

DA FREQUÊNCIA CONVENCIONAL AO DIGITAL: FORMAS DE DIFUSÃO E INTERAÇÃO NA RÁDIO COMUNITÁRIA

From conventional frequency to digital: forms of broadcasting and interaction in community radio

De la frecuencia convencional a la digital: formas de radiodifusión e interacción en la radio comunitaria

André Crepaldi

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
Bauru – SP, Brasil

andre.crepaldi@unesp.br

<https://orcid.org/0000-0002-3229-3835> 

Eduardo Martins Morgado

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
Bauru – SP, Brasil

eduardo.morgado@unesp.br

<https://orcid.org/0000-0001-7974-1829> 

Resumo: As rádios comunitárias são amparadas pela lei 9.612/98 e caracterizadas por oferecer à comunidade um canal de comunicação aberto. Assim, este artigo é derivado da pesquisa de mestrado, cujo objetivo é discutir as formas de interação presentes na rádio comunitária Oeste FM, bem como as mudanças tecnológicas alicerçada no uso de meios digitais na difusão e recepção da programação. Para tanto, a investigação foi realizada com base em um estudo de caso, conduzido com apoio da pesquisa bibliográfica, documental, entrevista semiestruturada, estudo da usabilidade e *design* da homepage e estudo da programação. A sustentação teórica que permitiu conceituar assim como classificar os tipos de interação, decorreu sobretudo de Primo e Cassol (1999) Primo (2007), Thompson (1998; 2018) e Kischinhevsky (2016). Os resultados evidenciam a presença de meios digitais utilizados para difundir a programação, atrair audiência e proporcionar novas formas de interação, ainda que um conjunto de ações implicam a prática da comunicação comunitária na estação investigada.

Palavras-chave: Rádio comunitária; transformação no rádio; difusão; rádio comunitária Oeste FM; interação.

Abstract: Community radio stations are low-power stations, protected by law 9.612/98, and characterized by offering the community an open communication channel. Thus, this article is derived from the master's

research, whose objective is to discuss the forms of interaction present in the community radio station Oeste FM, as well as the technological changes based on the use of digital media in the broadcasting and reception of programming. To this end, the investigation was carried out based on a case study, conducted with the support of bibliographic and documentary research, semi-structured interviews, a study of the usability and design of the homepage and a study of the programming. The theoretical support that allowed the conceptualization and classification of the types of interaction came mainly from Primo and Cassol (1999), Primo (2007), Thompson (1998; 2018) and Kischinhevsky (2016). The results demonstrate the presence of digital media used to broadcast programming, attract audience and provide new forms of interaction, although a set of actions imply the practice of community communication in the station investigated.

Keywords: Community radio; radio transformation; broadcasting; Oeste FM community radio; interaction.

Resumen: Las radios comunitarias están amparadas por la Ley 9.612/98 y se caracterizan por ofrecer a la comunidad un canal de comunicación abierto. Este artículo, derivado de una investigación de maestría, tiene como objetivo analizar las formas de interacción presentes en la radio comunitaria Oeste FM, así como los cambios tecnológicos basados en el uso de medios digitales para la difusión y recepción de la programación. Para ello, la investigación se llevó a cabo mediante un estudio de caso, apoyado en investigación bibliográfica y documental, entrevistas semiestructuradas, estudio de usabilidad, *design* de la página web y análisis de la programación. El marco teórico que permitió conceptualizar y clasificar los tipos de interacción se basó principalmente en Primo y Cassol (1999), Primo (2007), Thompson (1998; 2018) y Kischinhevsky (2016). Los resultados evidencian la presencia de medios digitales utilizados para difundir la programación, atraer audiencia y proporcionar nuevas formas de interacción, aunque un conjunto de acciones implica la práctica de la comunicación comunitaria en la emisora investigada.

Palabras-clave: Radio comunitaria; transformación de la radio; radiodifusión; Radio Comunitaria Oeste FM; interacción.

Introdução

As rádios comunitárias (RadCom), fruto de movimentos oriundas da base, são estações caracterizadas pela atuação direta na comunidade ao promover uma programação em atendimento aos interesses e necessidades dos membros da comunidade. Quando bem idealizadas, desempenham um papel fundamental ao difundir um conjunto de ações, que incluem a defesa à educação informal, diversidade cultural, prestação de serviço, segurança pública, dentre tantos outros. Uma emissora desta natureza viabiliza a participação local ao oportunizar que vozes sejam ouvidas e valorizadas.

A RadCom atua como um instrumento de desenvolvimento econômico e social. Além disso, ela atende demandas da comunidade e promove o envolvimento dos moradores nas ações elegidas, encorajando sujeitos a se expressar diretamente. A atuação nesta configuração promove o sentimento de pertencimento da comunidade e constrói laços com a emissora.

Contudo, destaca-se que uma rádio desta natureza não deve ser dirigida ao entretenimento. A programação dela não se resume aos programas musicais, comumente presentes nas emissoras comerciais, do mesmo modo que os espaços de participação não

se devem destinar exclusivamente ao entretenimento. É importante a participação da comunidade tenha uma função mais ampla, envolvendo os moradores em todas as instâncias da gestão.

Há uma relação expressiva de aspectos a se avançar no serviço de radiodifusão comunitária. A lei 9.612/98, regulamentadora de tal serviço, é extremamente restritiva ao trazer determinações que dificultam a sobrevivência e manutenção das emissoras. O pouco que se arrecada em uma rádio comunitária é insuficiente para arcar com despesas básicas, realizar possíveis manutenções e investir em melhorias técnicas, conforme ressalta Amarante (2012).

Para superar as dificuldades, têm sido implementadas estratégias recorrentes as tecnologias de informação e comunicação (TIC). Se, de um lado, a possível digitalização do sinal (analógico) tem excluído as rádios comunitárias ao não considerar suas especificidades técnicas, por outro lado, as tecnologias digitais têm sido instrumentos essenciais na manutenção de requisitos básicos e na criação de novas experiências.

Neste sentido, este artigo é derivado da pesquisa de mestrado, cujo objetivo é discutir as formas de interação presentes na rádio comunitária Oeste FM, assim como as mudanças tecnológicas alicerçadas no uso de meios digitais na difusão e recepção da programação. A investigação foi realizada com base em um Estudo de Caso, conduzido com apoio da pesquisa bibliográfica, documental, entrevista semiestruturada, estudo da usabilidade e *design* da homepage estudo da programação. Buscou-se amparo teórico nos conceitos alicerces de Primo e Cassol (1999), Primo (2007), Thompson (1998; 2018), Thompson (2018) e Kischinhevsky (2016).

Transformações do Rádio: A Radiomorfose

As previsões sobre a morte do rádio pós surgimento de uma relação de tecnologias não foram concretizadas. Historicamente, o referido meio de comunicação vivenciou constantes incertezas quanto a sua existência. O crescimento da internet no século XXI impulsionou o debate sobre a existência do rádio. O fantasma de extinção permeia novamente os estúdios, trazendo angústias e incertezas aos radiodifusores e gerando confusão entre os estudiosos do meio (Meditsch, 2001). Para o autor, a ameaça agora se chama internet, cuja existência se prevaleceu e cogitou a devoração do rádio e das demais mídias que antecederam até mesmo a televisão (Meditsch, 2001).

Ainda que previsões não foram concretizadas, a incerteza sobre o futuro do rádio ainda é observada por alguns pesquisadores. Para Meditsch (2001, p. 03), “o rádio não vai desaparecer nem vai ser engolido pelo novo meio — vai continuar existindo, convivendo com a internet, e fortalecido pelas possibilidades abertas com as novas tecnologias”. Azevedo e Madeiro (2017) recorda que nos últimos anos houve uma redução no número de casas com aparelhos receptores analógicos, porém aumentaram a recepção por meio de dispositivos digitais.

Prata (2013), de sua parte, afirma que o rádio dos anos 50, aliado ao processo de transformação, isto é, a radiomorfose, superou o surgimento da televisão e conquistou novas linguagens. A autora recorda que o rádio não morreu, mas se transformou e continua a se transformar diante do impacto de novas tecnologias e linguagem.

A ascensão de uma nova tecnologia não representa a morte do rádio. Os avanços tecnológicos trouxeram mudanças que permitiram ao meio se reinventar. Prata (2008a, p. 34) lembra que “duas rupturas marcam a história da radiofonia, justamente por causa da tecnologia. A primeira ruptura foi com o advento da TV [...]; a segunda acontece agora, com a digitalização que, certamente, apontará novos rumos para o invento de Marconi”.

De fato, as transformações ressignificaram o que até então se conhecia sobre o rádio, proporcionando questionamentos sobre seu conceito mediante diferentes possibilidades de difusão, recepção e interação. Meditsch (2001, p. 229) definiu o rádio:

Se não for feito de som não é rádio, se tiver imagem junto não é mais rádio, se não emitir em tempo real (o tempo da vida real do ouvinte e da sociedade em que está inserido) é fonografia, também não é rádio. É uma definição radical, mas permite entender que o rádio continua rádio (como meio de comunicação) mesmo quando não transmitido por onda de radiofrequência. E permite distinguir uma web rádio (em que ouvir só o som basta) de um site sobre rádio (que pode incluir transmissão de rádio) ou de um site fonográfico. Minha aposta é que o rádio assim definido - um —meio de comunicação que transmite informação sonora, invisível, em tempo real — vai continuar existindo, na era da internet e até depois dela, e vai ser aperfeiçoado pelos [sic] novas tecnologias que estão por aí e ainda por vir, sem deixar de ser o que é (Meditsch, 2001, p. 229).

Em tempos de convergência, o rádio se transforma ao introduzir diferentes as formas de difusão, recepção e interação. Tradicionalmente, a transmissão, a escuta e participação do público têm se transformado. As emissoras, entre elas, as comunitárias, empregam aplicativos, redes sociais, websites, dentre outros, para ampliar as experiências, utilizando-se de múltiplas linguagens, como texto, imagem, vídeo e hiperlinks.

Segundo Haandel e Ramos (2014, p. 13), com as redes sociais há uma possibilidade “maior de interação com os usuários em relação ao uso simples de seu espaço virtual (o

website da *webradio*), pelo simples fato destas redes reunirem em si milhares de usuários e que muitos se identificam com as emissoras e as seguem”. Ao utilizar-se delas, aumentam-se as relações entre ouvintes, bem como comunidade e emissora. A difusão via website, aplicativos e/ou redes sociais são características do novo rádio, assim como aspectos relevantes do rádio expandido (Kischinhevsky, 2016).

Para Azevedo e Madeiro (2017, p. 115), “o *streaming* trouxe uma revolução ao mundo do rádio e ganhou fôlego após a popularização da internet 3G, com a capacidade de transmitir som de qualidade para aparelhos de celular e *tablets*”. Além dessas transmissões, há uma oferta de conteúdo sob demanda, fruto do podcast que, segundo Prata (2008a, p. 74), “é um neologismo criado pela união das palavras *pod* (do tocador de MP3 da Apple, *iPod*) com *casting*, sinônimo de transmissão, em inglês”.

Trata-se de um formato sob demanda, assíncrono, distribuído em algumas plataformas, permitindo ao ouvinte acessar e ouvir, no tempo em que desejar. Além disso, “com ele, pode-se assinar determinada “estação”, numa página da internet, e a partir daí um programa agregador busca automaticamente, sempre que o computador estiver conectado, toda transmissão veiculada naquele endereço” (Kischinhevsky, 2009, p. 230).

Depreende-se que a escuta se dá de diversas formas, tanto nos meios digitais como no aparelho convencional. As tradicionais e novas formas de transmissão e escuta coexistem e compõem o rádio atual, caracterizado pela capacidade de unificar tecnologias e linguagens. Segundo Prata (2008a), a *internet* é um espaço em que práticas comunicativas se reconfiguram e os tradicionais gêneros do rádio apresentam novos elementos textuais e imagéticos. Ele é um “meio de comunicação que transmite informação sonora, invisível, em tempo real. A informação sonora poderá vir acompanhada de textos e imagens, mas estes não serão necessários para a compreensão da transmissão” (Prata, 2008a, p. 71).

O rádio abre uma nova via de expansão e, conseqüentemente, também exige a ampliação de seu conceito para integrar as mudanças produzidas: ouve-se, vê-se, intervém-se por escrito e oralmente, participa-se, conversa-se por chat. A ciberrádio é delimitada por um conjunto de elementos que precisam ser destacados, ainda que de maneira sucinta. O mais importante, neste momento, não é insistir nos instrumentos técnicos requeridos para essa ciberrádio, mas nos elementos que modificam a concepção tradicional do rádio e na dimensão comunicativa e expressiva que ela proporciona (Cebrián Herreros, 2008, p. 25, tradução nossa).

Ao observar as mudanças fruto da convergência tecnológica, Kischinhevsky (2016) definiu o rádio como um meio expandido. Para este autor, o meio transbordou para os meios digitais, entre eles, celular, computador, *tablet*, notebook e TV por assinatura. O rádio

expandiu também para as redes sociais, adequando as linguagens dessas redes e produzindo conteúdo para os novos ouvintes (Kischinhevsky, 2016).

Ao transbordar, ele pode ser acessado mediante diferentes dispositivos. Na era da convergência, a transmissão e escuta são decorrentes de equipamentos e plataformas virtuais. Assim, os dispositivos são os novos aparelhos receptores de rádio (Kischinhevsky, 2016).

Num cenário de crescente convergência midiática, o rádio foi forçado a se reinventar mais uma vez e, surpreendentemente, mostrou maior capacidade de reação do que outros meios de comunicação – notadamente, o segmento de jornais, com a acentuada erosão das tiragens dos diários de referência. Relegado a um papel de coadjuvante desde a popularização da TV, o rádio renasce amalgamando-se à rede mundial de computadores e às redes de telefonia móvel, encontrando novos e diversificados canais de distribuição (Kischinhevsky, 2016, p. 13).

O comportamento dos ouvintes também se diferencia em alguns aspectos, que passam a exigir conteúdo de qualidade e espaços de interação, importante para impulsionar a audiência, pois a “participação do público, mencionado ou não na programação em ondas *hertzianas*, estabelece um novo nível de diálogo, mesmo que em bases desiguais” (Kischinhevsky, 2016, p. 107). Nesta perspectiva, Prata (2008a, p. 53) afirma que as possibilidades de transmissão radiofônica podem ser definidas em dois modelos, a saber:

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

Segundo a autora, as emissoras podem ser classificadas em dois modelos. O primeiro modelo inclui as estações *hertzianas* com transmissões via ondas eletromagnéticas, cuja presença ocorre apenas pelo *dial*. O segundo se divide em duas possibilidades, tais como: emissoras *hertzianas* com transmissão pela internet via *streaming*, comumente pelo website e, por fim, emissoras com transmissões exclusivamente pela *internet*, também conhecidas como *webrádio* (Prata, 2008a).

De fato, a *internet* estabeleceu um novo conceito de rádio e lhes proporcionou novas práticas. A partir das tecnologias digitais, é possível engajar o público, podendo aumentar a audiência e até mesmo a receita com anunciantes. Tais oportunidades tem se mostrado atraentes as emissoras comunitárias, que sofrem diariamente devido as inúmeras restrições previstas.

Interatividade e Interação no Rádio

Os termos interatividade e interação têm sido amplamente abordados. Segundo Carneiro (2019, p. 94), “a interatividade é o potencial interativo que um sistema pode oferecer, ou seja, refere-se ao quanto os participantes se comunicam ou quanto o usuário e o sistema interagem”. Para Lemos (1997, p. 01), “o que compreendemos hoje por interatividade, nada mais é que uma nova forma de interação técnica, de cunho ‘eletrônico-digital’, diferente da interação ‘analógica’ que caracterizou os media tradicionais” (Lemos, 1997, p. 01). Para este mesmo autor, interatividade é “uma ação dialógica entre o homem e a técnica” (Lemos, 1997, p. 01).

Este mesmo autor exemplifica a interatividade pela relação com os meios tecnológicos e relações no trânsito. A situação do motorista no trânsito pode ser considerada interativa na medida em que se encontra mediante uma interação com uma máquina de semáforo, classificada como analógica e eletromecânica. Além deste exemplo, há também interação entre motorista e carros, definida pelo autor como interação social. Nos casos elencados, há dois tipos de interação, sendo, a interação técnica, conhecida como analógico-mecânica, e a interação social (Lemos, 1997).

O autor complementa que a interação pode ser classificada também quanto aos níveis de interação considerando o aparelho receptor de televisão. Nesta perspectiva, enumera o grau de interação da televisão de acordo com o seu desenvolvimento tecnológico, visando a classificação em quatro níveis, a saber: 0, 2, 3 e 4. No nível de interação 0, o televisor possui um ou dois canais, sendo a imagem dos canais preto e branco. Neste nível de interação, há uma limitação na ação de troca de canal, ajuste do brilho e contraste, controle sobre o volume (aumentar e diminuir) e ligar e desligar o aparelho. Posteriormente, surge a TV em cores e controle remoto, proporcionando a troca de canais, prática conhecida como “*zap*ear”, ou seja, navegar pela lista de canais disponíveis. A invenção do controle permitiu ao telespectador autonomia frente ao aparelho de televisão (Lemos, 1997).

Por sua vez, no nível 2 de interação surgem outros equipamentos tecnológicos, tais como videogames, câmeras portáteis, videocassete, etc., que são incluídos na televisão e possibilitam ao telespectador executar diversas ações, como jogar, ver vídeo, gravar e assistir aos programas, oportunizando ao telespectador autonomia na escolha de horários e se libertando do fluxo da televisão (Lemos, 1997).

No nível 3, a interação se intensifica e começa a se aproximar de uma interatividade de cunho digital. Neste nível de interação, o usuário pode interferir no conteúdo das emissões, telefonando, enviando e-mail ou fax (Lemos, 1997). Neste nível de interação é possível citar como exemplos programas que incentivam a participação do público, como o *Você Decide* da Rede Globo, caracterizado pela possibilidade de interferência do telespectador.

Por fim, o nível 4 de interação, que surge a partir da televisão digital, caracterizado pela capacidade de oportunizar a participação do telespectador em tempo real. Este nível de interação possibilita a escolha de ângulos, bem como câmeras, informações adicionais de programas, publicidade em tempo real, entre outros (Lemos, 1997).

Assim, além da interatividade técnica de tipo “analógico-mecânica” e da interação social, podemos dizer que os novos *media* digitais vão proporcionar uma nova “qualidade” de interação, ou o que chamamos hoje de “interatividade”: uma interação técnica de tipo “eletrônico-digital”, correspondendo à superação do paradigma “analógico-mecânico”. Aqui, acirra-se a querela entre novos e velhos media (Lemos, 1997, p. 2-3).

Para Primo e Cassol (1999, p. 68), “a interatividade digital seria um tipo de relação tecno-social. Seria um diálogo, uma conversação entre homens e máquinas, em tempo real, localizadas em uma zona de contato, zonas de negociação, as interfaces gráficas”. Desse modo, as transformações digitais proporcionaram mudanças nas relações humanas e mediadas, intensificando o fluxo de informações. Por conta disso, os meios digitais possuem recursos interativos e viabilizam enviar e receber informação simultaneamente, construindo relações horizontais e descentralizando a informação.

É importante observar as mudanças recentes nos processos interativos, em que foram modificadas o modo de difusão de “Um-Todos” para “Todos-Todos”, como recorda Lemos (1997). Este autor afirma que “com a entrada das tecnologias digitais, novas formas de circulação da informação surgem. Ao modelo ‘Um-Todos’ dos media tradicionais, opõe-se o modelo ‘Todos-Todos’, ou seja, uma forma descentralizada e universal” (Lemos, 1997, p. 3).

Para Thompson (1998, p. 77), “o desenvolvimento dos meios de comunicação cria novas formas de ação e de interação e novos tipos de relacionamentos sociais - formas que são bastante diferentes das que tinham prevalecido durante a maior parte da história humana”. Tendo em vista o desenvolvimento dos meios de comunicação, Lemos (1997) tratou de definir a interatividade classificando-a em três níveis, não excludentes, sendo: técnico “analógico-mecânico”, técnico “eletrônico-digital” e “social” (Lemos, 1997).

Podemos compreender a interatividade digital como um diálogo entre homens e máquinas (baseadas no princípio da micro-eletrônica), através de uma “zona de contato” chamada de “interfaces gráficas”, em tempo real. A tecnologia digital, possibilita ao usuário interagir, não mais apenas com o objeto (a máquina ou a ferramenta), mas com a informação, isto é, com o “conteúdo”. Isso vale tanto para uma emissão da televisão interativa digital, como para os ícones das interfaces gráficas dos microcomputadores (Windows, por exemplo). A interação homem-técnica (analógica ou digital), tem evoluído, a cada ano, no sentido de uma relação mais ágil e confortável. Vivemos hoje a época da comunicação planetária, fortemente marcada por uma interação com as informações (“bits”), cujo ápice é a realidade virtual (Lemos, 1997, p. 3).

Conforme Primo e Cassol (1999, p. 77), “entende-se interação como ‘ação entre’. Isto é, recusa-se a valorização ou do chamado ‘emissor’ ou do ‘receptor’, para se deslocar a investigação para o que ocorre entre os interagentes, isto é, a interação, as ações entre eles, as mediações”. Nesse mesmo contexto, Primo (2007, p. 13) define a interação como “‘ação entre’ os participantes do encontro (Inter+ação)”.

A partir dos estudos dos processos de interação, é essencial compreender a ideia de interação a partir das relações sociais. Primo (2007) investiga os processos de interação mediante ao que ocorre nas relações entre os interagentes, para então, apresentar o estudo da interação mediada por computador, dividida em dois tipos: interação mútua e interação reativa.

A interação mútua é aquela em que ocorre a liberdade criativa e apresenta autonomia do usuário na resposta. Não há fronteiras preestabelecidas, pois as respostas são livres e interferem no processo e resultado das relações entre os interagentes (Primo, 2007). O segundo sistema de interação, ou seja, interação reativa, há possibilidades predeterminadas de escolhas (videogames, aparelhos celulares convencionais, etc.). Estas interações são pouco livres, caracterizadas por escolhas predeterminadas e com pouca possibilidade de envio de respostas pelo usuário. Ainda, as respostas são previstas e condicionadas a um estímulo, por esta razão, é definida como interação reativa (Primo, 2007).

No sistema de interação mútua predomina a autonomia de resposta nas relações entre os interagentes, sem que haja controle, fronteiras e opções predefinidas. Por outro lado, o sistema de interação reativo se constitui pelo controle do emissor que, ao mesmo tempo, define a direção do processo. O interagente não possui controle e liberdade sob a

navegação, pois se limita nas opções predeterminadas (Primo, 2007).

Para Thompson (1998), o desenvolvimento das tecnologias digitais faz surgir uma complexa reorganização das formas de interação humana. Ou seja, as interações foram se modificando com o surgimento de novos meios de comunicação, dissociando-se do ambiente físico. Assim, a interação se dissocia do espaço e tempo, oportunizando aos indivíduos a interação sem a necessidade de presença (Thompson, 1998).

Este autor classifica as interações em três tipos: interação *face a face*, interação mediada e quase-interação mediada. O primeiro tipo de interação corre em um contexto de presença, a qual os participantes estão situados no mesmo tempo e espaço. Os indivíduos trocam informações e o uso de expressões denotativas, como “aqui”, “agora” e “aquele” são frequentes. A partir do fluxo de informação e comunicação (ida e volta), a interação *face a face* possui caráter dialógico, isto é, os receptores podem responder às mensagens dos produtores de modo que são, ao mesmo tempo, receptores e produtores (Thompson, 1998).

Na interação mediada, por sua vez, as relações ocorrem por meio de algum meio técnico, tais como cartas, telefone fixo, celular, papel, ondas eletromagnéticas, etc. Os recursos precisam possibilitar o envio de informações. Ao contrário da interação *face a face*, na interação mediada os participantes podem estar em contextos de tempo e espaço distintos na troca de informações. Do mesmo modo que na interação *face a face*, o caráter do fluxo de informação é dialógico (Thompson, 1998).

Finalmente, se tem a quase-interação mediada, cujas interações sociais são estabelecidas pelos meios de comunicação de massa, como jornal, televisão, rádio, livro, revista, etc. Esse tipo de interação implica diversas informações e conteúdo disponíveis no tempo e espaço. Nas interações *face a face* e mediadas, os participantes são estimulados pela troca de informações de outros participantes, diferentemente da quase-interação mediada em que o fluxo de informação e conteúdo são transmitidos para diversos receptores, sem que possam na maioria das vezes responder. Nesta forma de interação, o caráter do fluxo de informação e comunicação é monológico, ou seja, apresenta sentido único (Thompson, 1998).

Contudo, à luz das transformações digitais e do expressivo crescimento da internet, como recorda Thompson (2018), é necessário revisar a teoria da mídia delineada em 1998 na obra *A mídia e a modernidade*. Nessa perspectiva, o referido autor acrescenta um novo tipo de interação, o qual denomina de interação mediada on-line. Segundo Thompson (2018, p. 20), “o que quero captar com esse conceito são as novas formas de ação e

interação que foram criadas pela comunicação mediada por computador que ocorre em ambientes on-line”, incluindo, além do computador, notebook, tablet, celular, dentre outros dispositivos.

A interação mediada on-line, “envolve a extensão das relações sociais através do espaço e do tempo e certo estreitamento no leque de pistas simbólicas” (Thompson, 2018, p. 20). Tais particularidades desse tipo de interação ocorrem a partir de dois aspectos, pois “diferentemente da quase-interação mediada, é de caráter dialógico; e, ao contrário da interação mediada (por exemplo, conversas telefônicas), é orientada para uma multiplicidade de outros destinatários — é de muitos para muitos, e não de um para um” (Thompson, 2018, p. 20).

Nesse campo de conceitos, o quadro a seguir apresenta as características e o caráter do fluxo de informações, dividido em monológico e dialógico.

Quadro 1 - Tipos de interação

Tipos de interação	Constituição espaço-temporal	Gama de pistas simbólicas	Grau de interatividade	Orientação da ação
Interação face a face	Contexto de copresença	Completa	Dialógica	Outros em copresença
Interação mediada	Estendida no espaço e no tempo	Limitada	Dialógica	Um para um
Quase-interação mediada	Estendida no espaço e no tempo	Limitada	Monológica	Um para muitos
Interação mediada on-line	Estendida no espaço e no tempo	Limitada	Dialógica	Muitos para muitos

Fonte: Thompson (1998, 2018).

De acordo com Thompson (2018), as formas de interações anunciadas não são fixas, pois com o desenvolvimento tecnológico e surgimento recente de novas mídias, mudam as formas de interação. Em conformidade com Lemos (1997, p. 7), “a tendência do século XXI é ser o século da interatividade digital, cuja característica principal é a manipulação ‘hipertextual’ da informação”.

Rádio Comunitária Oeste FM

A rádio comunitária Oeste FM foi fundada pelo pai do atual presidente da associação.

Na época, foi observado a ausência de espaço da região Oeste de Cascavel-PR nos meios de comunicação convencionais, fator decisivo para a criação da estação. O processo de fundação durou aproximadamente sete anos, sendo que, no decorrer do percurso, o pai do então presidente veio a falecer e, desde então, seu filho deu continuidade aos trâmites.

A Oeste FM obteve outorga mediante a portaria nº 261 de 8 de julho de 2011 para transmitir no canal 285 (corresponde à frequência de 104,9 MHz), sob prefixo na Anatel ZYX861. Na época, o atual presidente exercia a função de presidente da Sociedade Rural do Oeste do Paraná, então, optou por instalar a emissora na sede da referida sociedade. A Sociedade Rural é uma associação privada, fundada em 28 de outubro de 1980 e está situada na Rodovia BR 277, S/N, Km 596, no Parque de Exposições Celso Garcia Cid, Cascavel-PR.

Sendo assim, a emissora é gerida pela Associação Comunitária de Comunicação e Cultura do Município de Cascavel (ACCMC), cuja fundação deu-se em 28 de setembro de 2006 e possui sede na Rodovia BR 277, S/N, KM 596, no Parque de Exposições Celso Garcia Cid. Trata-se, pois, de uma associação privada que exerce atividades em defesa aos direitos sociais vinculados à cultura e arte. Além disso, busca promover a informação, cultura e educação, atuando na defesa dos interesses da comunidade e na mediação entre o poder público municipal.

Posterior as etapas de fundação e definição da sede, foi realizado as instalações técnicas de estúdio de transmissão. Havia uma preocupação em definir um profissional para assumir a direção-geral e artística. Não foi possível delinear um membro da associação para tal função, então, foi contatado uma profissional da região, que detinha aproximadamente 10 anos de experiência com RadCom. Após a primeira reunião envolvendo o presidente da associação e a profissional que assumiria a gestão, ambas as partes oficializaram um acordo e celebraram um contrato. Em seguida, foi definido o planejamento técnico e conclusão dos últimos ajustes nos estúdios de transmissão e, também, no de edição e captação de áudio. Por fim, definiu-se a programação musical, instalação de softwares específicos e produção da plástica.

Historicamente, a primeira transmissão, em caráter experimental, ocorreu no dia 13 de julho de 2015, às 10h, com exibição do programa *As Mais Mais da Manhã*, com duração de duas horas. O programa foi apresentado pela então direção-geral e artística. Durante um mês, apenas a profissional em questão compôs a equipe, porém no mês seguinte um locutor de outra emissora ingressou na emissora.

Com o tempo, outros profissionais foram integrados na Oeste FM, assumindo

funções importantes. O perfil da referida emissora é caracterizado pela presença de programas no formato de entretenimento, com muita música sertaneja e gaúcha, contemplando significativamente a participação da comunidade neste aspecto.

Por último, a fundação da rádio Oeste FM teve vínculo direto com a Sociedade Rural do Oeste do Paraná, bem como foi um fator determinante para escolha da sede. Contudo, o vínculo foi rompido em 2019 após decisão oficializada entre as partes, incidindo na gestão, que desde então, passou a ter um caráter autônomo.

Resultados

Esta parte objetiva: a) discutir as formas de interação presentes na rádio comunitária Oeste FM; b) as mudanças tecnológicas alicerçada no uso de meios digitais na difusão e recepção da programação. Assim, foram identificadas interações nos meios digitais, sobretudo WhatsApp e Facebook e website, respectivamente. As interações nestes espaços são do tipo mediada on-line ao dispor de mediação por computador (Thompson, 2018). Além disso, constatou-se interações no estúdio de transmissão durante os programas ao vivo e via telefone.

O quadro a seguir apresenta a matriz de possibilidades de interação, classificadas a partir dos conceitos de Thompson (1998, 2018) e Primo (2000, 2007).

Quadro 2 - Matriz de resultados das possibilidades de interação identificadas

	Canal/Meio	Tipo de interatividade ou interação	Fluxo de informação	Mútua/Reativa
Meios Digitais	WhatsApp	Mediada on-line	Dialógica	Reativa/Mútua
	Facebook	Mediada on-line	Dialógica	Reativa/Mútua
	Website	Mediada on-line	Dialógica	Reativa
Estúdio de transmissão ou meios analógicos	Ao vivo no estúdio de transmissão	<i>Face a Face</i>	Dialógica	Reativa/Mútua
	Produção de Programa	<i>Face a Face</i> Mediada Quase-interação mediada	Monológica Dialógica	Reativa/Mútua
	Telefone	Mediada	Dialógica	Reativa/Mútua

Fonte: Produção própria dos autores.

As interações nos meios digitais são mediadas on-line, reativas e mútuas, enquanto que as interações no estúdio de transmissão são do tipo *face a face* e quase-interação mediada, além de reativas e mútuas. Boa parte delas é do tipo reativas, preestabelecidas

e se restringem ao pedido de música. Ainda, foram identificadas interações do tipo mútua, mas menos visíveis.

Há interações no website, também vinculadas ao entretenimento. Na homepage foram encontrados espaços de interação por meio dos hiperlinks, assim como espaço reservado ao pedido de música e botão para escuta da programação via *streaming*.

O quadro a seguir apresenta os resultados com base nos conceitos de Thompson (Thompson, 1998, 2018) e Primo (2000, 2007).

Quadro 3 - Interação no website

			Tipo de interatividade ou interação	Mútua/Reativa
Hiperlinks	Seções das páginas	Seções das páginas	Mediada on-line	Reativa
	Redes sociais e contato	E-mail	Mediada on-line	Reativa
		Facebook	Mediada on-line	Reativa
		Instagram	Mediada on-line	Reativa
		Telefone	Mediada on-line	Reativa
		WhatsApp	Mediada on-line	Reativa
	Equipe	Equipe de locutores	Mediada on-line	Reativa
	Misticismo	Cupido do amor	Mediada on-line	Reativa
		Tarot	Mediada on-line	Reativa
	Publicidade	Anúncio <i>Internet Fibra</i>	Mediada on-line	Reativa
		Cartas e Tarot	Mediada on-line	Reativa
	Horóscopo	Signos do Horóscopo	Mediada on-line	Reativa
Campo	Peça sua música	Pedido musical	Mediada on-line	Reativa
Botão	Play/Pause	Programação via <i>streaming</i>	Mediada on-line	Reativa

Fonte: Produção própria dos autores.

Os hiperlinks, campo para pedido de música e botão para escuta, são do tipo interação mediada on-line e reativas. As interações nestes espaços são preestabelecidas e oriundas substancialmente do pedido de música. Os recursos do website são utilizados em sua grande parte ao entretenimento e pouco exploram outras possibilidades. A investigação mostrou que o website se destina às transmissões via *streaming*, informações sobre a emissora, previsão dos astros, mensagem de reflexão e pedido de música.

Há interações no estúdio de transmissão nos programas ao vivo, produção de programa pela comunidade e interações mediadas via telefone fixo. As interações no estúdio de transmissão são do tipo *face a face*, pois são caracterizadas pela troca de informações entre locutor e ouvinte.

As interações nos programas produzidos pela comunidade ocorrem geralmente pelo celular e/ou aparelho de telefone fixo e são via fluxo de informações dialógico (ida e volta). Constatou-se interações do tipo quase-interação mediada, cujo fluxo de informação e conteúdo são transmitidos para muitos receptores, sem que possam, geralmente, responder (Thompson, 1998). Ainda, nos programas produzidos predominam interações do tipo quase-interação mediada, enquanto as interações oriundas via telefone fixo são mediadas por ocorrer por meio de um meio técnico (Thompson, 1998).

As interações nos programas ao vivo são mediadas pelo telefone fixo e são por vezes via caráter de fluxo de informação dialógico, marcado pela presença em sua maioria de interações reativas, derivadas de estímulos preestabelecidos. Todavia, também foram identificadas nestes programas interações mútuas nas relações.

Os resultados permitiram desenvolver a matriz geral com a sistematização das informações, incluindo as interações nos diferentes meios e canais.

Quadro 4 – Matriz das possibilidades de interação identificadas com maior frequência

	Canal/Meio		Tipos de Interação
Meios Digitais	1ª	WhatsApp	Mediada on-line
	2ª	Facebook	Mediada on-line
	6ª	Website	Mediada on-line
Estúdio de transmissão ou meios analógicos	3ª	Telefone fixo	Mediada
	4ª	Ao vivo no estúdio de transmissão	<i>Face a Face</i>
	5ª	Produção de Programa	<i>Face a Face</i> Mediada Quase-interação mediada

Fonte: Produção própria dos autores.

As tecnologias digitais são mais utilizados e oportunizam uma quantidade superior de interações. Por outro lado, o estúdio de transmissão e meios analógicos e convencionais são espaços que proporcionam interações, mas em uma quantidade inferior. Por fim, interações do tipo mediada on-line são mais frequentes, ainda que interações *face a face* e quase-interação mediada também foram observadas.

Discussão

Os achados da pesquisa indicam uma maior presença de possibilidades e, consequentemente, interações nos meios digitais. Observou-se que tais meios ampliam a

audiência sobretudo pelas transmissões via *streaming*. Há ferramentas de interação no website, mas a homepage necessita de uma revitalização, a fim de que as ações neste ambiente não se resumam as interações reativas. Por fim, as interações nos meios digitais são do tipo mediada on-line e, geralmente, reativas, sendo que as plataformas mais usadas são o WhatsApp e Facebook. Por outro lado, constatou-se nos programas produzidos interações *face a face*, assim como mediadas via telefone fixo, porém boa parte também é preestabelecida.

Apesar de as interações *face a face*, derivadas dos programas produzidos, não ser as mais frequentes, são as que mais proporcionam interações aprofundadas no sentido de liberdade de expressão. Contudo, é importante oferecer à comunidade mais espaço para que ela possa participar ativamente na produção de programas que atendam aos interesses da comunidade.

A rádio investigada utiliza meios digitais na transmissão da programação e dispõem de interações mediante inúmeras tecnologias digitais (*streaming*, website, *lives* e redes sociais), bem como faz uso de plataformas virtuais para atrair a audiência, entre elas, WhatsApp e Facebook. No entanto, dos ambientes virtuais carece de profundidade nas relações, ou seja, podem ser melhor explorados para promover espaços abertos ao povo em atendimento aos pressupostos básicos da comunicação comunitária.

Embora a emissora utilize diferentes tecnologias como instrumentos de transmissão e interação, há uma grande concentração de programas de entretenimento na programação. As interações derivadas deste formato de programa não proporcionam relações aprofundadas entre comunidade e emissora, tão pouco traz autonomia à comunidade no que se refere à gestão democrática e participativa, aspectos fundamentais de uma RadCom.

Há um distanciamento da emissora no que se refere aos preceitos básicos de uma rádio comunitária. As práticas constatadas não atendem efetivamente o caráter de uma RadCom, a qual se mostram muito mais próximas aos formatos de uma emissora do tipo comercial. É observado que os sujeitos da comunidade envolvidos se preocupam muito mais em utilizar os espaços como meios para engajar a audiência e gerar participações que se limitam ao pedido de música, em vez de promover experiências baseadas no envolvimento ativo da comunidade, a fim de construir um veículo de comunicação que defenda os princípios básicos da comunicação popular e alternativa, como a liberdade de expressão, promovendo o diálogo entre emissora e poder público, bem como a informação local e prestação de serviço, vinculados à educação, saúde, segurança pública, cultura,

dentre outros.

A presença de diferentes tecnologias digitais é observada, porém as potencialidades provindas de tais ferramentas não são exploradas, conseqüentemente, as experiências são limitadas. É fundamental que as tecnologias empregadas não sejam utilizadas meramente como instrumentos de entretenimento, mas em todas as suas dimensões na difusão de programas, no engajamento da audiência, na obtenção de receitas com anunciantes e, sobretudo, alcançar a participação da comunidade em todas as instâncias, envolvendo-a nos assuntos da gestão para que esta venha a ser de fato democrática, isto é, na definição da pauta jornalística, na construção da programação, na formação da opinião pública local, na promoção de debates abertos, na luta pela liberdade de expressão e na formação de comunicadores e líderes comunitários, promovendo os princípios básicos de uma RadCom.

Por fim, destaca-se que em 2023 a Oeste FM mudou o local-sede para um endereço de fácil acesso no bairro. A mudança ocorreu após ser observado o distanciamento da comunidade, ao mesmo tempo melhorar a qualidade do serviço e aproximar as relações entre comunidade e emissora. Nesta perspectiva, este trabalho sugere novas investigações com o intuito de explorar tópicos como a visão da emissora sobre a participação da comunidade em uma RadCom, assim como avaliar as modalidades de participação, em conformidade com Peruzzo (1998).

Considerações finais

Esta pesquisa foi realizada a partir de um Estudo de Caso, conduzido com apoio da pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, entrevista semiestruturada, estudo da usabilidade e *design* da homepage e, por fim, estudo da programação. A sustentação teórica que propiciou conceituar e classificar os tipos de interação decorreu a partir de Kischinhevsky (2016), Primo e Cassol (1999) Primo (2007) e Thompson (1998, 2018).

Observou-se diversas tecnologias digitais inseridas na programação e usadas nas interações entre emissora e ouvintes. Entre as plataformas virtuais identificadas constam o WhatsApp e Facebook, primeiro e segundo lugar, respectivamente, usadas para atrair o público-alvo. Como estratégia para ampliar a difusão da programação, a Oeste FM utiliza tecnologias de *streaming* (transmissões no website e *lives* pelas redes sociais).

Contudo, ainda que há na emissora um conjunto de tecnologias digitais, elas proporcionam experiências superficiais (reativas) e muito distantes daquelas que compõem os preceitos de uma rádio comunitária. Os programas produzidos pelos agentes envolvidos

são meros espaços de interação dirigidos ao entretenimento, marca forte da estação, que pouco presa pela liberdade de expressão, senso crítico mediante a promoção de debates e atuação na mediação entre os problemas da comunidade e poder público. Quando bem idealizada e estruturada, uma RadCom, inserida nos problemas da comunidade, cria um espírito de pertencimento entre moradores e emissora, incidindo na formação de líderes e comunicadores comunitários, preceitos fundamentais de uma emissora dessa natureza.

Para que tal preceito seja alcançado na rádio Oeste, cabe, primeiro de tudo, refletir sobre o formato de emissora idealizado e, posteriormente, adequá-lo à essência de uma RadCom, em conformidade com as necessidades da comunidade. As tecnologias detêm uma ampla variedade de recursos favoráveis à construção de uma comunicação aberta, porém somente incluí-las na transmissão, interação e espaços para a obtenção de novas receitas publicitárias, é insuficiente para alcançar ao que se constitui uma rádio comunitária autêntica.

De fato, este estudo ressalta a importância de revisar o modo como os canais, analógicos e digitais, são usados. É imprescindível que as tecnologias sejam inseridas sob uma ótica diferenciada da constatada. É importante oportunizar práticas comunicacionais baseadas nos fundamentos da comunicação popular e alternativa, enfatizando a participação da comunidade em todas as instâncias da gestão, desde a construção da programação, definição da pauta jornalística e prestação de serviço de utilidade pública, enfatizando temas como segurança pública, saúde, educação e cultura, priorizando os anseios da comunidade. Só assim os membros dela exercerão seu papel nas pautas de atuação da rádio.

Finalmente, este trabalho sugere novas investigações, designando identificar o entendimento da Oeste FM sobre a temática da participação em uma RadCom, bem como constatar as modalidades de participação presentes, conforme Peruzzo (1998). Além disso, no ano de 2023 a referida emissora mudou sua sede para um novo endereço, de fácil acesso na região, com o propósito de melhorar o serviço prestado e aproximar a comunidade nas relações.

Referências

AMARANTE, M. I. **Rádio comunitária na escola: adolescentes, dramaturgia e participação cidadã**. São Paulo: Intermeios, 2012.

AZEVEDO, J. A.; MADEIRO, C. A audiência no rádio expandido: uma análise do aplicativo RadiosNet. **Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 8, n. 2, p. 114-137, jul./dez. 2017.

CARNEIRO, N. D. O. **Apropriação das características da Web no livro didático digital: um instrumento avaliativo.** Tese. (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) – Programação de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2019.

CEBRIÁN HERREROS, M. **La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil.** 1. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

HAANDEL, J. C. V.; RAMOS, F. M. D. S. A contribuição do Facebook para o rádio em cenário transmídia. **Rádio-Leituras**, Mariana, v. 5, n. 2, p. 9-24, dez. 2014.

KISCHINHEVSKY, M. Cultura da portabilidade – Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. **Observatorio**, Lisboa, v. 3, n. 1, 2009.

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LEMO, A. Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais. **Tendência 21**, Lisboa, v. 2, 1997. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2021.

MEDITSCH, E. O ensino do radiojornalismo em tempos de internet. In: Congresso Brasileiro de Comunicação, 2001, Campo Grande. **Anais [...]**. Campo Grande: Intercom, 2001.

MEDITSCH, E. **O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo.** Florianópolis: UFSC/Insular, 2001.

PERUZZO, C. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.** Petrópolis: Vozes, 1998.

PRATA, N. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação.** Tese. (Doutorado em Estudos Linguísticos) – Programação de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008a.

PRATA, N. Panorama da webradio no Brasil. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus. **Anais [...]**. Manaus: Intercom, 2013.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

PRIMO, A.; CASSOL, M. B. F. Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias. **Informática na Educação: teoria & prática**, Porto Alegre, v. 2, n. 2, p. 65-80, out. 1999.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

THOMPSON, J. B. A interação mediada na era digital. **MATRIZES**, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 17-44, set./dez. 2018.

DADOS DE PUBLICAÇÃO

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Concepção e elaboração do manuscrito: A. Crepaldi

Coleta e Análise de dados: A. Crepaldi

Discussão dos resultados: A. Crepaldi

Revisão e aprovação: A. Crepaldi, E. M. Morgado

ORIGEM DA PESQUISA

A pesquisa deriva da dissertação de mestrado de um dos autores: CREPALDI, André. **Rádio Comunitária Oeste FM: Estudo das Possibilidades de Interação nos Meios Analógicos e Digitais**. 2021. Tese (Doutorado) — Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e História, Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2021. Disponível em: <https://dspace.unila.edu.br/items/58db2a0b-e863-4527-863b-26a1d7cc26ae>.

USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Não se aplica.

FINANCIAMENTO

Não se aplica.

APROVAÇÃO DE COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

Não se aplica.

CONFLITO DE INTERESSES

As pessoas autoras declaram não haver interesses conflitantes.

DISPONIBILIDADE DE DADOS DE PESQUISA E OUTROS MATERIAIS

Os dados completos foram publicados no próprio artigo. Todo o conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo está incluído no corpo do artigo.

LICENÇA DE USO

As autorias cedem à revista Estudos em Jornalismo e Mídia os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Licença [Creative Commons Attribution](#) (CC BY) 4.0 International. Essa licença permite que terceiros remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico. As autorias têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico.

PUBLISHER

Universidade Federal de Santa Catarina. As ideias expressas no artigo são de responsabilidade dos autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

EDITORES

Arthur Freire Simões Pires

Rogério Christofolletti

HISTÓRICO

Recebido em: 15-07-2025

Aprovado em: 09-07-2026

Publicado em: 31-07-2026