387-404.
- Moreno, E.; Martínez-Costa, P. & Amoedo, A. (2009) "Radio and the Web: Communication Strategies of Spanish Radio Networks on the Web (2006-2008)". *Observatorio (OBS\*) Journal*, 10: 121-137.
- Nyre, L. & Ala-Fossi, M. "The Next Generation Platform: Comparing Audience Registration and Participation in Digital Sound Media". *Journal of Radio & Audio Media*, 15(1): 41-58.
- Paz, M. (2007) *Podcasting na Rádio Web da FACED/UFBA*. Monografia apresentada na Universidade Federal da Bahia. Disponível em <http://www.ici.ufba.br/twiki/pub/RadioFACED/PodCasting/monografiaMonica.pdf> (acesso em 11 de Março de 2011).
- Perona Páez, J. (2009) "Edu-webs radiofónicas: experiencias españolas de educación en medios". *Comunicar*, 17(33): 107-114.
- Pessoa, S. (2008) "Webradio Amirt: a experiência de estudantes na transmissão radiofônica on-line". *Revista de Comunicação*, 9(18) 2008. Disponível em <http://www2.pucpr.br/reol/index.php/COMUNICACAO?dd1=1975&ddd99=view> (acesso em 20 de Abril de 2011).
- Portela, P. (2006) *A Rádio na Internet em Portugal. A abertura à participação num meio em mudança*. Tese de mestrado apresentada na Universidade do Minho. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6251/1/pedro%20portela.pdf> (acesso em 12 de Fevereiro de 2011).
- Prata, N. (2008) *Webradio: Novos Géneros, Novas Formas de Interação*. Tese de doutoramento apresentada em a Universidade Federal de Minas Gerais. Disponível em [http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/AIRR7DDJD8/1/nair\\_prata\\_tese.pdf](http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/AIRR7DDJD8/1/nair_prata_tese.pdf) (acesso em 12 de Fevereiro de 2011).
- Premsky, M. (2001) "Digital Natives, Digital Immigrants part 1". *On the Horizon*, 9(5): 1-6.
- Priestman, C. (2002) *Web Radio – Radio Production for Internet Streaming*. Oxford: Focal Press.
- Rose, B. & Lenski, J. (2007) *The Infinite Dial 2007: Radio's Digital Platforms, Online, Satellite, HD Radio and Podcasting*. Disponível em [http://www.arbitron.com/downloads/digital\\_radio\\_study\\_2007.pdf](http://www.arbitron.com/downloads/digital_radio_study_2007.pdf) (acesso em 26 de Fevereiro de 2011).
- Rothenbuhler, E. W. (1981) "Commercial Radio and Popular Music: Process of Selection and Factors of Influence" in Lull, J. (ed.) (1981) *Popular Music and Communication*. Newbury Park: Sage. pp. 79-95.
- Sauls, S. (2001) "Understanding Your Media Outlet: and Administrative Guide to the School Radio Station" in *Broadcast Education Association 46<sup>th</sup> Annual Convention*. Disponível em <http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED458644.pdf> (acesso em 10 de Março de 2011).
- Sauls, S. (1995) "College Radio", in *Annual Joint Meetings of the Popular Culture Association*. Philadelphia: American Culture Association.
- Sauls, S. (2000) *The Culture of American College Radio*. Ames: Iowa State University.
- Sauls, S. (1998) "The Role of Alternative Programming in College Radio". *Studies in Popular Culture*, 20 (1).
- Teixeira, M. & Da Silva, B. (2009a) "Experiências do rádio na educação online" in Silva, B.; Almeida, L.; Lozano, A. & Uzquiano, M. (orgs.) (2009) *Actas do X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia*, Braga: Edições CIED. pp. 5726-5736.
- Teixeira, M. & Da Silva, B. (2009b) "Rádio web: Educação, comunicação e cibercultura no universo acadêmico português" in Dias, P. & Osório, A. J. (orgs.) (2009) *Challenges 2009: actas da Conferência Internacional de TIC na Educação*. Braga: Universidade. pp. 193-202.

- Teixeira, M.; Da Silva, B. & Daher, M. (2008) “RUM na Web: Potencialidades educativas”, in *Colóquio Luso-Brasileiro sobre Questões Curriculares. Currículo, teorias, métodos*. Florianópolis: Universidade de Santa Catarina. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/10051/1/RUM%20NA%20WEB%20POTENCIALIDADES%20EDUCATIVAS.pdf> (acesso em 2 de Março de 2011).
- Teixeira, M.; Perona Páez, J. J. & Daher, M. (2010) “A rádio web universitária como modalidade educativa audiovisual em contexto digital. Os casos da Espanha e de Portugal” in Pretto, N. & Tosta, S. (orgs.) (2010) *Do MEB à WEB. O Rádio na Educação*. Belo Horizonte: Autêntica. pp. 175-194.
- Tremblay, R. W. (2003) “A Delphi Study of the Future of College Radio”. *Journal of Radio & Audio Media*, 10(2), pp. 170-185.
- Trigo De Souza, L. M. (2002) “Rádios.internet.br: o rádio que caiu na rede”. *Revista USP, 80 Anos de Rádio*, 56: 92-99. Disponível em <http://www.usp.br/revistausp/56/12-ligia.pdf> (acesso em 2 de Março de 2011).
- Velho, P. (s/d) “A linguagem do rádio multimídia”. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-velho-linguagem.pdf> (acesso em 21 de Março de 2011).
- Vieira, J.; Cardoso, G. & Medoça, S. (2010) *Os Novos Camiões da Rádio. Radiomorphosis. Tendências e Prospectivas*. Lisboa: Obercom.
- Waits, J. C. (2008) “Does ‘Indie’ Mean Independence? Freedom and Restraint in a Late 1990s US College Radio Community”. *The Radio Journal. International Studies in Broadcast and Audio Media*, 5(2-3): 83-96.
- Wall, B. (2007) “Finding an Alternative: Music Programming in US College Radio”. *The Radio Journal. International Studies in Broadcast and Audio Media*, 5(1): 35-54.
- Wallace, D. (2008) “Reinventing the Wheel vs. Grinding the Same Old Axe: an Ethnographic View of the Students and Community Members at a Massachusetts College Radio Station”. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(1): 1744-6716.