

O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade

The radio and the relationship with the listener in the convergence scenario: a proposal for a classification of interactivity

Debora Cristina Lopez

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA. Atualmente desenvolve estágio pós-doutoral junto à UERJ. É professora dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto e da Universidade Federal de Santa Maria, onde atua como colaboradora. Coordena o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor).

<deboralopezfreire@gmail.com>

Mirian Redin de Quadros

Mestre e doutoranda em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria. Integra o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Bolsista Capes.

<mirianrq@gmail.com>

RESUMO

O presente artigo reflete sobre a interatividade no rádio no contexto da convergência, partindo das noções de rádio hipermediático e rádio expandido. Discute o conceito de interatividade, aplicando-o ao meio radiofônico e às novas possibilidades de interação entre emissoras e ouvintes, por meio da utilização de diferentes recursos tecnológicos. Através de um olhar qualitativo sobre a análise de conteúdo dos espaços de interação (redes sociais na internet, sites e programação hertziana) das rádios CBN e Gaúcha, sistematiza, em uma perspectiva propositiva, as ferramentas e espaços ocupados. Levando em consideração que o rádio hoje atua em diferentes plataformas midiáticas, o artigo apresenta como resultado principal uma proposta de classificação dos tipos de interatividade e participação, buscando abranger as diferentes ferramentas utilizadas, as formas de interação mediada e a influência dessas interações no conteúdo sonoro.

Palavras-chave: Interatividade. Análise de conteúdo. Rádio expandido.

ABSTRACT

This paper reflects about the interactivity on the radio in the context of convergence, based on the notions of hypermedia radio and expanded radio. Discusses the concept of interactivity, applying it to the radio media and the new possibilities of interaction between broadcasters and listeners, by the use of different technological resources. By means of a qualitative look at the content analysis of the interaction spaces (social networking sites, websites and hertzian programming) of radios CBN and Gaúcha, systematized in a propositional perspective, tools and spaces occupied. Taking into account that the radio today operates in different media platforms, the article presents as a main result a proposal for classification of types of interactivity and participation, seeking cover the different tools used, the forms of mediated interaction and the influence of these interactions in the sound content.

Keywords: Interactivity. Content analysis. Expanded radio.

Considerações iniciais

O presente artigo¹ tem como objetivo principal trazer à discussão a questão da interatividade radiofônica, buscando mapear as novas possibilidades de interação entre o ouvinte-internauta e o rádio hipermediático (Lopez, 2010) e expandido (Kischinhevsky, 2012), levando em consideração o contexto da convergência midiática e o constante desenvolvimento de tecnologias de informação e comunicação.

O significado do termo interatividade por si só é difuso, dificultando a identificação de uma definição consensual na bibliografia existente². A maior parte das reflexões a respeito do conceito aponta para uma origem nas ciências sociais, na noção de interação social e reciprocidade. A interatividade surgiria com o desenvolvimento da computação, quando a interação une-se à informática, por volta dos anos 1960 (Fragoso, 2001). Contudo, a interatividade é também atribuída ao rádio, que desde seus primórdios surge como mídia com potencial para a comunicação de dupla-via, como apontava Brecht (2005) nos anos 1930, muito antes, portanto, do surgimento da computação interativa.

Desse modo, interatividade e interatividade radiofônica soam como conceitos semelhantes, porém revelam em sua origem aplicações diferentes. O primeiro é associado à informática e à internet, enquanto que o segundo se refere à comunicação por ondas sonoras. Em um cenário de convergência midiática, porém, em que mídias tradicionais se fundem às digitais, os conceitos parecem se mesclar.

À medida que o rádio se insere e se apropria de elementos da comunicação medida pelo computador, suas próprias características se alteram, moldando-se à nova realidade. Desta forma, também a interatividade no meio se modifica, ampliando através das tecnologias digitais as formas de interação entre ouvinte e emissora, e passando a considerar outros ambientes onde está presente: seu site institucional, sites de redes sociais, aplicativos para celular, programas de bate-papo virtual, entre outros.

Assim, torna-se relevante discutirmos a noção de interatividade radiofônica, ampliando-se a compreensão do conceito a fim de abranger também as novas formas de interação entre rádio e ouvinte viabilizadas pelas

1 Esta é uma versão revisada e ampliada do artigo "A interatividade no rádio hipermediático e expandido: uma proposta de classificação" apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Manaus, em setembro de 2013. É resultado da pesquisa de mestrado da segunda autora, sob orientação da primeira autora, junto ao Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática na Universidade Federal de Santa Maria. A pesquisa teve apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

2 Ver Primo (2011).

tecnologias digitais. Não temos como objetivo neste artigo, cabe salientar, construir um novo conceito, mas sim mapear os diferentes tipos de interação possíveis hoje para o rádio, através das diversas plataformas em que atua e, a partir disso, propor uma categorização inicial destas estratégias.

Para tanto, iniciaremos nossa reflexão discutindo esse novo rádio hipermediático e expandido, a partir de Cebrián Herreros (2001, 2007), Lopez (2010) e Kischinhevsky (2012). Em seguida, abordaremos a noção de interatividade no rádio, tensionando o conceito de Klöckner (2011) ao novo rádio que surge com o processo de convergência. Por fim, apresentaremos uma proposta de classificação para os possíveis tipos de interatividade radiofônica, levando em consideração as diferentes ferramentas de interação utilizadas pelo rádio hoje e a influência dessas interações no conteúdo produzido pelo meio.

O rádio hipermediático e expandido

Um dos principais pressupostos que permeiam as reflexões sobre a convergência midiática é a de que “os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos” (Jenkins, 2009, p. 41). A partir principalmente dos conceitos de midiamorfose (Fidler, 1998) e de remediação (Bolter e Grusin, 2000) alguns autores defendem que a convergência, na verdade, está forçando os meios antigos a coexistirem com as mídias emergentes e, conseqüentemente, modificando as funções e status dos meios tradicionais, conforme a introdução de tecnologias digitais provoca transformações nos processos de produção, emissão e consumo. O rádio é um exemplo de mídia tradicional que frente aos sucessivos avanços tecnológicos se viu obrigada a adaptar-se: reestruturou-se a partir da chegada da televisão, segmentou-se com as transmissões em Frequência Modulada, tornou-se mais ágil e instantâneo com a mobilidade dos transistores, e, hoje, frente ao processo de convergência midiática e a ubiquidade da comunicação digital passa por um novo processo transformação (Kochhann e outros, 2011).

Para Zuculoto (2012), a atual convergência midiática vem provocando o surgimento de dois novos tipos de rádio: o rádio na internet e as *webemissoras*. O primeiro diz respeito ao rádio convencional, que além da transmissão em AM e FM agora também retransmite sua programação através de sites na internet. Já o segundo tipo se refere ao rádio produzido e transmitido exclusivamente via rede mundial de computadores, denominado por Prata (2009) como *webrádios*. Já Cebrián Herreros (2001) prefere falar em uma concepção de rádio plural, ampliando o alcance do rádio, que agora também pode ser ouvido através de

canais de TV por assinatura, por satélite, cabo, ondas digitais terrestres, além de dispositivos móveis, como os telefones celulares.

Trata-se, portanto, de um rádio que vai além das ondas sonoras, explorando novas plataformas de comunicação. Lopez (2010) identifica esse novo rádio – que ainda tem no som seu principal fundamento, mas que se mostra cada vez mais diversificado em sua linguagem e suportes – como *hipermidiático*. Segundo a autora, esse novo rádio

[...] Vai além da transmissão em antena, ampliando sua produção através da internet e dos dispositivos de rádio digital, mas que ainda mantém sua raiz no conteúdo sonoro. [...] O conteúdo multiplataforma, embora importante, não se apresenta como fundamental para a compreensão da mensagem. Trata-se de uma produção complementar, de aprofundamento, detalhamento, memória ou utilidade pública (Lopez, 2010, p. 140).

Assim, o foco do rádio hipermidiático continua sendo o som, no entanto, explora os recursos das tecnologias de informação e comunicação oferecendo ao seu ouvinte outras possibilidades: maior interatividade, maior alcance geográfico, conteúdos multimídia complementares, arquivos em *podcast*³, entre outras. Para Kischinhevsky (2012, p. 2) estamos falando de um rádio expandido, ou seja, que com seus novos serviços e canais de distribuição “transborda para mídias sociais e microblogs, que potencializam seu alcance e a circulação de seus conteúdos”. Um rádio, deste modo, que extrapola os limites do som das ondas sonoras para apropriar-se de outras linguagens e suportes.

Nesse contexto de adaptações, o processo de convergência midiática e principalmente a comunicação digital influenciam significativamente a comunicação radiofônica, provocando transformações nas principais características do meio. A linguagem sonora, por exemplo, passa a ser complementada por recursos multimídia: texto, fotografias e imagens estáticas e em movimento, que podem ser consumidas na internet, em redes sociais digitais ou aplicativos para celular. Este conteúdo multimídia vai além da simples multimídia, estruturando-se como uma narrativa complexa, pensada para buscar a complementação e, em muitos casos, o aprofundamento da informação. A instantaneidade se fortalece à medida que a informação apurada

3 Segundo Cebrián Herreros (2008, p. 198), *podcast* é um acrônimo entre as palavras *iPod* e *broadcasting* ou *webcasting*. O termo também pode ser derivado de *Portable on Demand Broadcast* (Transmissão por demanda portátil, em tradução livre). Tratam-se de arquivos de áudio disponibilizados em sites, que podem ser baixados em computadores ou dispositivos móveis, para serem consumidos sob demanda (Lopez, 2010).

pelo rádio ganha novos canais para transmissão imediata. Por outro lado, a fugacidade é minimizada com a disponibilização de arquivos em *podcast* e pela possibilidade de consumo do conteúdo radiofônico multimídia sob demanda, quebrando a lógica estruturada da programação que até então caracterizava o meio. A abrangência ou penetração ganham novos contornos, a partir da inserção do rádio na internet, possibilitando a transmissão via *streaming* para qualquer parte do mundo. Nesse sentido, também a interatividade se modifica, oferecendo novas possibilidades para que o ouvinte participe da programação, como veremos no tópico a seguir.

A interatividade no rádio

Meio de comunicação que historicamente se caracteriza pela transmissão de conteúdos para uma audiência ampla, heterogênea e anônima (Ferraretto, 2001), o rádio é definido como uma mídia de massa. Para Prado (1989), ao adotar o esquema clássico de comunicação – emissor-meio-receptor – o rádio se configura como um veículo unidirecional, vertical e hierárquico, aproximando-se muito mais de um canal de distribuição do que de um meio de comunicação propriamente dito. Mas, apesar dessas características, que a princípio seriam responsáveis por isolar emissor e receptores de rádio, impedindo a interação entre os mesmos, esse meio revela em sua trajetória diferentes marcas da participação da audiência, carregando consigo um potencial interativo, apontado desde os anos 1930 pelo ensaísta alemão Bertolt Brecht. Segundo Ortriwano (1998), Brecht antecipava naqueles primeiros anos do rádio um anseio dos ouvintes que se manteria presente até hoje: a vontade de participar. O alemão imaginava o rádio como um veículo de dupla mão-de-direção, capaz não somente de emitir, mas também de receber informações, principalmente de seus ouvintes.

Contrariando sua natureza massiva, mesmo que ainda não da forma como sonhava Brecht, o ouvinte é uma presença constante na programação radiofônica no Brasil desde o início das transmissões, na década de 1920. Seja por meio do envio de cartas, da participação em programas de auditório, de ligações telefônicas, do contato direto em visitas às emissoras ou mais recentemente através das plataformas e dispositivos de comunicação móvel e digital, o rádio ao longo de sua história tem buscado explorar diferentes ferramentas com o intuito de manter um contato direto com seus ouvintes⁴.

4 Para mais informações sobre as marcas de interação do ouvinte na história do rádio brasileiro, ver Quadros (2013a).

A esse potencial para a comunicação bidirecional no rádio costuma-se atribuir a noção de interatividade ou de participação. Herrera Damas (2005, p. 294) costuma utilizar o segundo termo, definindo-o como

[...] a fórmula participativa possibilitada pelos profissionais da rádio que, mediante a disposição de canais convencionais e através de um exercício de mediação profissional na última etapa do processo comunicativo, facilita um contato e intercâmbio provisório entre os papéis de emissor e receptor e torna possível que os ouvintes intervenham no conteúdo das emissões⁵.

Já Klöckner (2011) justifica a utilização do termo interativo nos estudos de rádio ao analisar o ponto de vista do ouvinte, indicando sua possibilidade de interferência na comunicação radiofônica. Assim, para o autor, a interatividade é mais efetiva que a participação, exigindo do ouvinte a vontade de interagir, atenção ao que está sendo veiculado e igual tempo e espaço de discussão. A participação não demanda a intenção de interagir e pode ser observada, por exemplo, na mera citação do nome do ouvinte no ar.

Klöckner (2011, p. 127) diferencia três tipos de interatividade no rádio:

a) Completa: é a que oportuniza o diálogo direto e ao vivo, em circunstância equivalente de espaço e de tempo, com réplicas e trélicas; b) Parcial: estabelecida quando, igualmente no mesmo tempo e espaço, o ouvinte opina, pergunta, mas não conquista um lugar ou não se interessa pela réplica ou trélica; c) Reacional: ocorreria quando o ouvinte apenas reage a uma situação proposta no programa, sem que ele próprio exija ou obtenha uma resposta, como no caso de envio de e-mails e de torpedos à rádio que são apenas lidos no ar.

A interatividade, de acordo com Klöckner (2011), estaria limitada, portanto, às interações síncronas dos ouvintes, ou seja, no mesmo tempo da emissão. Envio de cartas, *e-mails*, conversas em fóruns on-line ou sites de redes sociais, nesse entendimento, não poderiam ser consideradas como participações interativas da audiência, já que não se dariam simultaneamente ao consumo do conteúdo veiculado no ar. Entretanto, é importante observarmos que a sincronicidade ou não das interações, principalmente através das tecnologias digitais, não dependem unicamente do dispositivo, mas sim do

5 Tradução das autoras para: “[...] aquella fórmula participativa posibilitada por los profesionales de la radio que, mediante la disposición de cauces convencionales y a través de un ejercicio de mediación profesional en la última etapa del proceso comunicativo, facilita un contacto e intercambio provisional entre los roles de emisor y receptor y hace posible que los oyentes intervengan en el contenido de las emisiones”.

uso que é feito do mesmo. Isto é, um *e-mail* pode ser recebido e respondido de forma imediata, caracterizando-se como síncrono, além de permitir réplicas e trélicas entre os interagentes. A sincronicidade de uma interação, portanto, não pode ser utilizada como condição para determinar a interatividade.

Afastando-nos da comunicação radiofônica e considerando a origem mais abrangente do termo, como apontamos no início deste artigo, a partir da noção de interação social, entendemos que mais importante que a sincronicidade, a reciprocidade das interações é o fator determinante para a definição da interatividade. No campo da sociologia, autores como Max Weber e Georg Simmel apontavam, no início do século XX, para a necessidade de manutenção de ações recíprocas entre indivíduos como condições para a existência de interações sociais (Primo, 2011).

Aplicado às interações mantidas entre o público e a mídia, com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, e mais tarde incorporado ao campo da informática, como observou Fragozo (2001), o conceito de interação desdobrou-se em interatividade, mantendo, no entanto, a raiz na noção de reciprocidade. É esse entendimento que expressa Rafaeli (1988), ao definir a interatividade a partir da existência de trocas comunicacionais, em que as respostas dependam das transações anteriores e do conteúdo intercambiado. Da mesma forma, Santaella (2004, p. 160) defende que para que haja uma comunicação interativa é preciso o “intercâmbio e mútua influência do emissor e receptor na produção das mensagens transmitidas”.

Assim, compreendemos a interação como um conceito mais amplo, que abrange as interações face a face, interações mediadas e a interatividade, entendida como interações mediadas em que haja a reciprocidade de trocas comunicacionais entre os interagentes. A participação, neste contexto, pode ser vista como um tipo de interação, porém não se configurando como interatividade, por não estabelecer o intercâmbio de conteúdos.

Levando-se em conta esse entendimento ao pensarmos a interatividade no rádio em meio ao cenário da convergência, é preciso considerar sua presença nas outras plataformas em que se insere. Assim, as interações que acontecem em um *chat* no site da rádio e que dialogam com o conteúdo de antena, ou mesmo as trocas entre emissora e ouvintes em sites de rede social, por exemplo, podem ser entendidos como formas de interação entre o meio e seu público. Para Ortriwano (1998), são justamente essas novas ferramentas que, ao serem incorporadas pelo rádio, aproximam-no do ideal interativo idealizado por Brecht: “Com os recursos tecnológicos atuais, a ideia de Brecht poderá, teoricamente, vir a ser plenamente cumprida” (Ortriwano, 1998, p. 29).

Nesse sentido, Lopez (2010), Herrera Damas (2005) e Cebrián Herreros (2007) também apontam para o incremento interativo possibilitado pelas novas tecnologias.

Lopez (2010) destaca que, assim como no passado, hoje as emissoras também mantêm espaços e ferramentas de interação assíncronas e síncronas, porém diferenciadas. A internet estaria potencializando a interação no rádio, ao criar novos canais para a participação do ouvinte. Para Herrera Damas (2005), essa participação teria aumentado quantitativamente com a adoção de novas tecnologias, que estariam progressivamente substituindo antigas ferramentas, como as tradicionais cartas. Mais recentemente, acrescenta a autora, a internet estaria possibilitando “novas modalidades participativas como as que têm lugar através do correio eletrônico, do *chat* ou do *chat voz*”⁶ (Herrera Damas, 2005, p. 303).

Cebrián Herreros (2007) aponta o cenário da convergência como responsável por impulsionar o rádio para uma maior interatividade com os ouvintes, promovendo uma mudança no modelo radiofônico. Ele salienta a entrada do rádio tradicional na Internet destacando três grandes impactos da rede no meio: a aplicação de propriedades da Internet no rádio, a interatividade agora vinculada também à programação assíncrona e a introdução de inovações da Internet para o diálogo e intercâmbio entre usuários.

Para Lopez (2010) a inserção do rádio na internet e a apropriação de características e ferramentas próprias da rede mundial de computadores refletem uma necessidade do meio adequar-se ao novo cenário e ao novo perfil de ouvinte, que agora também está conectado. Gradativamente a interatividade passou a consolidar-se como um dos elementos centrais do rádio na internet, conquistando espaço primeiro nos sites institucionais, através da possibilidade de comentar e avaliar conteúdos, de seções como o tradicional “Fale Conosco” ou os dedicados ao jornalismo participativo⁷. Sites de redes sociais, *e-mails* e programas de mensagens instantâneas também vieram a acrescentar o rol de ferramentas interativas que o rádio explora através da internet. As interações e diálogos que passaram a ser mantidos por meio dessas plataformas, entretanto, logo passaram também a interferir no conteúdo sonoro. Hoje o que se nota na programação radiofônica são referências cada vez mais constantes

6 Tradução das autoras para: “[...] *nuevas modalidades participativas como las que tienen lugar a través del correo electrónico, el chat o el chat voz*”.

7 Nair Prata identifica uma série de outros espaços dedicados à interatividade nos sites de rádios na internet. Para isso, ver Prata (2009).

à presença multiplataforma do rádio e, em alguns casos, a interferência direta das contribuições da audiência, enviadas através destas diferentes plataformas.

Em função dessas novas ferramentas e novas práticas no radiojornalismo atual em que a interação entre emissora e ouvinte ganha maior relevância na programação, além de novos espaços a partir da expansão do rádio para outras plataformas, torna-se necessário repensar a noção de interatividade no rádio. Como salientamos no início do artigo, não nos propomos aqui a definir um novo conceito, mas sim a mapear as possibilidades disponíveis hoje. Apresentamos, portanto, no tópico a seguir, uma proposta de classificação dos tipos de interatividade praticados atualmente no rádio.

Tipos de interatividade radiofônica: uma proposta de classificação

O ingresso do rádio no ambiente on-line e a incorporação das tecnologias de informação e comunicação na relação entre o meio e sua audiência, favorece a disponibilização de múltiplas opções para que o ouvinte possa se manifestar e até mesmo buscar interferir na programação radiofônica. A interatividade, assim, se expande através dos ambientes digitais onde o meio se insere. Pensando nisso, propomos aqui uma classificação para os tipos de interação mantidos hoje pelo rádio, em suas diferentes plataformas. A tabela a seguir expõe de maneira geral os novos tipos de interatividade e participação mapeados.

■ **Tabela 1: Proposta de classificação dos tipos de interatividade e participação radiofônica no cenário da convergência.**

Tipos de interação		Descrição
Interatividade	Dialógica simples	Trocas comunicacionais entre rádio e ouvinte que se dão de forma pública ou privada , em plataformas que não a sonora, sem interferência identificada no conteúdo sonoro
	Dialógica ampliada	Trocas comunicacionais entre rádio e ouvinte que se dá de forma pública ou privada , em plataformas que não a sonora, com interferência identificada no conteúdo sonoro
	Dialógica imediata	Trocas comunicacionais entre rádio e ouvinte que se dão de forma pública com interferência ao vivo na programação sonora
	Reacional simples	Resposta do ouvinte para iniciativas "interativas" da rádio, de forma pública ou privada , em plataformas que não a sonora, sem interferência identificada no conteúdo sonoro
	Reacional ampliada	Resposta do ouvinte para iniciativas "interativas" da rádio, de forma pública ou privada , em plataformas que não a sonora, com interferência identificada no conteúdo sonoro
Participação	Espontânea simples	Manifestações espontâneas e isoladas do ouvinte com a rádio, de forma pública ou privada , sem interferência identificada no conteúdo sonoro
	Espontânea ampliada	Manifestações espontâneas e isoladas do ouvinte com a rádio, de forma pública ou privada , com interferência identificada no conteúdo sonoro

Fonte: elaboração própria.

Como se pode observar, buscamos relacionar na Tabela 1 as diferentes possibilidades interativas disponíveis e utilizadas hoje pelo rádio com o objetivo de manter uma relação com seus ouvintes, diferenciando, contudo, o impacto da utilização dessas ferramentas no conteúdo sonoro que, segundo Lopez (2010) ainda é o principal foco do rádio hipermidiático. Tentamos contemplar não apenas o uso da Internet, incluindo também outros dispositivos, como as cartas, o telefone convencional e o telefone celular (em contato telefônico ou via mensagem de texto).

Assim, identificamos trocas comunicacionais que se dão apenas através das ferramentas interativas, de forma pública ou privada, com ou sem influência no conteúdo sonoro. Também apontamos para a possibilidade de interações parciais, em que não se configuram trocas entre o ouvinte e a rádio, do mesmo modo, de forma pública ou privada, com ou sem influência no conteúdo. Por fim, contemplamos ainda a possibilidade de interatividade direta e ao vivo.

A fim de diferenciar cada uma das modalidades listadas, detalharemos cada um dos tipos a seguir, apontando exemplos que visem facilitar a identificação dos mesmos.

Dialógica simples: Identifica as interações entre o rádio e seus ouvintes que se configuram como trocas comunicacionais, ou seja, um diálogo em que a emissora e o ouvinte trocam de papéis. Essas interações ocorrem em diferentes plataformas que não a sonora, como: sites de redes sociais, sites institucionais, *blogs*, fóruns, cartas, mensagens de texto via celular, salas de bate-papo, programas de mensagem instantânea, *e-mails*, aplicativos para celular, entre outros. A interação pode ser pública – como nos comentários em redes sociais ou em sites e *blogs* – ou privada – como por *e-mail*, cartas ou mensagens de celular. O principal diferencial dessa modalidade é que as trocas efetuadas não interferem na programação sonora, de forma identificada. Isto é, as contribuições podem até mesmo vir a ser utilizadas como uma sugestão de pauta, mas o ouvinte não é citado no ar. Um exemplo de interatividade dialógica restrita pode ser observada na Figura 1 a seguir⁸.

8 Os exemplos utilizados neste artigo para ilustrar os tipos de interatividade propostos são referentes às rádios Gaúcha, de Porto Alegre, e CBN, de São Paulo, objetos de pesquisa de uma das autoras junto ao programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). A coleta dos materiais foi realizada entre junho de 2012 e agosto de 2013. As referências que relacionam conteúdos digitais e sonoros foram obtidas através da utilização da metodologia de Análise de Conteúdo e fazem parte da pesquisa de mestrado original (Quadros, 2013b).

■ Figura 1 – Interatividade dialógica simples



Fonte: <https://twitter.com/Renata_Colombo/status/311061068459950080>. Acesso em: 11 mar. 2013.

Observa-se na Figura 1 o diálogo entre a repórter Renata Colombo, da Rádio Gaúcha, e um ouvinte. A partir da postagem da jornalista, há uma pergunta do ouvinte e posteriormente a resposta da jornalista, caracterizando assim um diálogo. Porém, a interação, que se deu através do Twitter, não teve qualquer menção na programação sonora, sendo dessa forma restrita.

Dialógica ampliada: Semelhante à interatividade dialógica simples, esta modalidade identifica as trocas comunicacionais entre o rádio e seus ouvintes em diferentes plataformas que não a sonora, de forma pública ou privada. A principal diferença é a interferência identificada no conteúdo sonoro. Ou seja, o diálogo mantido por redes sociais digitais, *e-mails*, mensagens de texto ou qualquer uma das plataformas já mencionadas é citado no ar. A Figura 2 exemplifica uma mensagem enviada também via Twitter, que teve menção na programação sonora.

■ Figura 2 – Interatividade dialógica ampliada



Fonte: <<https://twitter.com/andrejmachado/status/215406839817441280>>. Acesso em: 20 jun. 2012.

Neste caso, o diálogo mantido via Twitter entre o ouvinte Daniel Tondo e o jornalista André Machado, da Rádio Gaúcha, teve uma menção direta na programação sonora, em que Machado cita o ouvinte e sua opinião: “[...] aqui o Daniel Tondo, e nisso eu concordo totalmente com ele, 13 e 40 pelo pedágio de Marquês de Souza é um roubo”. Dessa forma, o diálogo pôde ser identificado no ambiente virtual, já sua menção no ar explica o caráter ampliado deste tipo de interatividade.

Dialógica imediata: Refere-se à interação do ouvinte com a rádio na programação sonora. Esse tipo de interatividade equivale à interatividade completa indicada por Klöckner (2011), em que se estabelece um diálogo direto e ao vivo, em circunstância equivalente de espaço e de tempo, com réplicas e trélicas. Pode acontecer via ligações telefônicas, presencialmente, com a participação do ouvinte no estúdio, ou ainda através de entrevistas externas.

Reacional simples: Engloba as interações em que não há um diálogo entre ouvinte e rádio, apenas a reação do primeiro a uma chamada à interação da emissora, ou seja, o ouvinte apenas atende ao convite à interação da rádio, sem que a partir disso se mantenham trocas comunicacionais. Essas interações podem se dar de forma pública – sites de redes sociais ou enquetes e fóruns em sites institucionais, por exemplo –, ou privada – por mensagens de texto, ou e-mails –, em plataformas que não a sonora e sem interferência identificada no conteúdo sonoro. A figura 3 exemplifica esta modalidade interativa

■ Figura 3 – Interatividade reacional simples



Fonte: <<http://cbn.globoradio.globo.com/grandescoberturas/julgamento-do-mensalao/2013/08/18/STF-FAZ-ACORDO-PARA-ACELERAR-JULGAMENTO-DE-RECURSOS-DO-MENSALAO.htm>>. Acesso em: 20 ago. 2013.

A figura 3 exibe os comentários postados em uma matéria publicada no site da Rádio CBN. O usuário do site interage publicamente com o conteúdo produzido pela rádio, porém seus comentários não geram um diálogo com a emissora e nem têm repercussão na programação sonora. Em função disso, essa interação pode ser classificada como uma interatividade reacional simples.

Reacional ampliada: Assim como a interatividade reacional simples, este tipo de interação se refere às respostas do ouvinte para iniciativas “interativas” da rádio, que acontecem de forma pública ou privada, em plataformas que não a sonora. A principal diferença em relação à classificação anterior é que aqui há a referência à interação no conteúdo sonoro. Este tipo de interatividade é comum nas enquetes de sites de rádio (embora nem todas as emissoras optem por mencionar os resultados na programação). Nas enquetes realizadas pelo programa Sala de Redação na *fan page* Futebol da Gaúcha no Facebook (Figura 4), assim como na interatividade reacional simples, os ouvintes ou internautas podiam votar na opções disponíveis e ainda comentar o tema em discussão. Em nenhuma dessas situações há interferência da rádio, ou seja, não se estabelece um diálogo entre a emissora e os interagentes, apenas a reação da audiência ao convite para interação. Contudo, o resultado obtido pela enquete foi levado ao ar no mesmo dia, quando o locutor anunciou: “Pesquisa interativa do programa [...] Qual o maior adversário do Grêmio hoje à noite: gramado ou a equipe de Caracas? 81% das pessoas entendem que o principal adversário do Grêmio é o gramado”. Dessa forma a interatividade permanece reacional, já que o diálogo não existiu, no entanto, a divulgação do resultado indica uma ampliação dessa interação.

■ Figura 4 – Interatividade reacional ampliada



Fonte: <https://www.facebook.com/questions/178018842345693/?qa_ref=qd>. Acesso em: 13 mar. 2013.

Os espaços de fala dos ouvintes no rádio em cenário de convergência contemplam também a participação. Nela, independente da ferramenta adotada para a tentativa de estabelecer um diálogo, o ouvinte não encontra eco ou resposta dos profissionais da emissora. Ainda que esta via se estabeleça, inicialmente, como de mão única, pode transformar-se, de acordo com o interesse dos profissionais da rádio no conteúdo transmitido, em interatividade.

Participação espontânea simples: Este tipo de participação diz respeito às manifestações espontâneas do ouvinte para com a rádio, isto é, sem que o mesmo esteja reagindo a uma provocação. Nela não há diálogo com a emissora, apenas uma ação isolada por parte do ouvinte que, contudo, pode evoluir para uma interatividade dialógica a partir do momento que a emissora responder à manifestação. Esta modalidade pode se estabelecer de forma pública ou privada, através de postagens nos perfis de emissoras ou envio de mensagens diretas em sites redes sociais, envio de *e-mails*, cartas, faxes ou mensagens de texto via celular. No entanto, essas manifestações não têm influência no conteúdo sonoro, sendo, portanto, simples, como no exemplo ilustrado pela Figura 5.

■ Figura 5 – Participação espontânea simple



Fonte: <<https://twitter.com/zabasing/status/313596669658800128>>. Acesso em 18 mar. 2013.

O *tweet* enviado pelo ouvinte Zaba Punk Rocker mencionando o Jornal da CBN no *Twitter* é um exemplo de participação espontânea simples. Ele não estava respondendo a uma chamada da emissora, mas enviando seu comentário pessoal sobre o conteúdo veiculado via antena. A mensagem não teve repercussão no ambiente *on-line* nem menções no ar, caracterizando seu caráter simples.

Participação espontânea ampliada: Este tipo de participação assemelha-se à participação do tipo espontânea simples, partindo do ouvinte, sem estímulo da emissora e sem se caracterizar como um diálogo. O diferencial, no entanto, está na utilização desta manifestação no conteúdo radiofônico. Um exemplo desta modalidade foi observada durante o programa Gaúcha Repórter do dia 12 de março de 2013, quando a apresentadora fez a seguinte menção no ar: “O Adão René de Sapucaia escreve o seguinte: trabalhei com a família de Dom Odilo Scherer, em Cerro Largo, conforme o carimbo na minha carteira de trabalho. São pessoas sérias, estou na torcida”. Trata-se de uma contribuição espontânea enviada por um ouvinte, sem responder a nenhuma chamada específica. A mensagem foi lida no ar, mas não chegou a interferir no conteúdo.

Considerações

Buscamos apresentar neste artigo uma proposta inicial de reflexão acerca da interatividade radiofônica, levando em consideração o novo rádio que se configura hoje no contexto da convergência midiática. Ainda fortemente baseado no som, esse rádio – hipermidiático e expandido – também se utiliza de outras linguagens, assim como se expande para além das ondas sonoras, estando presente na internet, em sites institucionais, sites de redes sociais e ainda em plataformas de comunicação móvel. É um rádio diferente daquele que conhecíamos há 10 ou 20 anos atrás; que se integra às novas tecnologias e apropria-se de suas características.

Nesse novo rádio a relação com ouvinte se modifica. Esse receptor que sempre esteve presente na história do meio, agora dispõe de uma variedade

muito maior de ferramentas e dispositivos que permitem sua interação, se não com o conteúdo sonoro, pelo menos com os novos conteúdos disponibilizados nos diferentes espaços onde o rádio se insere. Tem, assim, novas maneiras de interagir.

O foco deste artigo foi tentar mapear essas novas formas de interatividade que rádio e ouvintes mantêm através de diferentes ferramentas – digitais ou não. Buscamos, então, a partir de exemplos de interações entre emissoras e ouvintes e do aporte teórico que envolve o rádio no cenário da convergência e a interatividade neste meio, propor uma classificação das possibilidades interativas que apresenta. Tomamos como diretriz central para compreender o que é o meio atualmente as discussões sobre o rádio hipermediático (Lopez, 2010) e expandido (Kischinhevsky, 2012). Desta forma, o conteúdo em áudio foi determinante na construção das modalidades interativas que propomos, assim como as possibilidades ofertadas pelos sistemas e ferramentas com os quais dialoga o rádio hoje.

O que pudemos observar, é que o acesso ao rádio hoje é facilitado através das diversas opções de interação. Contudo, nem todas as interações acabam por caracterizar-se como interatividade, se levarmos em consideração a ideia de reciprocidade. Apesar disso, consideramos aqui o rádio não somente como meio de comunicação sonora, mas englobamos suas diferentes facetas, de acordo com a plataforma utilizada. Assim, o potencial interativo não fica restrito ao conteúdo de antena, podendo ser observado também nos outros ambientes de atuação do veículo. Acreditamos que ao adotar novas ferramentas de interação com o ouvinte o rádio aumenta sua interatividade, ao ampliar sua atuação para outras plataformas e manter também nesses espaços um caráter dialógico.

Referências

- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding news media**. Cambridge: The MIT Press, 2000.
- BRECHT, Bertolt. Teoria do rádio (1927-1932). In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. v. 1. Florianópolis: Insular, p. 35-45, 2005.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio en la convergencia multimedia**. Barcelona: Gedisa, 2001.
- _____. **Modelos de radio, desarrollos e innovaciones**. *Del diálogo y participación a la interactividad*. Madrid: Editorial Fragua, 2007.

- _____. **La radio em internet**. Buenos Aires: La Crujía, 2008.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 2001.
- FIDLER, Roger. **Mediamorfosis: comprender los nuevos medios**. Buenos Aires: Ediciones Granica, 1998.
- FRAGOSO, Suely. De interações e interatividade. In: X Compós, 2001, Brasília. **Anais do X Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Brasília: Compós, 2001.
- HERRERA DAMAS, Suzana. *El antes y el ahora de la participación de los oyentes en los programas de radio*. **Sphera Publica – Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación**. n.5, p. 293-307, 2005.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v. 9, n. 1, jan-jun.2012. p. 136-148.
- KLÖCKNER, Luciano. **Nova retórica e rádio informativo: estudo das programações das emissoras TSF-Portugal e CBN-Brasil**. Porto Alegre: Evangraf, 2011.
- KOCHHANN, Roscéli; FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora. Convergência tecnológica, dispositivos multiplataforma e rádio: uma abordagem histórico-descritiva. In: KLÖCKNER, Luciano; PRATA, Nair (orgs.). **Mídia sonora em 4 dimensões: 1ª ouvintes e falantes, 2ª memória política, 3ª programas de rádio, 4ª tecnologia e futuro**. Porto Alegre: EDIPUCRS, p. 281-296, 2011.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã, Portugal: LabCom, 2010. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2013.
- ORTRIWANO, Gisela Svetlana. Rádio: interatividade entre rosas e espinhos. In: **Novos Olhares**, n.2, p.13-30, 1998. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/51314/55381>>. Acesso em 23 fev. 2015.
- PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.
- PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.
- PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

QUADROS, Mirian Redin de. O ouvinte no rádio: uma análise histórico-descritiva da interatividade radiofônica. In: 9º Encontro Nacional de História da Mídia, 2013, Ouro Preto. **Anais do 9º Encontro Nacional de História da Mídia**. Ouro Preto: Alcar/UFOP, p. 1-15, 2013a.

_____. **As redes sociais no jornalismo radiofônico**: as estratégias interativas adotadas pelas rádios Gaúcha e CBN. 2013. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática, Faculdade de Comunicação Social, UFSM, Santa Maria, 2013b.

RAFAELI, Sheizaf. Interactivity: from new media to communication. In: **Sage Annual Re-view of Communication Research: Advancing Communication Science**. Beverly Hills: Sage, 1988, p. 110-134. Disponível em: <<http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/interactivity/>>. Acesso em: 13. jul. 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

ZUCULOTO, Valci. **No ar**: a história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Insular, 2012.

Recebido em: 30/4/2015

Aceito em: 19/5/2015

Endereço das autoras

Debora Cristina Lopez <deboralopezfreire@gmail.com>

Universidade Federal de Ouro Preto
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas (ICSA)
Rua do Catete, 166
Centro
98400-000 - Mariana/MG

Mirian Redin de Quadros <mirianrq@gmail.com>

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas (CCS H)
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Avenida Roraima, 1000 - prédio 21, sala 5130
Camobi
97105-900 - Santa Maria/RS