
Interatividade e a radiodifusão comunitária na Amazônia maranhense¹

Jefferson de Sousa MORAES²
Rosane Maria Albino STEINBRENNER³
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

Identificar e compreender a interatividade em produtos radiofônicos inseridos em plataformas e redes sociais digitais de rádios comunitárias da Amazônia maranhense é o objetivo principal deste artigo. Por meio de publicações oriundas da rede social digital *Facebook* e do canal digital *YouTube* da Rádio Comunitária Açaí FM, instalada em Imperatriz do Maranhão, buscamos perceber como e se a emissora comunitária utiliza de processos interativos para inserir o ouvinte internauta em sua programação digital. A metodologia utilizada é da análise documental, entendendo os programas radiofônicos como documentos sonoros. Ao corpus adicionamos uma série com quatro *lives* do único programa informativo da emissora, o AçaíCast. Aferiu-se que a Rádio Açaí FM utiliza de processos interativos para trazer o ouvinte internauta para a programação digital, ainda que a interatividade se dê de forma parcial.

PALAVRAS-CHAVE: Interatividade; Rede Sociais Digitais; Comunicação Comunitária; Rádio Comunitária; Amazônia Maranhense

INTRODUÇÃO

Ao incorporar em seu cotidiano ferramentas emergentes das tecnologias da informação e da comunicação, o rádio promoveu uma transformação radical em toda a sua estrutura. Agora ele é expandido (KISCHINHEVSKY, 2012) e sua programação hipermediática (LOPEZ, 2010), modificando por completo o que conhecíamos por modelo radiofônico. Mesmo secular, continua moderno e amigo do ouvinte, fazendo parte de mais de 80% dos lares brasileiros, como apontam os dados da Inside Rádio 2022, da Kantar Ibope Media. De acordo com a pesquisa, 57% dos brasileiros e brasileiras recorrem ao rádio para se informar, reiterando a força social do meio.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa – Rádio e Mídia Sonora do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM/UFPA), e-mail: jeffjournal@gmail.com. Bolsista CAPES.

³ Doutora em Comunicação, Professora do curso de Jornalismo da FACOM/UFPA e docente permanente do PPGCOM-UFPA, e-mail: steinbrenner@ufpa.br

No online, seu consumo é pulsante contando com mais de sete milhões de pessoas nas 13 regiões metropolitanas que ouvem diariamente o rádio na web, com tempo médio de três horas. O celular é o meio por onde se escuta, com 7 em cada 10 ouvintes, configurando 70% da preferência por esse dispositivo. O uso de *devices*⁴ para sintonizar o rádio também vem crescendo. Segundo a pesquisa da Kantar, 7% da população acompanha o rádio pela televisão e outros 6% por *smart speakers*. Esse apreço pelo ambiente digital leva as emissoras radiofônicas a convergir para as redes sociais e canais digitais, ampliando e modificando o jeito que se escuta o rádio. Os dados acima reiteram a capacidade de *midiamorfosear-se*⁵ que o rádio tem.

Alvo dessa investigação, as Rádios Comunitárias (RadCom) são destaque no Brasil. O país tem cerca de cinco mil rádios comunitárias regularizadas em todo o seu território, como especifica a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Elas prestam um papel fundamental à sociedade e em muitos municípios se configuram como os únicos meios de comunicação. Na Amazônia Legal, tema central da pesquisa, existem 417 rádios comunitárias com Licença Definitiva pelo Ministério das Comunicações. Esse número não é capaz de traduzir a realidade, visto que muitas emissoras não passam pelo processo burocrático para a concessão de suas antenas, seja por entender que a Lei nº 9.612, de fevereiro de 1998, que regulamenta o que é uma Rádio Comunitária, suprime seu poder de liberdade ou por não conseguirem finalizar o processo, que em muitos casos conta com pressões políticas e/ou religiosas.

É nas trincheiras da convergência tecnológica e midiática que as Rádios Comunitárias estão ganhando forças. Mesmo sem todas as tecnologias emergentes presentes na maioria das emissoras comerciais, universitárias e estatais, elas começam a dar largos passos rumo a uma comunicação com mais participação do público e pluralidade das vozes. É no online que as RadComs têm uma oportunidade de alcançar novos ouvintes e de aumentar suas receitas econômicas. Com maior sustentabilidade financeira essas emissoras têm, potencialmente, melhores condições de enfrentar o assédio político e religioso que vêm na comunicação comunitária uma forma de

4 Palavra inglesa para o dispositivo, em termos genéricos, muitas vezes associada a componentes de hardware/software.

5 Segundo Kichinhewsky (2012, p. 424) "A midiamorfose, para Fidler, se apoia em princípios básicos – coevolução e coexistência; metamorfose; propagação; sobrevivência; oportunidade e necessidade; e adoção tardia [...]. O conceito tornou-se popular para os estudos radiofônicos, a ponto de Nair Prata (2009) propor a noção derivada de radiomorfose, no estudo em que se dedica a caracterizar os novos gêneros e formas de interação surgidos pela introdução do suporte digital na radiofonia".

promover seus interesses de engajamento com o público local. Com o online, as rádios comunitárias tendem a ficar mais livres para promover uma linha editorial plural e exercer a comunicação comunitária, o que significa dizer, em muitas localidades, especialmente nos chamados "desertos de notícia"⁶, atuar como os únicos meios de comunicação a produzir informação sobre a realidade local.

Todo esse cenário descrito ao longo das últimas linhas aponta uma notável modificação da paisagem do rádio, incluindo seus processos de interação. Como Prata (2009, p. 109) explica, “a configuração de um novo rádio passa, com toda certeza, pelas formas de interação. A digitalização proporciona novas possibilidades interativas, redefinindo as tradicionais formas de interação praticadas no rádio hertziano”. Nesse horizonte, colocamos como alvo principal desta investigação os processos interativos em plataformas digitais e redes sociais digitais das emissoras comunitárias da Amazônia maranhense. O objetivo é analisar como e se a interatividade em produtos informativos da Rádio Comunitária Açaí FM, instalada na cidade de Imperatriz do Maranhão, acontece em plataformas digitais e redes sociais digitais e perceber se esse processo é capaz de trazer os ouvintes de forma inclusiva para a programação.

Ao corpus do estudo exploratório adicionamos as publicações do programa informativo “AçaíCast”, compartilhadas em ambiente digital, durante uma semana, de 10 a 17 de julho de 2023. O corte temporal se justifica por ser a semana de aniversário de Imperatriz, comemorado no dia 16 de julho, o que indica maior expectativa na produção de notícias informativas locais e aumento da demanda social pela emissora, emergindo assim maiores oportunidades de observação da interatividade entre a Rádio Açaí FM e ouvintes internautas. Coletamos os dados nas plataformas *Facebook* e *YouTube* que se configuram como as principais ferramentas digitais utilizadas pela emissora comunitária na interação com sua audiência.

Para dar conta do exposto, utilizamos uma abordagem multimetodológica com análise bibliográfica e documental, entendendo os programas como documentos sonoros. Seguimos o seguinte percurso metodológico: No primeiro momento, coletamos os dados das redes sociais *Facebook* e *YouTube*, no período citado acima. Toda a coleta de dados

⁶ Desertos de notícias são lugares, em geral municípios, onde não existem veículos locais de imprensa independente, seja ele jornal, site, blog ou emissora de rádio ou TV. O Atlas da Notícia pontua que 610 emissoras que produzem radiojornalismo existem nos nove estados da Amazônia Legal. Mesmo com essas proporções, os dados apontam ainda que mais da metade das cidades não contam com jornalismo local, configurando-as como desertos de notícias. É importante ressaltar que nos cenários apontados a rádiodifusão comunitária não é considerada pelo estudo.

aconteceu às 21h por entendermos, por meio de pesquisa exploratória feita inicialmente, que nesse horário já haviam sido inseridas todas as informações em torno do AçaíCast veiculado no dia e a chamada para o próximo.

O segundo passo foi a curadoria do conteúdo informativo para perceber quais as estratégias de interatividade existentes. Neste momento, levamos em consideração as classificações de Quadros e Lopez (2013) sobre a interatividade no rádio expandido e hipermidiático. Nossa hipótese de trabalho é a de que a Rádio Açaí FM utiliza de aparatos tecnológicos, como redes sociais digitais e plataformas digitais, para a promoção da interatividade com os ouvintes internautas como forma de trazê-los para a programação no digital, realizando, de forma parcial, aspectos da comunicação comunitária como defende Peruzzo (1998). Ao final, será feita a crítica da hipótese.

Este estudo inicial integra a pesquisa de tese do autor, que tem orientação da co-autora, onde buscamos desvelar processos e nuances da recepção de produtos radiofônicos em emissoras comunitárias na Amazônia maranhense em ambiente tecnológico e midiático. A pesquisa também busca se juntar às demais do campo acadêmico e ainda auxiliar novas investigações sobre o tema.

INTERAÇÃO E INTERATIVIDADE NO RÁDIO: DO ANALÓGICO AO DIGITAL

O rádio foi a primeira mídia de massa a permitir a troca ativa entre emissor e receptor. Seguindo esse cenário, Brecht (2005) acreditava que a mídia radiofônica seria a única a realizar a comunicação de dupla-via (BRECHT, 2005), desvelando o maior processo democrático das mídias de massa. Contudo, o rádio como mídia de massa não realizou esse aspecto tão sonhado, deixando o lugar de troca entre emissor e receptor para basicamente a tradicional carta do ouvinte ou ligação, formatadas como as únicas formas de interação ativa na programação, ainda que sob a censura prévia dos coordenadores. Com o passar dos anos e o avançar das tecnologias emergentes da informação e da comunicação, as TICS, a interação com o rádio ganhou novos rumos, permitindo que os ouvintes presentes no ambiente digital, por exemplo, pudessem ter mais espaço na programação radiofônica ou até mesmo participar ativamente dela. Entusiastas chegaram a falar que a internet poderia dar ao rádio o poder de conseguir a transmissão de dupla-

via, concretizando assim os desejos de Brecht. Contudo, o que vemos até o momento são emissoras que continuam limitando o ouvinte internauta, deixando-o com espaços apenas no utilitário da rádio, sem maiores efeitos na programação. A interatividade acontece, porém a interação, no sentido de participação, é limitada ou inexistente.

A interatividade surge como um avanço etimológico da interação e o que os dois têm em comum é a questão da reciprocidade (PRIMO, 2011). O termo interatividade surge como um conceito ligado ao desenvolvimento computacional, por volta dos anos de 1960, quando a interação se junta à informática (FRAGOSO, 2001). Quadros e Lopez (2013) entendem a interação como um termo mais amplo, onde podem acontecer interação face a face, interações mediadas. Já a interatividade, para as autoras, é “entendida como interações mediadas em que haja a reciprocidade de trocas comunicacionais entre os interagentes” (QUADROS; LOPEZ, 2013, p. 6).

No rádio, outro conceito que intercambia a discussão é o da participação. Klöckner (2011), ao olhar para o ouvinte, defende a interatividade contra o conceito de participação para justificar a possibilidade de interferência na comunicação radiofônica. Para o autor, a interatividade é mais efetiva que a participação, pois exige do ouvinte a vontade de interagir, atenção ao que está sendo veiculado e igual tempo e espaço de discussão. No entanto, ao tratar das rádios comunitárias, a interação deve ser vista como um ponto-chave. Isso porque uma rádio comunitária, pelo menos em sua gênese, nasce da comunidade e para a comunidade que a originou, como forma de apoiar a cidadania e de garantir direitos básicos negados. Dessa maneira, a interação com a comunidade, a presença de temas que tenham afinidade com a realidade e anseios comunitários (Peruzzo, 1998) de onde a antena é fincada, é necessária para sobrevivência da identidade de qualquer rádio comunitária.

Assim, podemos partir do princípio de que é preciso que aspectos comunitários migrem para as plataformas digitais, para que se construa uma comunidade virtual, ampliada pelas novas oportunidades de alcance hipermediático, realizando assim processos da interatividade para além do espelhamento da audiência do dial. Ou seja, mesmo que a emissora comunitária participe do ambiente digital, num formato glocal (Ortriwano, 1998), a presença de aspectos comunitários na programação é um pré-requisito de manutenção da representatividade e do pertencimento da emissora com a comunidade de origem.

Na busca por definir interatividade do ouvinte no rádio expandido e hipermediático, Quadros e Lopez (2013) levantaram as seguintes definições:

Dialógica Simples, [quando acontece] 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 Amplificada**, [quando acontece] 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**, [quando acontece] trocas comunicacionais entre rádio e ouvinte que se dão de forma pública com interferência ao vivo na programação sonora; **Reacional Simples**, [que vem a ser a] 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; e **Reacional Amplificada**, [que vem a ser a] 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 (QUADROS; LOPEZ, 2013, p. 9).

Neste artigo, as características levantadas por Quadros e Lopez servem como categorias de análise para observar a interatividade dos produtos radiofônicos informativos em plataformas digitais e redes sociais digitais na comunicação comunitária da Amazônia maranhense. No tópico a seguir, explicamos o percurso metodológico que utilizamos.

PERCURSO METODOLÓGICO

Por conta da sua diversidade no palco dos acontecimentos, a mídia radiofônica em ambiente tecnológico ainda é alvo de intensas discussões metodológicas. Por isso, decidimos realizar uma abordagem multimetodológica para conseguirmos alcançar o objetivo proposto neste estudo: o de entender os aspectos interativos da comunicação comunitária da Amazônia maranhense, como forma de observar, a partir de um estudo de caso (YIN, 2001), se esses processos são capazes de incluir o ouvinte internauta na programação de uma emissora que apresenta uma trajetória bastante emblemática dos inúmeros desafios e dilemas à sua sobrevivência, a Rádio Comunitária Açaí FM, de Imperatriz do Maranhão. Assim, utilizamos ainda da análise bibliográfica e documental, entendendo os produtos radiofônicos inseridos em plataformas e redes sociais digitais como documento sonoro.

A emissora comunitária faz parte da vivência do autor. Como morador do bairro Mercadinho, foi possível acompanhar de perto parte da história da rádio, uma das

primeiras de Imperatriz, que teve seu início em 1998, quando foi fundada sob o nome empresarial Associação Comunitária Cultural, Terapêutica e Ambiental de Imperatriz, tendo como nome fantasia “Rádio Comunitária Missão FM”. Sua sede fica localizada na Praça da Bíblia e opera na frequência 87,9 MHz. A rádio foi parte do projeto evangélico Missão Jovem e nasceu com o objetivo de publicizar ações do programa que buscava alertar a comunidade sobre mazelas sociais, principalmente a questão do uso de drogas ilícitas. A rádio e o projeto funcionavam no mesmo local. A emissora chegou a ser fechada uma vez, em 2000, por não ter seu licenciamento, mas um ano depois voltou ao ar ainda que de forma irregular. Ela garantiu sua outorga em 2003. Desde o seu princípio, a rádio buscou promover ações culturais voltadas para a música, a exemplo de festivais de hip-hop e gospel que eram constantes (ALMEIDA, 2017). Em 2019, a emissora mudou de diretor geral, de formato e de nome, tornando-se a Rádio Açaí FM, operando também nas ondas do digital.

No percurso metodológico deste estudo, de caráter exploratório, iniciamos por um processo de sondagem e levantamento dos canais digitais e as redes sociais digitais da Rádio Açaí FM, que tem programação diária⁷. A emissora comunitária possui os canais digitais, *site*⁸, *WhatsApp*⁹ e *e-mail*¹⁰. As redes sociais digitais são *Facebook*¹¹, *Instagram*¹² e a plataforma digital *Youtube*¹³. É possível ainda acompanhar a programação no site *rádios.com*¹⁴.

Após esse primeiro momento, buscamos observar quais programas continham quadros informativos com informações locais e hiperlocais. O programa informativo produzido pela emissora é o “AçaíCast”, veiculado de segunda a sexta, de 11 horas ao meio-dia, comandado por Ernando Timóteo, que também é diretor da rádio. Toda a programação é realizada concomitantemente nas ondas sonoras da 87,9 MHz, ‘ao vivo’ pela plataforma *YouTube* e por meio de *live* na rede social *Facebook*. Importante detalhar que o AçaíCast é um programa radiofônico com forte apelo audiovisual no digital. Na sessão de análises detalhamos melhor o assunto.

7 De segunda a sexta, vai ao ar de 5h às 20h, e sábado e domingo de 9h às 20h.

8 <https://www.tvradioacaifm.com/>

9 (99) 99141-3816

10 acaidotimoteo1@gmail.com

11 <https://www.facebook.com/acaidotimoteonews>

12 https://instagram.com/radioacaioficial_itz?igshid=MzRIODBiNWF1ZA==

13 <https://www.youtube.com/@TvAcaiFm>

14 <https://www.rádios.com.br/aovivo/radio-acai-1063/110222>

Nosso recorte de estudo volta-se para o programa AçaiCast realizado entre 10 a 17 de julho de 2023, com a justificativa de ser a semana de aniversário de Imperatriz, comemorado no dia 16 de julho, o que indica maior expectativa na produção de notícias informativas locais e hiperlocais e o aumento da demanda social pela emissora, emergindo assim maiores oportunidades de observação da interatividade entre a Rádio Açai FM e ouvintes internautas. No *Facebook* e no *YouTube*, foram coletados vídeos nos dias 10, 12, 13, 14 e 17 de julho. No *Instagram* e no site nenhum material foi publicado. Como a rádio não fez nenhuma postagem no *Instagram* e no site nos dias analisados, salvo uma publicação de uma imagem em homenagem ao dia do rock feita no *Instagram*, a rede social e o canal digital foram descartados desta análise. Observamos ainda comentários, curtidas e demais indicativos de interatividade que encontramos nas redes sociais digitais e nos canais digitais da emissora comunitária.

Explicado o percurso metodológico, passamos para a análise dos programas informativos, utilizando as categorias de análise de Quadros e Lopez (2013) descritas no último tópico.

PROCESSOS INTERATIVOS NA RÁDIO COMUNITÁRIA AÇAÍ FM

O AçaiCast é o único programa informativo da grade de programação oficial da Rádio Açai FM. É feito por integrantes de uma mesma família, sem a presença de outras pessoas da comunidade em sua produção e/ou apresentação. Além da antena, das redes sociais e canais digitais, o AçaiCast também é veiculado na TV Meio Norte, uma emissora de tevê local, evidenciando que pelas plataformas digitais, a emissora realiza transmissão em cadeia com outra mídia, o que nas ondas eletromagnéticas é proibido por lei (Lei 9.612, Art.16). Ao todo, foram selecionados 10 programas nas plataformas *Facebook* e *YouTube*, somando um total de 10 horas, 27 minutos e 13 segundos de programação analisada (ver na tabela).

O AçaiCast é definido pelo apresentador Ernando Timóteo como um *podcast*. Inicialmente, o programa não pode ser compreendido como *podcast* por estar presente nas ondas hertzianas. Pode se caracterizar como *podcast* a partir do momento em que o programa se afixa a uma plataforma digital, após sua transmissão, se tornando *on demand*, modificando ainda seu processo de recepção.

Nas edições observadas do AçaiCast não se vê um padrão técnico a ser seguido. O que se repete são os créditos ao final de cada programa, quando é nominada a equipe, formada por quatro pessoas: uma dupla de apresentadores com uma formação clássica, uma voz masculina principal e uma voz feminina; um editor que é também técnico de áudio e de vídeo além de chefe de produção; uma assistente de edição. A apresentadora responde também pela "arte" do programa, o que indica uma preocupação com a divulgação na plataforma e redes sociais digitais; já o apresentador responde também pela direção geral do programa, como também da emissora.

Durante a pesquisa, o programa AçaiCast não foi veiculado nenhuma vez no horário em que é detalhado no site¹⁵ da emissora. A transmissão online sempre se iniciou por volta das 11h30 e terminou após o meio-dia, ou seja, com pelo menos meia-hora de atraso do horário anunciado (1h). Também não há um convite nas redes sociais para que acompanhá-lo.

O programa é transmitido do estúdio da Rádio Açai FM que possui dois ambientes (bancada principal e uma segunda sala para entrevistas), tem quatro câmeras, três microfones na bancada principal e mais três no segundo ambiente. Possui vinheta de abertura e encerramento em vídeo, mas nem sempre as usam. Geralmente, se inicia com o locutor convidando para acessar as redes sociais da emissora. A transmissão muitas vezes começa de forma abrupta e todos os programas analisados apresentaram problemas técnicos, a exemplo do programa do dia 14 de julho que a interferência durou cerca de 10 minutos entre imagens estáticas, diminuição da qualidade do vídeo e falta de som.



Figura 1 – Estúdio principal (esquerda) e sala de entrevistas (direita) da Rádio Açai FM. Foto: Facebook/AçaiFM

15 <https://tvradioacaifm.com/programacao/>

O conteúdo do programa se resume a uma conversa entre o locutor e seus entrevistados, sem pautas para balizar o discurso, mas com um assunto norteador que se perde ao longo do caminho. Durante a programação, o técnico de som solta pequenos efeitos em background (BG), como risadas, aplausos e afins. A todo momento há intromissão no assunto que está sendo falado para dar um “alô”, ler uma informação qualquer, colocar um áudio recebido no *WhatsApp* ou para falar algo aleatório. Ainda durante a veiculação, são inseridos vídeos, geralmente da plataforma *TikTok*, sobre assuntos aquém do que estava sendo abordado.

Nas redes sociais digitais e nas plataformas digitais, a Rádio Açaí FM ainda não é capaz de alcançar um grande público. No *Facebook*, o pico de visualizações do AçaíCast foi no dia 17 de julho, chegando a 37 visualizações. No *YouTube*, esse número foi maior, chegando a 128 visualizações no dia 10 de julho. Curtidas e compartilhamentos são quase inexistentes. Os comentários também são escassos, mais voltados ao “alô”. Não foi observado nenhum comentário voltado aos assuntos debatidos durante a semana.

Dos programas analisados, apenas dois tinham informações locais inseridas ao longo da conversa. O programa do dia 10 de julho teve uma tarja durante toda a transmissão com notícias nacionais e internacionais. As editorias Polícia e Política se destacaram. É importante destacar ainda que não se trata de uma produção jornalística própria ou com verificação das fontes utilizadas. Os próprios locutores relatam que pegam as notícias de grupos de *WhatsApp* ou de outras redes sociais digitais, numa forma de se eximir da responsabilidade com a veracidade do conteúdo. Contudo, as entrevistas, realizadas todos os dias, têm potencial de levantar a curiosidade do ouvinte internauta que pode mandar perguntas ao vivo para a emissora, a exemplo do dia em que foi entrevistado o Instituto de Metrologia e Qualidade Industrial do Maranhão (INMEQ) e um morador mandou um áudio via *WhatsApp* para tirar uma dúvida, sendo respondido instantaneamente.

Como visto, a interatividade com o ouvinte internauta durante a veiculação do programa se assemelha a de uma rádio comercial, com ‘alô’ para quem manda seus nomes pelas redes sociais *Facebook e Instagram*, e pela plataforma *YouTube*, e a reprodução de áudios enviados por meio do *WhatsApp*. Durante a transmissão outros processos interativos são captados como comentários, curtidas e compartilhamentos. Ferramenta interativa como a *hashtag* também é utilizada, mais fortemente, na plataforma *YouTube*.

Outros destaques da interatividade vão para as redes sociais digitais organizadas e o compromisso com a transmissão online, mesmo que atrasada. Observou-se ainda que os locutores estão sempre atentos ao celular, dando respostas ao ouvinte que os procuram nas redes sociais.

Um aspecto que chama a atenção no AçaíCast é o apelo ao visual, em detrimento do áudio, com utilização de tarjas, vídeos e locução voltada a um ‘telespectador’. Essa realidade é crescente nas emissoras como um todo e afeta também as rádios comunitárias. A própria emissora em suas redes sociais traz o radical ‘tv’ na nomenclatura, transformando a rádio em tv-rádio.

Analisando o programa sob as categorias de Quadros e Lopez (2013), podemos dizer que a Rádio Açaí FM realiza aspectos de todas as formas interativas. **Dialógica Simples** ao responder o ouvinte nas plataformas. **Dialógica Amplificada** ao dar ‘alô’ para os ouvintes presentes na plataforma *Instagram* e *YouTube*. **Dialógica Imediata**, quando o locutor traz uma pergunta do ouvinte internauta para ser respondida. **Reacional Simples** ao convidar o ouvinte para seguir as redes sociais e plataformas digitais. E **Reacional Amplificada** quando o locutor atende ao telefone via *WhatsApp*. A seguir inserimos uma tabela detalhando aspectos técnicos dos dez programas analisados.

Tabela: Corpus da pesquisa - Programa AçaíCast (10 a 17 julho)

Título do programa	Data	Duração	Plataforma	Aspectos Interativos
AO VIVO	10 de julho	54’18”	Facebook	O vídeo conta com 02 curtidas, 01 compartilhamento e 16 visualizações
AO VIVO	12 de julho	1:15’36”	Facebook	O vídeo conta com 02 curtidas, 01 compartilhamento e 26 visualizações
AO VIVO	13 de julho	52’06”	Facebook	O vídeo conta com 01 curtida e 19 visualizações
AO VIVO	14 de julho	1:03’20”	Facebook	O vídeo conta com

				02 curtidas, 28 visualizações e um comentário
AO VIVO	17 de julho	1:00'48''	Facebook	O vídeo conta com 03 curtidas, 01 compartilhamento, 02 comentários e 37 visualizações
AÇAÍ CAST #304 PROF. MATHEUS CABRAL [PROJETO ALVORADA]	10 de julho	1:00'46''	YouTube	O vídeo conta com 13 curtidas, 01 comentário e 128 visualizações
AÇAÍ CAST #305 PR. HERNANE & MAURICIO [GRUPO - INMEC BRAULIO & MAURO]	12 de julho	1:15'30''	YouTube	O vídeo conta com 05 curtidas e 28 visualizações
AÇAÍ CAST #306 DANIEL SCHEFFER - TAURA GILMAR - DRONE NORTE.	13 de julho	55'16''	YouTube	O vídeo conta com 03 curtidas e 67 visualizações
AÇAÍ CAST #307 DRA. ALANA LISLÉA DR. JOSÉ RIBEIRO.	14 de julho	1:04'34''	YouTube	O vídeo conta com 01 curtida e 27 visualizações
AÇAÍ CAST #308 MARCOS [CURINGA DOS PNEUS] PROF. ALBERTO MAIA.	17 de julho	1:04'59''	YouTube	O vídeo conta com 04 curtidas e 66 visualizações

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

CONCLUSÕES

A Rádio Comunitária Açaí FM realiza aspectos da interatividade no rádio digital com o seu programa informativo AçaíCast. A emissora utiliza de forma regular as

plataformas digitais e redes sociais digitais para se conectar com o ouvinte internauta, buscando trazer a comunidade para sua programação. Manter essa convergência a faz de certa forma dependente de plataformas como *WhatsApp, YouTube e Facebook*, destacadas aqui como as principais ferramentas digitais trabalhadas pela rádio. Assim, o objetivo do artigo foi cumprido e sua hipótese confirmada.

O corpus constatou que, como havíamos presumido, a data de aniversário da cidade influenciou na modificação da grade de apresentação do programa informativo AçaiCast. Todos os dias foram entrevistados expositores da 53ª Exposição Agropecuária de Imperatriz (Expoinp), parte da programação festiva. A informação é local (de Imperatriz), mas não é hiperlocal (bairro Mercadinho), pois não se incluiu a comunidade do entorno de sua antena nas pautas da semana. Em nenhum momento foi observada a inserção da comunidade de origem da rádio nas pautas do programa informativo, nem sua participação reivindicada nas redes sociais e plataformas digitais.

Um ponto observação neste artigo, olhando para a realidade da Rádio Açai FM, é a de que a inclusão de uma rádio comunitária em ambiente tecnológico pode servir como uma grande oportunidade para que a emissora se afaste das armadilhas do proselitismo religioso e/ou político, ou da lei que a limita. Ela pode ainda aumentar suas receitas por meio de anúncios nas redes sociais e plataformas digitais, não dependendo exclusivamente do ‘apoio cultural’. Contudo, esta perspectiva de ampliação pode trazer algumas armadilhas, como a questão do distanciamento da sua comunidade do entorno, do seu sentido de localidade onde a emissora está inserida.

Não é nossa intenção olhar para a Rádio Açai no dial, mas é importante detalhar alguns pontos para se ter um contexto da interação da emissora com a sua comunidade do entorno, buscando evidenciar o que relatamos acima.

A interação com a comunidade, que é um princípio de origem das Rádios Comunitárias, não é vista no único programa informativo da emissora, o AçaiCast. O espaço do ouvinte, seja ele internauta ou analógico, se resume a participação durante a programação, sem grandes influências. Não se vê a comunidade na rádio. A falta de pautas que tratam da realidade do bairro onde a emissora comunitária é inserida também pode afastá-la de seu objetivo inicial que é de servir de suporte para o bairro na luta por cidadania e direitos básicos. Ao olhar exclusivamente para o aspecto local, ou seja, a

cidade como um todo, a rádio acaba por perder esse caráter originário, que reivindica sua existência, a aproximando de uma rádio comercial.

Conclui-se, assim, que a interatividade com os produtos radiofônicos ocorre, mas que a interação é prejudicada com a comunidade do entorno da Radio Açai FM. Em observações futuras, vamos ampliar o olhar para a recepção de produtos radiofônicos com o objetivo de compreender como esse fluxo comunicacional acontece nas rádios comunitárias da Amazônia maranhense em ambiente tecnológico.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Ângela Maria Barros. **Rádio Missão FM: pioneirismo e fé nas ondas comunitárias.** In: JORNALISMO, MÍDIA E SOCIEDADE: AS EXPERIÊNCIAS NA REGIÃO TOCANTINA. São Luís, MA: EDUFMA, 2017.
- BRECHT, Bertolt. **Teoria do rádio (1927-1932).** In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). Teorias do rádio: textos e contextos. v. 1. Florianópolis: Insular, 2005. p. 35-45
- FRAGOSO, Suely. **De interações e interatividade.** In: Compós – Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2001, Brasília. Anais Eletrônicos.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube.** 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.
- 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 jul. 2023.
- PERUZZO, Cicília Maria Kroling. **Comunicação nos Movimentos Populares – a participação na construção da cidadania.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- PRATA, N. **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; LOPEZ, Debora Cristina. **A interatividade no rádio hipermidiático e expandido: uma proposta de classificação.** In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, Manaus, AM, 2013. Anais Eletrônicos.



Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/r8-1065-1.pdf>>.

Acesso em: 10 jul. 2023

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos / Robert K. Yin; trad. Daniel Grassi - 2.ed. -Porto Alegre: Bookman, 2001.