

## Rádio, Internet, Redes Sociais e Compartilhamento – Histórias e impactos na sociedade<sup>1</sup>

Thiago Rocha Moreira Paiva <sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP

### Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar o surgimento, o desenvolvimento e o impacto que as rádios na internet - também conhecidas como *web radios* ou *internet radios* – trouxeram para o cotidiano das pessoas. Tal advento trouxe consigo inovação e convergência entre os dois meios, o que produziu mudanças tanto na forma de executar as canções quanto na maneira como elas são reproduzidas no cotidiano. As web rádios também multiplicam as possibilidades de difusão, de organização e de relação com o ouvinte e alteram a relação do artista com sua obra. Essa mudança é praticamente irreversível, devido ao poder viral da internet e da dimensão da mesma.

### Palavras – Chave

Internet; Música; Redes Sociais; Tecnologia; Cibercultura.

### Mp3 – o início de uma mudança

O ato de compartilhar músicas e preferências musicais são anteriores à internet, redes sociais e *peer to peer*. Décadas antes do surgimento destas tecnologias, havia o hábito de copiar músicas em fitas cassete, ou então os artistas que não dispunham de gravadora distribuíam suas músicas nesse formato. Podemos afirmar que tais fitas são “avós” destes aparatos modernos de multiplicação.

Em junho de 1999, o estadunidense Shawn Fenning cria o Napster, um sistema de compartilhamento de arquivos *peer to peer* onde não havia a necessidade de um servidor central, já que cada máquina cumpria sua função de cliente e servidor. Porém, como as músicas compartilhadas eram protegidas por direitos autorais, o sistema enfrentou sérios problemas judiciais e acabou encerrando suas atividades em 2001. Porém, deixou como legado uma série de vários outros softwares de compartilhamento de música, o que – juntamente com o fechamento de várias gravadoras e lojas de CDs – indicou o início de uma mudança no modelo de distribuição de músicas.

<sup>1</sup>Artigo Científico apresentado ao eixo “Redes sociais, identidade e sociabilidade” do III Simpósio Nacional da ABCiber

<sup>2</sup>Thiago Rocha Moreira Paiva é Tecnólogo em Processamento de Dados pela Faculdade de Tecnologia da Baixada Santista – FATEC – BS e Pós Graduando em Estéticas Tecnológicas pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC SP.

## Internet Radio – Histórico

Carl Malamoud iniciou em 1993 os que podemos chamar de *Internet Radio* com um programa de entrevistas. Isto possibilitou, posteriormente, que os artistas pudessem transmitir suas performances musicais ao vivo, cuja estréia foi com a banda Rolling Stones, em 1994. Neste mesmo ano, emissoras tradicionais de rádio nos EUA começaram a fazer suas transmissões também pela rede mundial de computadores, como a emissora WYXC, da Carolina do Norte. Uma iniciativa que, aliada à distribuição de MP3, revolucionou o modo de difundir músicas pela Web.

Porém, havia algumas limitações, que eram, além da velocidade e qualidade da conexão, a ausência de interação com o ouvinte. Tais limitações foram ultrapassadas anos mais tarde com o advento das conexões de banda larga e o crescimento das chamadas redes sociais, permitindo uma interação, não somente entre ouvinte e rádio, mas também entre ouvintes.

## Internet Radio e Redes Sociais

Em 2002, Richard Jones cria o Audioscrobbler<sup>3</sup>, que consistia em um plug-in que fazia um registro das músicas que eram reproduzidas na máquina onde o ele estava instalado – algo batizado de *scrobble* pelo sistema. Com estas informações, era formado um banco de dados com um ranking do que o usuário ouvia. No mesmo ano, cinco programadores austríacos e alemães – Felix Miller, Martin Stiksel, Michael Breidenbruecker e Thomas Willomitzer – criaram o Last.Fm, uma web rádio em que era possível ao usuário ter certo controle, com funções de adicionar a uma lista de músicas favoritas ou a uma lista de músicas banidas.

Em 2005, a funcionalidade do Audioscrobbler se junta ao Last.Fm, possibilitando o registro das informações tanto a partir da web rádio quanto a partir das músicas do usuário. Além desse registro e posicionamento das músicas e artistas mais ouvidos em um ranking, o ouvinte pode encontrar pessoas com preferências musicais semelhantes, artistas parecidos, receber e enviar recomendações musicais e indexar músicas e artistas. Com as obras de cada músico indexadas, é possível ouvir uma rádio de todas as canções indexadas com determinada tag, permitindo que a categorização das músicas da rádio dependa de certa inteligência

---

<sup>3</sup> <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/2888431.stm>

coletiva, dependendo do que cada usuário marca; como diz no texto de Gilberto Jr. para o portal Webinsider<sup>4</sup>:

A Last.Fm, aproveitando a inteligência coletiva dos milhares de usuários tagueando cada música, consegue definir com certa precisão aquilo que você gosta porque sempre ouviu e aquilo que você nunca ouviu, mas vai gostar. O assinante do serviço conhece músicas novas que nunca ouviu, mas que certamente tem grandes chances de gostar.

Posteriormente o sítio foi comprado pela CBS<sup>5</sup>, conglomerado norte-americano de várias empresas na área de entretenimento. Todo o serviço de web-rádio provido pela Last.Fm era gratuito, com uma conta paga para ouvintes e usuários que desejassem opções especiais. Porém, no final de março foi anunciado no blog do Last.Fm<sup>6</sup> que o serviço de web rádio da rede seria pago fora dos Estados Unidos, Alemanha e Reino Unido. Ficando somente os serviços de *scrobble* disponíveis gratuitamente para todos os países.

Porém, o mesmo blog anunciou em maio<sup>7</sup> algumas mudanças no serviço pago, como o *combo stations* – onde era possível ouvir uma combinação de diferentes artistas, e o *visual radio*, que é a exibição de um slide show com imagens relacionadas ao artista da música executada, trazendo uma união de várias mídias em um único suporte.

No final de agosto de 2008, no momento em que os microblogs começavam a ganhar espaço através de plataformas como o Twitter, surge o Blip.Fm,<sup>8</sup> serviço que une as características de um microblog com as de uma web rádio. Os embates com associações protetoras de direitos autorais se tornaram mais difíceis, já que as músicas reproduzidas não ficam armazenadas no servidor da rede, pois o mecanismo de pesquisa do serviço faz a busca pela internet.

Com estas características, o usuário não é somente um ouvinte, mas também um DJ de sua própria rádio, compartilhando suas preferências com outros ouvintes, que também possuem suas rádios, o que muda inclusive, as características unilaterais de uma rádio, possibilitando uma interação ainda maior do que a de uma web rádio comum.

Em sua página principal, o usuário encontra seus blips (termo utilizado para designar cada informação enviada ao Blip.Fm) junto com os blips de outros DJs favoritos, formando uma lista de reprodução única. Existe também a grande possibilidade de “viralização” de uma

<sup>4</sup> <http://webinsider.uol.com.br/index.php/2007/04/20/mecanismo-da-lastfm-e-uma-especie-de-radio-ideal/>

<sup>5</sup> [http://www.computerworld.com/s/article/9021918/CBS\\_ups\\_social\\_networking\\_ante\\_with\\_Last.fm\\_acquisition](http://www.computerworld.com/s/article/9021918/CBS_ups_social_networking_ante_with_Last.fm_acquisition)

<sup>6</sup> <http://blog.last.fm/2009/04/22/radio-subscriptions>

<sup>7</sup> <http://blog.last.fm/2009/05/06/lastfm-visual-radio>

<sup>8</sup> <http://nomadismocelular.wordpress.com/2008/09/24/blipfm-o-que-voce-esta-ouvindo/>

música, já que é o DJ pode retransmitir a música de outro DJ com apenas um clique, o que é conhecido como comunidade como *Reblip*.

### **Rádios de Babel**

Os serviços de web rádio e de difusão de músicas on-line como Last.Fm, Blip.Fm, MySpace, dentre vários outros disponíveis na internet, nos remete a algo próximo da Biblioteca de Babel, citada por Borges em seu conto de mesmo nome (BORGES, 1971). Segundo o texto, tal biblioteca era ilimitada, o que é exatamente a disponibilização de conteúdo da internet hoje, o que, evidentemente inclui os acervos musicais.

Há uma infinidade de músicas, de diferentes estilos e diferentes países. Isto tudo acessível em instantes, o que era impossível de se imaginar anteriormente através de outros suportes. Tudo isto é parte do que o sociólogo Manuel Castells chama de “cidade informacional”, caracterizada pela organização em redes e fluxos de informações a todo instante (CASTELLS, 1999).

Por um lado, são disponíveis conteúdos protegidos por direitos autorais, o que acaba trazendo problemas judiciais entre usuários e a indústria fonográfica. Porém, as facilidades de difusão de música promovem a produção para classes outrora impedidas de difundirem seus conteúdos por diversas barreiras, sejam estruturais ou tecnológicas.

De acordo com pesquisas acerca deste tema, tais acontecimentos podem ter ocasionado uma queda na venda de discos, mas por outro lado, equilibraram a lei de Copyright e beneficiaram a sociedade já que, apesar da evidente queda de vendas de discos, permitiram um alcance muito maior de público do que em outros suportes. Houve um notável crescimento na demanda de shows e tocadores de MP3, beneficiando a sociedade de produção, num caminho sem volta que leva ao fim da distribuição e venda de músicas da forma convencional, principal (quando não o único) suporte observado pela imprensa e especialistas. (OBERHOLZER-GEE; STRUMPF, 2009)

### **Ouvinte e produtor**

De acordo com Santaella (SANTAELLA, 2003), as mudanças criadas com o advento da internet e das redes sociais permite a todos serem, no caso da web rádio e de serviços como o Blip.Fm e Last.Fm, não somente consumidores e ouvintes, mas também difusor de sua

própria programação. Permite que artistas, outrora barrados pelos encargos financeiros de se produzir um CD, a divulguem suas músicas. Dá oportunidades a quem sempre teve tais dificuldades, mas encontram, com a facilidade de acesso a tais máquinas, viabilidade de expressar-se e divulgar seu trabalho para além de suas barreiras e de sua localidade, de maneira gratuita.

Tal gratuidade exige da indústria fonográfica uma nova forma de sobrevivência, seja continuando com o mesmo modelo de negócio com os arquivos MP3, comercializando-os, seja buscando aliança com outras empresas – principalmente de telecomunicações e informática que, por sinal, são as que saem beneficiadas com esta mudança, pois elas são essenciais para estes tipos de serviço (SANTAELLA, 2003) – ou ainda, voltando para suportes outrora obsoletos, como o Long Play, que conquista um número considerável de consumidores. O fato é que todas estas mudanças tecnológicas dão aos artistas uma oportunidade de agirem de forma independente, fazendo uso da internet por diversas redes sociais disponíveis. Todavia, ainda não foi encontrado um modelo ideal e definitivo para esta mudança.

No Brasil, vários grupos e artistas mostraram a viabilidade de difundir o som pela rede mundial e obter êxito fora dela, mostrando uma alternativa de sobrevivência neste novo contexto através de vendas de artigos relacionados ao grupo e também de CDs nos locais das apresentações.

Já mundialmente, vemos grupos que conquistaram seu público também se adaptando a esta nova realidade. Em 2008, o grupo inglês Radiohead lançou seu álbum “In Rainbows” de forma independente na internet, disponibilizando para download e, como uma forma moderna dos músicos de rua, o público define o preço – que, inclusive, podia ser zero. Para quem desejasse uma versão em disco, estaria disponível uma versão especial à venda. Tal ação, de acordo com alguns sítios de notícia<sup>9</sup>, foi de um resultado totalmente positivo para o grupo.

Já em 2009, o grupo islandês Sígur Ros fez além: Além de distribuir vários vídeos de apresentações e músicas em um servidor próprio, ainda disponibilizou através do site do grupo instruções de como efetuar download de suas músicas e vídeos através de várias plataformas.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> [http://diariodigital.sapo.pt/disco\\_digital/news.asp?id\\_news=27356](http://diariodigital.sapo.pt/disco_digital/news.asp?id_news=27356)

<sup>10</sup> <http://www.sigur-ros.co.uk/media/dldshare.php>

## **Conclusão**

Sem dúvidas, o surgimento e popularização da internet transformaram de uma vez por todas a forma de compartilhar informação entre outras pessoas e o meio musical é certamente um dos que mais estão sofrendo mudanças, fazendo com que a indústria fonográfica procure outros modelos de negócios e impulsionando o surgimento de novos artistas com uma facilidade muito maior do que em outros tempos. Atuar independente de gravadoras tornou-se algo mais facilitado, porém exige muito mais no que tange à qualidade sonora.

Estamos diante desta transformação que, apesar de muitas incertezas, tem a mudança de suporte como certa, tendo em vista a quantidade de grandes e tradicionais redes de lojas de discos fechando devido à queda no número de vendas e ao surgimento de novos artistas pela rede, numa mudança de atitude de antigos músicos e bandas.

## **Referências bibliográficas**

SANTAELLA, Lúcia (2003): Culturas e Artes do pós-humano – São Paulo, Paulus

CASTELLS, Manuel (1999) A Sociedade em Rede – Volume I – São Paulo, Paz e terra.

BORGES, Jorge Luiz (1971) El Aleph – Buenos Aires, Emecé

Tecnologia e Música Popular Brasileira - <http://tecnompb.pbworks.com> acessado em 18/04/2009

Website offers new view of music – <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/2888431.stm> acessado em 18/04/2009

CBS ups social networking ante with Last.fm acquisition – <http://computerworld.com> acessado em 08/09/2009

media.org - Internet Talk rádio – <http://museum.media.org/radio/> acessado em 18/04/2009

readwriteweb.com - <http://tinyurl.com/lastfmnewplayer> acessado em 18/04/2009

Last.fm Blog - <http://blog.last.fm/> acessado em 18/04/2009

crackunit.com - <http://tinyurl.com/10thingsblipfm> acessado em 18/04/2009

Nomadismo Celular - <http://tinyurl.com/sobreblipfm> acessado em 18/04/2009

Disco digital [http://diariodigital.sapo.pt/disco\\_digital/news.asp?id\\_news=27356](http://diariodigital.sapo.pt/disco_digital/news.asp?id_news=27356) acessado em 18/04/2009

'Mecanismo da Last.fm é uma espécie de rádio ideal', <http://webinsider.uol.com.br/> acessado em 18/04/2009

“sigur rós – peer to peer”, <http://www.sigur-ros.co.uk/media/dldshare.php> acessado em 23/09/2009