

VII Cinform

A VIRTUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO NAS EMISSORAS DE RÁDIO DE SALVADOR

STELLA DOURADO¹
douradost@yahoo.com.br

SUSANE BARROS²
susanesb@ufba.br

OTHON JAMBEIRO³
othon@ufba.br

A convergência tecnológica é uma tendência da sociedade atual e traz benefícios efetivos para a população. No âmbito da comunicação, as emissoras de rádio realizam a fusão da rádio com a Internet promovendo muitas vantagens na transmissão de informações, de maneira rápida e interativa. O presente trabalho trata de uma investigação sobre os *websites* das emissoras de rádios de Salvador, buscando verificar os níveis de virtualização de suas programações, ou seja, o uso que as emissoras fazem da Internet, para potencializar a disseminação da informação. Investiga-se também o nível de conteúdo local na programação geral por elas disponibilizada na rede. O método do trabalho abrangeu levantamento das emissoras de rádio que possuem *websites*, levantamento e análise do conteúdo neles disponibilizado. Os resultados indicaram que as emissoras fazem uso limitado das possibilidades de disseminação da informação e de interação com os ouvintes, oferecidas pelas novas tecnologias de informação e comunicações.

Palavras-chave: Emissoras de Rádio - Salvador; Virtualização da Informação; Radiodifusão; Internet e Radiodifusão; Sociedade da Informação.

¹ Estudante de biblioteconomia do Instituto de Ciência da Informação da UFBA e Bolsista de Iniciação Científica PIBIC/CNPq.

² Bibliotecária e Bolsista de Apoio Técnico (CNPq).

³ PhD em Comunicação (University of Westminster, Londres), Professor Titular do ICI/UFBA, Pesquisador 1-C do CNPq.

1 INTRODUÇÃO

Com a evolução das tecnologias de informação e comunicação (TICs), intensificada a partir do final do século XX, novas formas de interação social surgiram proporcionando maior qualidade e eficácia na comunicação entre indivíduos e grupos sociais. Fenômeno ainda em curso, a convergência tecnológica vem eliminando os limites entre os meios de comunicação e informação, tornando-os solidários em termos operacionais, e erodindo as relações isoladas que mantinham entre si e com seus usuários.

A convergência estabeleceu a tendência de cancelamento de fronteiras entre diferentes tipos de produtos intelectuais e serviços informativo-culturais, e da supressão das linhas divisórias entre comunicação privada e de massa, meios baseados em som e em vídeo, texto e vídeo, imagens baseadas em emulsão e eletrônicas, e mesmo a fronteira entre livro e tela. A configuração deste cenário tecnológico tem provocado uma explosão mundial na circulação de informações via cabo, microondas e satélite, e de equipamentos multimídia, os quais têm aperfeiçoado as possibilidades de o consumidor escolher, acessar e usar incontáveis e multifacetados serviços de informação.

Acompanhando esta tendência, os meios de comunicação passaram a usar a convergência para conseguir maior eficácia na divulgação e veiculação de suas edições e programações. Jornais, revistas, emissoras de rádio e de TV ingressaram na Internet e a utilizam como meio de agregar e fidelizar leitores, rádio-ouvintes e telespectadores. As informações que eram difundidas em suporte material – papel – e eletrônico - ondas hertzianas - foram virtualizadas na rede mundial de computadores.

Este texto aborda o desempenho das emissoras de rádio de Salvador, no contexto da convergência tecnológica, particularmente no que se refere à virtualização de informações destinadas aos rádio-ouvintes. Foram pesquisados os *websites* das emissoras, buscando-se verificar os níveis de virtualização de suas programações, ou seja, o uso que fazem da Internet, para potencializar a disseminação da informação. Verificou-se, igualmente, o volume de informação de caráter local que esses *websites* difundem.

2 CONVERGÊNCIA ENTRE A RÁDIO E A INTERNET

A convergência tecnológica, decorrente de transformações cada vez mais aceleradas, promove muitos benefícios para a sociedade e fomenta as relações sociais. Isto é, ela possibilita que as informações circulem pelos mais variados meios, para diversos pontos do mundo, e sob variadas formas. Tal fenômeno ocorre graças às redes digitais e às interfaces gráficas, que, convertendo tudo em dígitos, permitem quase que total plasticidade a todos os

tipos de conteúdo. Exemplos disso são a possibilidade de assistir TV no celular, ler livros no monitor do computador, ver as obras de arte de um museu via Internet, enviar fotos e sons instantaneamente para outras pessoas.

Essa nova configuração tecnológica tem contrapartidas também no mundo político, cultural e econômico e deu origem ao termo “Sociedade da Informação”, que, segundo Castells, é:

[...] uma forma específica de organização social em que a gestão, o processamento e a transmissão de informações tornam-se as fontes fundamentais de produção e poder devido às novas condições tecnológicas surgidas nesse período histórico. (CASTELLS, 1999, p. 46).

Embora contestado por muitos estudiosos, este termo vem sendo aceito por muitos outros, seja em termos conceituais, seja apenas como instrumento operacional de análise da vida contemporânea. De qualquer forma, há notoriamente um novo contexto sócio-econômico em evolução, no qual se estabeleceu uma configuração tecnológica que se caracteriza, principalmente, pela formação e desenvolvimento de redes digitais virtuais, que ligam pessoas e grupos, independentemente de tempo e espaço.

É dentro deste contexto que a virtualização da informação ganha valor, sobretudo porque isto possibilita sua maior disseminação. Além disso, o conceito de informação se expande, passando a ser “entendida como qualquer coisa que possa ser digitalizada, sendo dados estruturados cuja forma e conteúdos são apropriados para um uso em particular, possuindo significado contextual, de utilidade, proporcionando incremento ao conhecimento estabelecido”. Cohen (2002, p. 33).

O mesmo autor esclarece que:

Virtualizar significa ter uma nova forma de operar. [...] Uma integração virtual significa ganho em velocidade, agilidade e foco em competências. São as seguintes as características que determinam a virtualização: a) *velocidade* - onde os negócios são processados em minutos ou horas, em vez de semanas ou meses; b) *estratégia* - focada em competências e na criação de *links* com fornecedores, subcontratados e parceiros, objetivando fortalecer o modelo de negócio com as competências de organismos externos; c) *customização* - através do relacionamento com clientes pela *Web* e com a cadeia de valor estabelecida; d) *arquitetura de TI componentizada* - onde diversos aplicativos se inter-relacionam buscando ligar clientes, fornecedores, parceiros e funções internas, de forma a otimizar a capacidade de sistemas, trabalhar a capacidade robusta de armazenamento e integrar as infra-estruturas físicas e digitais; e) *equipes* - providas de ferramentas e sistemas de comunicações, garantidas por uma cultura distinta, que promove respostas rápidas, qualidade empresarial e foco no cliente. (COHEN, 2002, p. 33-34) (grifo do autor).

O uso da virtualização pelas emissoras de rádio para difundir informações e programações depende, contudo, do desenvolvimento de características que seus *websites* devem ostentar. Entre elas deve-se destacar: interatividade, usabilidade, navegabilidade e conteúdo.

Interatividade é a característica que permite aos ouvintes relacionarem-se livremente com a emissora, sem qualquer limitação de tempo e sem que seja necessária autorização de qualquer funcionário, técnico ou diretor da rádio. O *website* da emissora é, assim, um espaço aberto onde, inclusive, os ouvintes podem contatar uns aos outros, participar de conversações *online*, fazer comentários e críticas e sugerir mudanças na programação.

Usabilidade diz respeito à interrelação do homem com a máquina. Segundo Amstel (2005), “usabilidade é sinônimo de facilidade de uso. Se um produto é fácil de usar, o usuário tem maior produtividade: aprende mais rápido a usar, memoriza as operações e comete menos erros”. Torres e Mazzoni, por sua vez, citam o *International Standard Organization*, norma ISO 9999, segundo a qual:

A usabilidade de um produto pode ser mensurada, formalmente, e compreendida, intuitivamente, como sendo o grau de facilidade de uso desse produto para um usuário que ainda não esteja familiarizado com o mesmo. A ISO define a usabilidade em função da eficiência, eficácia e satisfação com a qual os usuários podem alcançar seus objetivos em ambientes específicos, quando utilizam determinado produto ou serviço. (TORRES; MAZONNI, 2004, p.152).

Nielsen, citado por Santos (2003), resume em três os aspectos que são fundamentais para se obter uma boa usabilidade para o usuário: “ser de fácil aprendizagem, permitir utilização eficiente e apresentar poucos erros”. A qualidade e a eficácia dos *websites* das emissoras de rádio dependem, pois, do atendimento também destas características.

Já a navegabilidade consiste na existência de elementos que não permitam que o usuário se perca durante a utilização do *website*. Caminhos de navegação como os links e ícones, barra de menus e ferramentas de busca são de grande importância, principalmente quando se pretende atingir um grande número de usuários, como é o caso dos *websites* das emissoras de rádio.

Segundo Vigil (2004), para que um site obtenha boa navegabilidade alguns aspectos são cruciais: não haver tantos links "voltar" no site, pois o usuário pode não saber onde está indo, o que pode causar perda de confiança; ter sempre um menu visível em todas ou quase todas as páginas do site, colocando nele os links relacionados às principais seções do site;

haver uma forma de chegar diretamente à página principal estando em qual uma das outras; os links devem estar bem visíveis para o usuário.

Outra fator que aumenta a navegabilidade é a diagramação, isto é, a distribuição dos conteúdos obedecendo ordens simétricas ou assimétricas, de tal forma que cada um ocupe seu devido lugar (César, 2000, p. 153). Isto significa, segundo este autor, que se deve seguir três características básicas: textos em colunas, quando o espaço for muito grande, para facilitar a leitura ou ainda textos em dois ou até em um bloco (geralmente usados em anúncios); pesos diferenciados entre títulos, subtítulos e textos; e por fim, o alinhamento dos textos que podem ser centralizados, justificados, texto à direita, texto à esquerda.

Falleiros adverte que:

Em qualquer trabalho de natureza visual, principalmente capas de livros, periódicos, revistas, rótulos, placas, outdoors, websites, backlights, frontlights etc., o uso de formas, cores e letras adequadas e a disposição de figuras e/ou fotos bem coordenada é um fator determinante para a interação com o público alvo. (2003, p. 65).

O *website* pode, portanto, ser criativo e inovador, mas deve obedecer aos critérios de navegabilidade, sob pena de afastar o usuário.

Por fim, o elemento de maior importância, o conteúdo, que tem variada natureza. Podem ser notícias de cunho jornalístico abrangendo os mais recentes e mais importantes acontecimentos locais, do país e do mundo; ou informações que prestam algum serviço ao ouvinte, mantendo-o informado sobre entretenimento, lazer, esporte, serviços públicos, utilidades em geral. Há muitas maneiras de divulgar essas informações e notícias, destacando-se dentre eles o uso de imagens. De acordo com César,

A imagem transmite idéias, emoções. Reproduz com fidelidade a verdade dos fatos ou, no caso da propaganda, o produto. Ainda na propaganda, inúmeras são as imagens que enfeitam, disfarçam o produto e enganam a realidade. Mas é por causa da imagem que a publicidade se tornou uma forma tão poderosa de comunicação, [...].(CESAR, 2000, p. 209-210).

As imagens podem auxiliar na transmissão das mensagens relacionadas aos anunciantes, à própria rádio e às notícias veiculadas. Pode-se usar também animações, visando promover maior dinamismo e atratividade para o *website*, observando-se, contudo, as limitações técnicas e de qualidade para seu uso em computadores. O próprio texto também pode ser animado, como adverte César (2000, p.183), devemos pensar “na tipologia como um elemento de interatividade. O texto pode ser tridimensional, ter movimento, piscar, voar, ir aparecendo, sumir. As alternativas são muitas”. Mas, em qualquer hipótese, a linguagem deve ser sucinta e objetiva, para que seu conteúdo seja transmitido de maneira eficaz.

Todos estes fatores são elementos primordiais para a oferta de um trabalho de excelência por parte das emissoras de rádio aos seus ouvintes.

3 MÉTODO

Primeiramente foi realizado um levantamento bibliográfico e análise de textos sobre virtualização da informação, convergência tecnológica, uso da Internet por emissoras de rádio e aspectos básicos para a elaboração e utilização de um *website*.

Em seguida foi feito o levantamento das emissoras de rádio de Salvador por meio de informações fornecidas pela Anatel. Buscou-se, na etapa seguinte, levantar quais, dentre as emissoras existentes, possuíam *websites*, que foram a seguir analisados detalhadamente, em termos de estrutura, conteúdos e serviços oferecidos. Para isto foi elaborado um instrumento de análise composto de 17 questões referentes a: usabilidade, navegabilidade, conteúdo e interatividade.

Os dados foram finalmente tabulados procedendo-se em seguida a sua análise e interpretação. Os resultados são expostos a seguir.

4 RESULTADOS

Foram levantadas 21 emissoras de rádio em Salvador, das quais 17 possuem *websites*:

AM - Rádios Clube, Cruzeiro, Cultura e Sociedade.

FM - Rádio A Tarde, Metrópole; Piatã; Itaparica, Bahia, Transamérica, Nova Brasil, Globo, Bahia - Morena, Vida, Educadora, Aratu e Band News.

4.1 Navegabilidade

A navegabilidade, como já explicado, constitui-se basicamente de facilidades integradas para acesso a todos os módulos do site, a qualquer tempo, não importa em qual deles o usuário se encontre. Para analisá-la foram utilizados os seguintes quesitos:

Ferramentas de busca – apenas quatro das 17 emissoras disponibilizam este tipo de ferramenta sendo que apenas uma a oferece na forma avançada.

Mapa no *website* – somente duas oferecem um mapa onde o usuário possa como estão estruturadas as informações.

Link Voltar – essa ferramenta foi disponibilizada somente por uma emissora.

Menu com os principais links do *website* em todas ou quase todas as páginas do *website* – 15 emissoras atendem a esse quesito.

Link para retorno à página inicial, inserido em todas as páginas do *website* – 15 *websites* apresentam essa opção de link.

Diagramação ou layout como facilitador da leitura e navegação do *website* – 12 emissoras atendem as exigências de dispor as imagens, textos, figuras e outros elementos, de forma bem coordenada, para fornecer uma boa legibilidade ao *website*.

Páginas com erros – oito emissoras apresentaram algum tipo de erro nas suas páginas.

Como se observa, a maioria dos *websites* obteve bom desempenho nos quesitos relativos à navegabilidade. Apenas no que se refere às ferramentas busca, da existência de um mapa do site e a opção do link ‘voltar’ é que a maioria não obteve êxito. Outro fato a ser acentuado é o de que parte representativa das emissoras (oito *websites*) apresenta páginas com erros em suas plataformas.

Com isso, pode-se concluir que houve preocupação por parte das emissoras em atender os critérios de elaboração dos *websites* para oferecer um produto de qualidade e de fácil uso aos seus ouvintes.

4.2 Usabilidade

A usabilidade, como foi dito anteriormente, está relacionada com eficiência da tecnologia e eficácia no atendimento das necessidades do usuário. Ela foi verificada por intermédio dos seguintes quesitos:

Páginas carregam rapidamente – todas as emissoras tiveram êxito nesse quesito.

Rádio ao vivo demora a carregar, se apresenta erro, se disponibiliza o programa para *download* – 13 emissoras não tiveram problemas em carregar suas rádios ao vivo e não apresentaram erros para carregar; contudo, apenas uma emissora disponibilizou o programa para *download*.

Observa-se que a maioria das emissoras obteve êxito. Apenas no quesito relativo à disponibilização de programas para *download* verificou-se fracasso quase total, já que somente uma delas permite isto. Destaque-se também que alguns *websites* não disponibilizam a opção de ouvir a rádio ao vivo.

4.3 Conteúdo

Este quesito envolveu uma análise das informações que os *websites* disponibilizam, para verificar se oferecem informações relevantes para o usuário. Escolheu-se para esta verificação: (1) notícias e informações de cunho jornalístico, que abrangessem os últimos e mais importantes acontecimentos em Salvador, no Brasil e no Mundo; (2) informações sobre

cultura, entretenimento, esportes, entre outras, que transmitissem um bom nível de conhecimento geral aos ouvintes. Foram utilizados os seguintes quesitos:

O *website* disponibiliza informações ao ouvinte (notícias de Salvador, do Brasil e do Mundo) – 11 emissoras disponibilizam algum tipo de informação (seja de cunho jornalístico ou informativo) aos ouvintes, mas apenas cinco delas divulgam notícias de Salvador.

Notícias são atualizadas freqüentemente (prazo de uma semana de antecedência à data do acesso da análise) – nove rádios realizam atualização constante das informações.

Há serviços *online* (anúncios, promoções e informações sobre cultura, entretenimento, lazer, entre outras, que de alguma forma prestem serviço ao ouvinte seja informacional ou fomentando o conhecimento) – 15 emissoras oferecem algum tipo de serviço *online*.

Utiliza imagens ou animações (ligadas aos anunciantes, à rádio e às notícias) – todas as emissoras utilizam imagens ou animações em suas plataformas.

Linguagem do *website* é sucinta e objetiva e possui variedade nas principais fontes de informação – 11 emissoras utilizaram uma linguagem adequada para a transmissão das informações, sendo que todas utilizam a Internet e os jornais como fonte de informação. Cinco possuem repórteres que fazem um trabalho de campo para a obtenção da notícia.

No geral, a maioria das emissoras teve bom resultado. Contudo, no quesito relativo à atualidade das informações, com redação sucinta e objetiva, pelo menos seis delas deixam a desejar. Também no que se refere à variedade de fontes de informação, apenas uma assegura esta qualidade, por meio de reportagem própria. As outras reproduzem os jornais diários e utilizam a Internet. Ressalte-se ainda que somente cinco das 17 emissoras disponibilizam notícias da cidade, com o agravante de que somente duas transmitem notícias atualizadas e relevantes.

4.4 Interatividade

No tocante à Interatividade, isto é, a possibilidade de relacionamento em duas vias, dos usuários entre si e com as emissoras, sem limitação de horário, os seguintes quesitos foram utilizados para aferi-la:

Interação rádio-ouvinte – 16 emissoras utilizaram algum recurso de interação com o ouvinte. Somente uma, portanto, não permite interação. Entretanto, 12 delas restringem-se a oferecer um espaço para o ouvinte enviar dúvidas, críticas, sugestões e, em alguns casos, pedidos de músicas.

Interação ouvinte-ouvinte – apenas quatro emissoras disponibilizam a comunicação entre os ouvintes da rádio.

No que se refere ao uso de recursos multimídia, quatro emissoras utilizam recursos multimídias para interagir com seus ouvintes, oferecendo-lhe serviços como chats (salas virtuais de bate-papo) e novas tecnologias como o Skipe (software de comunicação instantânea que permite a realização de chamadas telefônicas gratuitas através do computador) e o Orkut (site de relacionamentos).

5 CONCLUSÃO

Ficou evidenciado que para oferecerem um serviço de qualidade informacional, as emissoras de rádio de Salvador deveriam estar mais respaldadas nas TIC's e atender com maior qualidade os critérios básicos de elaboração dos seus *websites*: navegabilidade, usabilidade, conteúdo e interatividade. Elas fazem uso limitado dessas possibilidades tecnológicas, particularmente em dois dos requisitos básicos de elaboração de *websites* que são conteúdo e interatividade.

Em relação à navegabilidade, as emissoras, em sua maioria, alcançaram êxito, pois atendem aos critérios básicos de elaboração de *websites*, oferecendo assim, um serviço de qualidade para o ouvinte. O mesmo ocorreu com o quesito usabilidade, no qual a maioria delas saiu-se bem, pois proporcionam ao ouvinte um serviço de qualidade, com facilidade de uso.

Já no referente ao conteúdo, as emissoras, apesar de disponibilizarem informações e notícias nas suas plataformas, não conseguiram atingir um bom nível de qualidade. Falta atualização do conteúdo dos *websites*, assim como relevância nas informações disponibilizadas, isto é, há pouca ou nenhuma notícia sobre fatos ocorridos na cidade, informações sobre cultura, lazer, esporte, entretenimento, dentre outros. Somente duas oferecem um bom nível de conteúdo local.

Não houve um bom resultado em relação à interatividade, visto que as emissoras não utilizaram de forma adequada as TIC's, que oferecem vários recursos interativos para relacionarem-se com seus ouvintes, assim como permitir que eles se relacionem entre si. Apenas quatro emissoras, dentre as analisadas, disponibilizam recursos multimídias para ambos os tipos de interação.

Vale salientar que duas rádios obtiveram êxito em todos os quesitos analisados e demonstraram prestar um serviço de qualidade aos seus ouvintes, como disseminadoras de informação.

Em conclusão, pode-se afirmar que as emissoras de rádio de Salvador utilizam de maneira ainda tímida os recursos oferecidos pelas novas tecnologias de informação e comunicações, para ampliar suas atividades de disseminadoras de informação.

6 REFERÊNCIAS

AMSTEL, Frederick Van. **O que é usabilidade afinal?** 14 abr. 2005. Entrevistador: Marcio Oliverio, 2005. Entrevista concedida ao jornal Expositor Cristão. Disponível em: <<http://www.sobresites.com/usabilidade/>>. Acesso em 19 abr. 2007.

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

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. São Paulo: Futura, 2000.

COHEN, Max F. Alguns aspectos do uso da informação na economia da informação. In: **Ci. Inf.** v.31 n.3 Brasília set./dez. 2002.

Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652002000300003&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 26 abr. 2007.

FALLEIROS, Dario Pimentel. **O mundo gráfico da informática**: editoração eletrônica, design gráfico e artes digitais. São Paulo: Futura, 2003.

SANTOS, Robson. **Alguns conceitos para avaliar usabilidade**. 19 jun. 2003. Disponível em: <<http://webinsider.uol.com.br/index.php/2003/06/19/alguns-conceitos-para-avaliar-usabilidade/>>. Acesso em 19 abr. 2007.

TORRES, Elisabeth F.; MAZZONI, Alberto A. Conteúdos digitais multimídia: o foco na usabilidade e acessibilidade. In: **Ci. Inf.**, Brasília, v. 33, n. 2, p. 152-160, maio/ago. 2004. Disponível em: <<http://www.ibict.br/cienciainformacao/viewarticle.php?id=320>>. Acesso em: 26 abr. 2007.

VIGIL, Sebastian F. **Navegabilidade, um fator fundamental**. 2004. Disponível em: <<http://www.criarweb.com/artigos/627.php>>. Acesso em 19 abr. 2007.