
Gisela Swetlana Ortriwano e as características do rádio: reflexões em tempo de internet¹

Lourival da Cruz GALVÃO JÚNIOR²
Universidade de Taubaté, Taubaté, SP
Centro Universitário Módulo, Caraguatatuba, SP

Resumo

As características do rádio tipificadas por Gisela Swetlana Ortriwano em *A Informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos* (São Paulo: Summus, 1985) são submetidas às conjunturas advindas da prevalência da internet no contexto social. Esse fato sofre influência do fenômeno da convergência, um dos propulsores das mudanças que afetam as “mídias tradicionais” ávidas por adaptação à nova realidade digital. Pelo exposto este texto propõe a reflexão sobre a atualidade, em tempo de internet, das características do rádio presentes na citada obra. Adotou-se pesquisa bibliográfica que notou a potencialização das particularidades do rádio citadas pela autora em sua obra referencial. Observou-se, ainda, consolidação de características complementares não elencadas no mesmo texto de forma direta pela autora, como a interatividade e a capacidade educativa do rádio.

Palavras-chave: Características do Rádio; Convergência; Internet; Reflexão.

Introdução

A progressiva consolidação dos meios de comunicação analógicos na internet tem estabelecido uma característica que é congênere a todos: a *convergência*, termo relativo ao “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (JENKINS, 2008, p. 27). Tal particularidade, que molda mídias tradicionais em fase de migração, fixação e transmutação digital, decorre de processos que envolvem a adequação a novos padrões de linguagens e de conteúdos e geram transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais, sociais e de ação efetiva que não dependem única e exclusivamente do acesso e do manejo de aparatos tecnológicos

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), Mestre em Linguística Aplicada e Jornalista pela Universidade de Taubaté - UNITAU. Professor de Radiojornalismo do Departamento de Comunicação Social da UNITAU e do Centro Universitário Módulo de Caraguatatuba, onde também é coordenador. Docente do curso de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional do Programa de Pós-graduação em Administração do Departamento de Gestão e Negócios da UNITAU e pesquisador do NUPEC - Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação do Departamento de Comunicação Social da UNITAU.
E-mail: galvaojr@uol.com.br

duráveis e de fácil manejo (*smartphones, tablets e notebooks*), mas daquilo que ocorre “nos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (*idem, ibidem*). Conforme Jenkins, os agentes receptores (ouvintes, espectadores ou leitores), ao serem imersos na ambiência virtual, assumem o papel de indivíduos vinculados a um processo coletivo de consumo e de produção baseado nas interações diárias dentro de uma cultura convergente. Considera-se, neste sentido, que a circulação de formas e de conteúdos por meio de diferentes sistemas midiáticos, administrativos de mídias concorrentes e de fronteiras depende fortemente da participação ativa dessas pessoas, continuamente incentivadas a procurar novidades e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos, mas que convergem em um único espaço digital.

Cabe às mídias, na contemporaneidade, fomentar o estabelecimento de relações diferenciadas na virtual *ágora pública* (CASTELLS, 2003), que não admite a promoção de condições de passividade aos agentes receptores, conforme vigorava no contexto analógico. Devido à internet, disponibilizou-se um universo de dimensões imensuráveis onde praticamente tudo tende à coletividade, à convergência e à mutação. Despontou um ecossistema que permite a interação entre grupos e indivíduos, favorecendo o acesso quase que irrestrito às mais distintas informações expressas em textos, sons, imagens e outros formatos comunicacionais digitais, que abrigam diversos serviços usados em larga escala que se integram ao cotidiano social e que oferecem comércio remoto, compartilhamento de arquivos, estabelecimento de relações e processos colaborativos por intermédio de redes sociais, entre outras possibilidades.

O rádio, assim como as demais mídias, busca adaptação às mudanças geradas pela disseminação das tecnologias digitais e a consequente amplificação do fenômeno da convergência. Essa adequação, que inicialmente ocorreu com a transposição dos conteúdos sonoros para o ambiente digital, faz na atualidade com que o rádio formule estratégias que transformem ouvintes passivos em falantes ativos e participantes do processo de construção dos conteúdos em tempo real (OROZCO GOMES, 2010).

À vista da concretude deste panorama percebe-se, como oportuna, a reflexão sobre a atualidade de conceitos consagrados no campo teórico referentes ao rádio que, deste a popularização da internet, esforça-se em adequar à nova realidade a captação, a produção e a distribuição dos mais diversos conteúdos sonoros. Dentre essas temáticas conceituais entende-se como relevante rever os elementos primordiais que caracterizam

este meio e que foram elencados por Gisela Swetlana Ortriwano³ em *A Informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. A escolha desta obra⁴ como principal base de fundamentação teórica deste texto se deve ao fato de ela ser, ainda hoje, adotada pelas bibliografias de diversos planos de ensino voltados ao estudo do rádio. “A qualidade e o caráter abrangente do texto acabaram por transformá-lo em uma obra de referência para cursos de graduação na área de comunicação, especialmente jornalismo e radialismo” (VICENTE, 2011, p. 3).

Sensorialidade e oralidade

Encontra-se, em *A Informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*, notadamente em seu capítulo 7 – *A estrutura radiofônica* – uma análise objetiva e precisa das particularidades que distinguem o rádio, que foi considerado pela autora, há 33 anos, como o meio de comunicação mais popular e “de maior alcance público, não só no Brasil como em todo o mundo, constituindo-se, muitas vezes, no único a levar a informação para populações de vastas regiões que não tem acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais” (*op. cit.* p. 78). Apesar da crescente prevalência da internet na sociedade, principalmente nos centros urbanos, é possível observar que a afirmação de Ortriwano mantém-se atual, sendo corroborada por pesquisas recentes, como a apresentada em 2018 pelo Ibope Media que, por meio do Target Group Index⁵, revelou ser de 90% a população brasileira alcançada pelo veículo, sendo que 70% do universo pesquisado adota o rádio para entretenimento,

³ A autora (★ 17/06/1948, Füssen, Alemanha / † 19/10/2003, São Paulo - capital) foi graduada em Jornalismo pela Universidade de São Paulo (1972), com mestrado (1982) e doutorado em Ciências da Comunicação pela mesma instituição. Primeira pesquisadora a obter título de doutorado no Brasil com um estudo exclusivo sobre rádio, Gisela foi docente de Radiojornalismo no Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (GOUVEIA, 2011).

⁴ A primeira edição de *A informação no rádio* foi publicada em 1985 pela Summus Editorial e, em julho de 2018, o *site* da editora (<http://www.gruposummus.com.br/>) ainda disponibilizava a obra, que atingiu a quinta edição. É oportuno esclarecer que tais características formuladas em *A informação no rádio* foram revisitadas por Ortriwano em textos posteriores, como *Ok, marcianos: vocês venceram!* que foi publicado em 1998 pela editora Insular (Organização de Eduardo Meditsch), no livro *Rádio e Pânico: a guerra dos mundos, 60 anos depois*. Cabe salientar ainda que não é intenção deste texto promover análises comparativas sobre possíveis reformulações ou acréscimos conceituais feitos pela autora, uma vez que o propósito é refletir a atualidade dos conceitos oriundos de *A informação no rádio* em um contexto de prevalência da internet. Contudo, considera-se como oportuna a realização de tal estudo comparativo, a ser efetivado em estudo posterior a este (que deve ser considerado como inicial).

⁵ Informações obtidas em <http://www.popfm.com.br/blog/pesquisa-do-ibope-aponta-que-meio-radio-alcanca-90-da-populacao-no-brasil/>

enquanto 50% prioriza a audição de notícias. O consumo médio do rádio entre os brasileiros, de acordo com o levantamento, chega a 3 horas e 51 minutos no país.

Antes de analisar a atualidade dos elementos que caracterizam o rádio presentes na obra de Gisela Swetlana Ortriwano é oportuno destacar a consideração formulada por Kischinhevsky (2016) de que a comunicação radiofônica é predominantemente sonora, mas que não se descaracteriza quando, na internet, é incorporada por outros elementos textuais ou visuais inseridos em condições virtuais convergentes. Eduardo Meditsch (2001) também tratou das especificidades indissociáveis do 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” (*op. cit.*, p. 5). Este último conceito, posteriormente considerado radical pelo próprio autor⁶, permite compreender o rádio como meio de comunicação sonoro, invisível e que emite em tempo real, mesmo quando seu conteúdo sonoro usa outra forma ou ambiência de transmissão, como a digital. A noção ainda possibilita diferenciar “uma *Webradio* (em que ouvir só o som basta) de um *site* sobre rádio (que pode incluir transmissão de rádio) ou de um *site* fonográfico” (*Idem, Ibidem*).

Entende-se, neste enquadramento teórico, que o som é o meio físico primordial e único do qual o rádio tem se valido no decorrer de sua existência para promover ações comunicacionais e estabelecer, no cérebro humano, distintas reações e significados. Assim, ao ser compreendido como componente indispensável à radiodifusão, o som manifesta-se detentor da capacidade de estimular na mente dos indivíduos concepções particulares sobre aquilo que é difundido. Ortriwano (1985, p. 80) denomina essa característica de *sensorialidade*, uma vez que ela é capaz de envolver “o ouvinte, fazendo-o participar por meio da criação de um *diálogo mental* com o emissor”. Pelo som são estabelecidos significados baseados, em grande monta, no repertório de conhecimentos de cada indivíduo. Por consequência, promove-se a possibilidade de significação àquilo que foi dito ou narrado, ainda oportunizando reflexão aguçada e profunda do assunto tratado. Esse acontecimento é decorrente da capacidade humana de

⁶ Tal posicionamento foi revelado por Kischinhevsky (2012, p. 44). O autor explica que, em 2008, durante congresso nacional da Intercom realizado em Natal, no Rio Grande do Norte, Eduardo Meditsch “revisou sua posição em relação ao tema publicamente, afirmando, por exemplo, que já não podia ter certeza de que a imagem de uma webcam no site de uma emissora descaracterizava, de algum modo, a transmissão radiofônica”.

ter “despertada a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais” (*idem, ibidem*).

O envolvimento sensorial pode levar o ouvinte a estabelecer, na mente, algo parecido a uma conversa presencial com o emissor. A abstração aproxima-se da forma concreta, por conta das sonoridades transmitidas pelo rádio. A ocorrência de estímulos sensoriais se revela também nos demais meios de comunicação, mas de maneira mais limitada. Nos meios impressos, a sensorialidade tem a possibilidade de ser intensificada, mas para isso é necessário haver a somatória de fatores mais adensados, como os estímulos deflagrados pelo conteúdo textual, pela composição gráfica, pelo repertório de conhecimentos do leitor e pelas inferências que ele fará no decorrer do processo de decodificação dos signos verbais escritos. Os conteúdos de caráter audiovisual, como os disponibilizados na televisão e em *sites* de vídeo, revelam a predominância da imagem sobre as demais formas sensoriais, sendo o conteúdo sonoro relegado ao papel de coadjuvante, limitado na maioria dos momentos à complementaridade daquilo que é emitido visualmente.

Os mesmos fatores podem ser observados nas ambiências digitais, que ainda tendem a instigar uma busca ainda mais acelerada por diferentes formatos e conteúdos, caso estes não revertam interesse imediato. Apesar de não fazer citação direta às tecnologias digitais nos apontamentos de 1985, Ortriwano já demonstrava preocupação com a prevalência dos audiovisuais quando rebate o já citado, mas ainda muito recorrente na atualidade, ditado popular: *uma imagem vale por mil palavras*. “O rádio realmente usa mil palavras para criar uma imagem, que vão permitir que se criem muito mais do que mil imagens mentais. Orson Welles e sua transmissão de *A Guerra dos Mundos*, realizada em 1938, já provou isso concretamente” (*op. cit.*, p. 81).

A partir de Ortriwano é possível entender que a conformação sensorial do rádio, capaz de promover o trânsito comunicativo entre indivíduos por desmaterializar signos verbais, reconstituindo-os em massas sonoras, permite a uma audiência diversificada e desvinculada de qualquer forma de estratificação social o acesso reflexivo aos mais distintos conteúdos comunicacionais. Empregadas domésticas, comerciantes, feirantes trabalhadores da construção civil, auxiliares de limpeza, pessoas em situação de rua, dentre outros, tem acesso ao som emanado por um rádio de pilha ou por um celular dotado de dispositivo para captação das ondas eletromagnéticas ou acesso a internet,

permitindo assim reconstituir em suas mentes os mais vastos significados e, mediante repertório, estabelecer significações.

Característica intrínseca à sensorialidade, a *linguagem oral* é revelada por Gisela Swetlana Ortriwano como essencial à difusão e à recepção dos conteúdos radiofônicos. “O rádio fala e, para receber a mensagem, é apenas necessário ouvir” (ORTRIWANO, 1985, p. 78). Devido a esse predicado, a oralidade presente nas sonoridades radiofônicas leva vantagem sobre as mídias impressas, uma vez que não exige alfabetização de quem ouve, mas capacidade de ouvir e de refletir sobre o que foi dito. Trata-se de elemento que materializa, pelo rádio, os mais distintos significados. No contexto audiovisual, do qual a televisão e as mídias digitais presentes na internet fazem parte, a constituição do elo interacional entre quem fala e quem ouve depende de estímulos gerados pelo agente transmissor e do nível de envolvimento, estímulo e mobilização do agente receptor.

Ortriwano (1985, p. 82), baseando-se em *La radio: introducción al estudio de un medio desconocido*, de Angel Faus Belau⁷, ressalta que a transmissão da mensagem radiofônica exige a análise de quatro aspectos distintos. O primeiro, “em função do meio”, apresenta a mensagem como imediata e supõe eliminação dos fatores de tempo e espaço. A comunicação constitui-se como “unidade de emissão sucessiva, imediata e simultânea” que exige a presença do ouvinte no momento da emissão, que ocorre uma única e inigualável vez num determinado contexto, com a ausência ou ouvinte no campo visual do locutor. O segundo aspecto, voltado a função da mensagem, relaciona-se aos sinais sonoros compostos por músicas e efeitos especiais, entre outros, que objetivam estimular a sensorialidade. O terceiro aspecto tem caráter físico direcionado “em função do ouvido”, uma vez que a necessidade básica à recepção da mensagem radiofônica é a existência da capacidade auditiva dos indivíduos. Por fim, a transmissão da mensagem radiofônica deve atuar “em função do receptor” (o aparelho), oferecendo transmissão audível que propicie uma compreensão clara e adequada dos conteúdos sonoros. Esse aspecto leva em conta ruídos físicos existentes nos ambientes onde há recepção, que eles podem ser prejudiciais ao processo de absorção e compreensão das sonoridades.

Ortriwano indica, ao tratar da recepção das mensagens radiofônicas, que sejam considerados ainda mais quatro aspectos, sendo o primeiro o de caráter “ambiental”, que considera a intenção do ouvinte de transformar o conteúdo radiofônico em “pano de fundo”, como ocorre na transmissão de músicas no local de trabalho, no elevador, na

⁷ Biblioteca Universitaria Guadiana, Madrid, 1974.

sala de espera de um consultório médico ou em um estabelecimento comercial, entre outros espaços. Os sons emanados pelo rádio têm, nestes âmbitos, o propósito de compor ambiências minimamente agradáveis. O segundo aspecto coloca a recepção como de “companhia”, deflagrada quando o ouvinte presta uma “atenção marginal”, ou seja, nem sempre concentrada naquilo que é emitido. A atenção pode ser interrompida pelo desenvolvimento de uma atividade paralela que requer maior concentração, como obedecer a um sinal de trânsito durante o ato de dirigir um veículo ou a realização da limpeza de uma casa. O terceiro aspecto, “atenção concentrada”, desencadeia-se quando o ouvinte decide aumentar o volume do rádio para concentrar-se numa determinada mensagem, mesmo durante a execução de outra atividade paralela. O último aspecto concernente à recepção radiofônica é a “seleção intencional”, que é feita pelo ouvinte na busca, no *dial*, de um determinado conteúdo específico de interesse pessoal, como um programa jornalístico, esportivo, musical ou de entretenimento.

No tocante à internet, tanto os aspectos referentes a transmissão quanto aqueles relativos à recepção das mensagens tendem a ser potencializados no ambiente virtual, uma vez que os aparatos digitais que dão acesso aos conteúdos são frequentemente levados de um lado ao outro por um incontável número de pessoas, como se fossem extensões físicas de seus corpos (MCLUHAN, 1971). Tais suportes permitem uma série de interações que tornam os indivíduos ativos e capazes de manipular não apenas aquilo que querem ouvir, mas tudo mais que deseja ampliar, repercutir, produzir e interagir.

Penetração geográfica, mobilidade e baixo custo

Gisela Swetlana Ortriwano esmiúça de forma objetiva, no decorrer do capítulo 7 de *A informação no rádio*, mais características essenciais à estrutura radiofônica que se somam à sensorialidade e a linguagem oral. A *penetração geográfica* está entre essas tipificações que, conforme a autora, deriva da difusão das ondas eletromagnéticas que permitem a disseminação e a recepção sonora em grande escala em localidades não beneficiadas por outros meios. O regionalismo é favorecido consequentemente por essa particularidade, uma vez que a tecnologia analógica utilizada pelo rádio “permite a existência de emissoras locais, que poderão emitir mensagens mais próximas ao campo de experiência do ouvinte” (OTRTRIWANO, 1985, p. 79). Entretanto, a falta de adoção governamental de um modelo de transmissão digital que poderia suceder às emissões analógicas de rádio no Brasil fez com que o Ministério das Comunicações buscasse, em

2013, como saída de natureza imediata, mas questionável: a migração das emissoras que emitem em AM para as faixas disponíveis de FM antes ocupadas por emissoras de televisão que passaram a transmitir em HDTV, ou seja, em alta definição digital. A manobra, chamada de FM estendido, pode descaracterizar o conteúdo e a linguagem regional características das emissoras AM, uma vez que as emissoras que operam em FM possuem peculiaridades que tendem a padrões de caráter massivo.

Nota-se que, na atualidade, que a possibilidade de acesso *online* aos conteúdos radiofônicos potencializa os aspectos relativos à penetração geográfica, tornando ainda mais diversificada as formas de transmissão e de acesso aos conteúdos sonoros. Essa condição, todavia, depende das redes de distribuição de sinal da internet, que apesar da franca expansão ainda estão longe de atender vastas extensões territoriais. Conforme o relatório divulgado pela Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), o Brasil está na quarta posição entre países com mais pessoas conectadas à internet. Porém, segundo dados da pesquisa TIC Domicílios, do Núcleo de Informações e Comunicação do Comitê Gestor da Internet (CGI-Br), a questão da desigualdade no acesso no tocante a distribuição territorial é preocupante. “Segundo o levantamento, o percentual de residências conectadas é de 59% nos centros urbanos, enquanto as áreas rurais ficam com 26%. Já ao analisar as regiões do país, enquanto o Sudeste tem 64%, o Nordeste conta com 40%” (CANALTECH, 2017).

Ortriwano salienta que, como meio de comunicação tecnológico, o rádio dispõe ainda como característica a *mobilidade* de uso, que permite às emissoras transmitirem, dos mais diversos ambientes ou localidades, fatos no momento em que eles acontecem. O uso do celular tem tomado o lugar das transmissões externas antes efetivadas quase que exclusivamente por aparelhos de radiofrequência portáteis – os rádios HT. No caso do jornalismo, a cobertura diária dos acontecimentos tornou-se mais ágil e as entrevistas ao vivo foram facilitadas e ampliadas, tornando a divulgação noticiosa mais rápida e instantânea. “Com o celular, o repórter pode realizar entrevistas ou fazer uma participação ao vivo de qualquer lugar, um tipo de mobilidade muito superior ao telefone sem fio utilizado nas unidades móveis de frequência modulada” (DEL BIANCO, 2014, p. 5). Do lado dos ouvintes, a tecnologia favoreceu a mobilidade de deslocamento uma vez que, ao ficarem livres de tomadas e da condição de espectadores passivos, os indivíduos têm acesso às informações em qualquer ambiente devido à praticidade e facilidade de acesso aos sons provenientes do rádio portátil. Hoje, tal

peculiaridade tornou-se extensiva aos aparatos digitais, como os celulares e *smartphones*, que já trazem consigo tecnologias de acesso às ondas eletromagnéticas ou às sonoridades contidas na internet, via acesso online.

Outra característica inerente ao rádio revela aspecto social e democrático. As transmissões e recepções são beneficiadas pelo *baixo custo* e pelo menor investimento financeiro dispendido, seja na aquisição e manutenção de equipamentos de transmissão, seja para compra de aparelhos de recepção analógicos que estão “ao alcance de uma parcela muito maior da população, em comparação a outros meios (*Idem, Ibidem*). Nota-se que, gradativamente, aparatos tecnológicos digitais como computadores, *tablets* e celulares conectados à internet passaram a fazer parte deste rol, principalmente pelas facilidades de acesso ao crédito e por causa da redução dos valores de aquisição.

Imediatismo, instantaneidade e autonomia

De acordo com Ortriwano, o *imediatismo* na transmissão e a *instantaneidade* na recepção dos conteúdos são características que, no rádio, tem aplicações distintas. No imediatismo, “os fatos podem ser transmitidos no instante em que ocorrem” devido a menor complexidade técnica para o manejo dos aparatos, enquanto na instantaneidade “a mensagem precisa ser recebida no momento em que é emitida”. Essa última particularidade foi apontada pela autora, em 1985, como desvantagem frente aos meios impressos, que permitem “voltar atrás para entender a mensagem” (p. 80). O mesmo, contudo, não deve ser compreendido dos conteúdos sonoros disponíveis na internet em formatos digitais diferenciados, como o *podcast*, acrônimo criado pela união do sufixo *Pod* (do tocador de MP3 da empresa norte-americana Apple, de nome comercial *iPod*) com a palavra *broadcasting* (transmissão). O acesso ao *podcast*, que consiste em áudios disponibilizados para audição ou *download*, não carece das mesmas condições de tempo e espaço essenciais à recepção radiofônica analógica. Nota-se, assim, que a questão da instantaneidade ganha, na *Web*, conformação diferenciada no tocante às sonoridades, uma vez que *sites* ou aplicativos podem disponibilizar “os arquivos de áudio para que os ouvintes possam escutá-los posteriormente, on demand” (ORTRIWANO, 2003).

Segundo Ortriwano, a *autonomia* na transmissão e na recepção das mensagens é outra tipificação estrutural do rádio, que “livre de fios e tomadas – graças ao transistor – deixou de ser meio de recepção coletiva e tornou-se individualizado” (p. 81). Por sua conformação tecnológica, o rádio não depende de estruturas físicas e logísticas robustas

para viabilizar emissões, que se tornam dirigidas e individualizadas. A versatilidade na recepção é outra condição oriunda dessa característica. “É como se o rádio estivesse contando para cada um em particular. Ao mesmo tempo, a atividade de ouvir não exclui a possibilidade de desenvolver outras tarefas, como ler, dirigir, trabalhar, etc” (*idem, ibidem*). Na era digital, transmissões e recepções que empregam os novos aparatos disponíveis potencializam a autonomia, por exemplo, de repórteres que emitem notícias diretamente dos locais dos fatos via celular; e de ouvintes que, enquanto realizam alguma tarefa, acompanham de forma concomitante o noticiário por intermédio de fones de ouvidos conectados a seus *smartphones*.

Características complementares

Somam-se às características do rádio detalhadas por Ortriwano em *A Informação no rádio* uma particularidade enaltecida na era digital: a *interatividade*, compreendida como “ideia de reversibilidade e atuação conjunta, no que alguns classificam como bidirecionalidade, até a dinâmica integrada entre os participantes de um processo comunicacional” (MACIEL, 2009). A interação revela-se como um ato que detém a possibilidade de atuação mútua e de “reversibilidade entre dois polos envolvidos em um ato comunicacional”. É, neste sentido, salutar a compreensão de que a interatividade “não pode ser pensada como uma simples relação de ação-reação”, mas como o efetivo e linear estabelecimento de uma ação integrada entre os agentes de transmissão e recepção que tem ampliadas as possibilidades de atuação e, por consequência, de comunicação. Deve-se considerar, neste escopo, a convivência que é intrínseca ao rádio e que estabelece uma lógica integrada entre transmissor e receptor, que se distanciam da dicotômica atitude ativo-passiva para empreenderem uma comunicação discursiva por intermédio do rádio, apontado como “lugar de diálogo e interação entre sujeitos” (*op. cit.* p. 100).

Ortriwano (1998) posteriormente chama a atenção para outro aspecto relativo a interatividade: o controle exercido por uma das partes. Ao citar a preocupação de Brecht com as duas mãos de direção possíveis ao rádio, a autora enfatiza que a interatividade continua controlada por quem detém a transmissão. “A participação do ouvinte é limitada a pequenas intervenções, seja por telefone, seja ao vivo. Se o gênero é o jornalismo, predominam as reclamações quanto aos serviços em geral, o testemunho sobre algum acontecimento, via telefone, fax, cartas ou enquete” (*op. cit.*, p. 14). A condição também

é passível de ser considerada em tempo de internet, apesar da possibilidade de interação proporcionada pelas redes sociais e aplicativos para celulares, como o *WhatsApp*. Isso ocorre uma vez que as emissoras exercem controle no tocante a seleção daquilo que é proveniente, via online, dos ouvintes, pelos mais difusos motivos, como o excesso ou similaridades de abordagens, veracidade do que é dito ou controle ideológico, entre vários outros.

Fruto da soma de todas as demais, outra característica que requer ser enfatizada e que não foi elencada de forma direta por Ortriwano em sua obra de 1985 é a *capacidade educativa* do rádio⁸, que se transforma em um efetivo recurso de produção e abordagem de conteúdos capaz de ampliar, no processo de ensino-aprendizagem, o repertório de referências teóricas e atividades práticas de professores e agentes culturais, bem como dimensiona de maneira progressiva a aquisição do conhecimento por parte dos alunos (CONSANI, 2007). Pelo rádio, processos educativos e comunicativos não ocorrem separadamente, uma vez que “as mídias e a mediação comunicativa não representam apenas recursos a mais dentro de um fazer já estruturado, mas, sim, o veículo, a situação e o ambiente privilegiados para sustentar a tríade conteúdos-habilidades-attitudes” (*op. cit.*, p. 13).

Apesar da presença no cotidiano de aparatos digitais que possibilitam acesso à internet, o rádio mantém-se atuante na sociedade e integrado às novidades tecnológicas. “Além de resistir à concorrência das tecnologias que surgem diariamente, o rádio ainda consegue inserir-se nelas de maneiras quase sub-reptícia, como atestam o fenômeno do *webradio* e do *podcast*” (*op. cit.* p. 18). O veículo permite a realização da modalidade de Educação a Distância, definida como “uma forma de ensino na qual pessoas de várias idades e classes sociais têm possibilidade de estudar, em casa ou nos locais de trabalho, através de programas e materiais produzidos por equipes qualificadas” (PIMENTEL, 1999, p. 13). Nessas práticas educacionais, ainda mais popularizadas e disseminadas por conta da internet, professores e alunos não ocupam de forma presencial o mesmo espaço físico. Na busca pela interação, as partes envolvem-se com materiais didáticos que, quase sempre, adotam meios de comunicação para estabelecer mediação aos conteúdos. “A Radiodifusão Educativa, por sua vez, pode ser definida como a que utiliza o rádio e

⁸ Quanto ao tema, a autora faz menção no capítulo 1 – *O rádio no Brasil* – das intenções educacionais de Roquette Pinto e Hery Morize que, em 20 de abril de 1923, fundaram a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que “nasceu como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram basicamente culturais, educativas e altruísticas” (ORTRIWANO, 1985, p. 14).

a televisão, ou seja, os meios que transmitem os programas de Educação formal e não-formal, como suporte dos materiais educativos produzidos” (*op. cit.*, p. 14).

A partir da reflexão sobre as características do rádio é possível afirmar que a citada mídia tende a fortalecer, no cenário da convergência midiática, os referentes coletivos formados em torno dela no passado, uma vez que esse meio atua como “protagonista da memória individual e coletiva”, tornando possíveis “hábitos de escuta e de atenção entre suas audiências, além de rituais e modos específicos de interação com seus conteúdos e transmissões e de satisfação de suas necessidades comunicativas e informativas, assim como de relaxamento” (OROZCO GOMEZ, 2010, p. 10). Observa-se ainda a necessidade de atenção para a promoção de mudanças na forma tradicional de *se fazer rádio*, mídia moldada exclusivamente pelo som que se depara e converge, no mundo virtual, com outras significantes e diversas expressividades comunicacionais. Torna-se importante salientar também, conforme alerta Ortriwano (p. 83) que “o produto radiofônico – a mensagem – precisa respeitar as características do meio e as condições de recepção, devendo estar entre as preocupações básicas do emissor o fato de a mensagem radiofônica estar destinada apenas a ser ouvida”.

Compreende-se, por fim, que rádio, apesar da rapidez das transformações que vivencia, tende a adaptar suas características fundamentais ao novo contexto decorrente das inovações oferecidas pelas tecnologias digitais e pela internet de forma a não descaracterizá-las, uma vez que, em essência, elas ainda determinam a estrutura deste meio de comunicação sonoro, seja ele presente nas ondas eletromagnéticas ou nos *bits* e *bites* da internet. Promover a reflexão sobre legados teóricos essenciais, como aqueles fundamentados por pesquisadores do renome de Gisela Swetlana Ortriwano, é um passo significativo para vislumbrar, no futuro, novos caminhos a serem traçados pelo rádio e por aqueles que de sedicam a estudá-lo.

Referências

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2003.

CAMPOS, Aline. Internet. In: MARCONDES FILHO, Ciro (org.). **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

CANALTECH. **Brasil é o 4º país com mais internautas, mas desigualdade da rede é um problema**. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/internet/brasil-e-o-4o-pais->

com-mais-internautas-mas-desigualdade-da-rede-e-um-problema-101532/>. Acesso em: 20 jul. 2018.

CONSANI, Marciel. **Como usar o rádio na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2007.

DEL BIANCO, Nélia R. **Radiojornalismo em Mutação na Era Digital**. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, Porto Alegre, 2004.

GOUVEIA, Leandro Reis Santos de. **Gisela Swetlana Ortriwano e o Radiojornalismo – uma trajetória de ensino**. Iniciação Científica / Programa Ensinar com Pesquisa. São Paulo: ECA/USP, 2010-2011. Disponível em: http://www.jornall.com.br/radiojornalismo/textos/Gisela_Swetlana_%20Ortriwano_e_o_Radiojornalismo.pdf

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

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

_____. **Rádio social: uma proposta de categorização das modalidades radiofônicas**. In: DEL BIANCO, Nélia R. (org.). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. São Paulo: Intercom, 2012.

MACIEL, Suely. **A interatividade no diálogo de viva-voz na comunicação radiofônica**. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo - ECA/USP, 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix, 3. ed., 1971.

MEDITSCH, Eduardo. **O ensino do radiojornalismo em tempos de internet**. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Campo Grande/MS, UFMS, 2001.

OROZCO GOMEZ, Guillermo. De “ouvintes” a “falantes” da rádio, o desafio com os novos “radiouvintes”. In: PRETTO, N. L. e TOSTA, S. P. (Orgs.). **Do MEB à WEB: o rádio na Educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010, p. 8.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A Informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 2. ed, 1985.

_____. **Rádio: interatividade entre rosas e espinhos**. Revista Novos Olhares: São Paulo, Eca/USP. Ano 1, no 2, 2o semestre de 1998, pp. 13-30.

_____. **Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história**. São Paulo: Revista USP, n. 56, Dez/Fev 2002-2003. p. 66-85. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/56/10-gisela.pdf>>. Acesso em: 10 Jan. 2013.

_____. Ok, marcianos: vocês venceram! In: MEDITSCH: Eduardo (Org.).
Rádio e Pânico: a guerra dos mundos, 60 anos depois. Florianópolis: Insular, 1998.

PIMENTEL, Fábio Prado. **O Rádio Educativo no Brasil, uma visão histórica.** Rio de Janeiro: Soarmec Editora.

VICENTE, Eduardo. **Em busca do rádio de autor: apontamentos para uma revisão crítica da história do rádio no país.** XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Recife/PE, 2011.