

## **Reverberando cidadania, construindo conhecimento: considerações sobre a atuação do Radiotube na internet**

Elton Bruno Barbosa PINHEIRO<sup>1</sup>

### **Resumo**

O Radiotube é o site de uma rede social destinado à publicação e ao compartilhamento de arquivos em áudio, textos e vídeos, disponível no ciberespaço com acesso irrestrito, descentralizado e interativo. Esse artigo apresenta uma abordagem exploratória e explicativa sobre a Internet e o Radiotube descrevendo e refletindo os seus recursos diversos, tomando por base as características da web estudadas por Palacios (2004) – a convergência, a hipertextualidade, a customização ou personalização do conteúdo, a capacidade de armazenamento ou memória e a interatividade – as quais consideramos determinantes para a utilização e projeção do Radiotube como uma importante ferramenta/meio para a democratização da comunicação, valorização da cidadania e da construção coletiva do conhecimento.

**Palavras-chave:** Radiotube; Rede Social.Internet.Conhecimento.Cidadania.

### **Abstract**

The Radiotube is a social networking site for the publishing and sharing files in audio, text and video, available in cyberspace with unrestricted, decentralized and interactive access. This article presents an exploratory and explanatory approach to the Internet and the Radiotube describing and reflecting their various resources, based on the characteristics of web studied by Palacios (2004) - convergence, hypertextuality, customization or personalization of content, storage capacity or memory and interactivity - which we consider crucial for the use and projection of Radiotube as an important tool / medium for democratization of communication, appreciation of citizenship and collective construction of knowledge.

**Keyword:** Radiotube. Social network. Internet. Knowledge. Citizenship

---

<sup>1</sup> Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas Audiovisuais pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Pesquisador do GEDIC - Grupo de Estudos de Divulgação Científica – PPGC/UFPB/CNPq. Integrante do Grupo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora da Intercom. Professor do Curso de Graduação em Comunicação Social da Associação Paraibana de Ensino Renovado, João Pessoa-PB. E-mail: eltonufpb@hotmail.com.

## Introdução

Em meio a todas as suas potencialidades, como a capacidade de armazenamento ou memória, a hipertextualidade, a customização ou personalização de conteúdos, a convergência ou multimídia, a interatividade e a instantaneidade, só para citar alguns exemplos (Cf. Palacios, 2004), destacamos que a Internet tem proporcionado um vasto/ilimitado “espaço para a conexão entre os atores e grupos sociais, maior circulação de informação e, com isso, uma maior ação coletiva” (Cf. Recuero, 2009).

Entendemos a Internet como espaço de conexão, tendo em vista a sua capacidade de vincular/acoplar/atrelar informações de modo rizomático, fluído e dinâmico. Nesse sentido, consideramos que tal conexão também, e notadamente, se dá cada vez de modo mais intenso e diversificado entre atores e grupos sociais que, mediados pela *web* e suas interfaces plurais e simbólicas, criam suas redes. Nessa direção, Recuero (idem) abaliza: “Redes sociais são grupos de atores. Sites de redes sociais são as mediações desses grupos de atores”.

São justamente tais sites de redes sociais as “ferramentas/meios” que têm proporcionado a maior circulação de informações produzidas pelos “atores” e “grupos sociais”, numa ação coletiva que enxergamos como cada vez mais ‘cidadã’, ‘participativa’, ‘democrática’ e, porque não dizer, ‘transformadora’ do cenário midiático contemporâneo.

Tais aspectos abordados por Recuero (idem) são os principais eixos que norteiam o nosso olhar no desenvolvimento do presente estudo exploratório, de natureza explicativa, que tem como objeto central de reflexão o Radiotube, disponível para acesso no endereço eletrônico < <http://www.radiotube.org.br/>>, site de uma rede social através da qual estudantes, pesquisadores, profissionais de comunicação, assim como toda a sociedade civil conectada à rede mundial de computadores, podem disponibilizar conteúdos (áudios, vídeos e textos) para serem acessados/utilizados e/ou compartilhados por todos/as.

## Entendendo o Radiotube

*A ideia é formar uma rede social que produza conhecimento coletivo e informação cidadã.  
(RADIOTUBE, s/d, online).*

A priori, é preciso destacar que o Radiotube, espaço virtual de caráter colaborativo e fomentador de uma rede social na qual diversas produções radiofônicas são publicadas e compartilhadas com o intuito de fortalecer o conhecimento coletivo e a informação cidadã, foi desenvolvido com patrocínio da Petrobrás, no ano de 2007, pelo CRIAR BRASIL - Centro de Imprensa, Assessoria e Rádio, uma organização não-governamental que tem como missão:

Apoiar as organizações dos movimentos sociais através de estratégias de comunicação como produção, assessoria, pesquisa e capacitação em rádio e outras plataformas – impresso, internet e audiovisual - visando à efetivação dos direitos humanos, com foco no direito à comunicação. (CRIAR BRASIL, s/d, *online*).

Importante ressaltar que a referida ONG, outrora chamada CRIA – Centro de Imprensa Alternativa, foi o setor de rádio base do IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, iniciado pelo sociólogo Herbert de Souza, o “Betinho”. Quando da falta de recursos para encaminhar o referido Projeto, muitos dos seus idealizadores persistiram na proposta de criação de um centro de produção e capacitação em rádio cidadão. Tal objetivo foi então alcançado com a criação do Radiotube<sup>2</sup>.

Interessante observar o atual lema da ONG: “O CRIAR é a ONG da Comunicação para Todas as Vozes”, lema este que podemos notar se concretizando na proposta-mãe do Radiotube: ser um espaço virtual onde se desenvolve uma rede social exclusiva para a promoção da cidadania através da publicação e compartilhamento de conteúdos.

Atualmente, o CRIAR BRASIL permanece com o patrocínio da Petrobras, mas a ONG passou a atuar apenas como incentivadora/animadora da rede, conferindo aos seus

---

<sup>2</sup> Vídeo de lançamento do Radiotube: disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eXGgu8eHROw>>.

atores e grupos sociais integrantes a responsabilidade pela produção, disponibilização e compartilhamento dos conteúdos.

O sucesso dessa iniciativa depende da participação e comprometimento de cada integrante dessa rede social. Programas de rádio, campanhas em áudio, *spots*, radionovelas, entrevistas, textos, músicas e demais produções radiofônicas com temática ligada ao fortalecimento da cidadania e com foco na juventude são muito bem-vindos. (RADIOTUBE, s/d, *online*).

Todos os conteúdos disponíveis no Radiotube estão submetidos à política geral de publicação do *Creative Commons*<sup>3</sup>, o que implica dizer que todo e qualquer *post* poderá ser livremente compartilhado, desde que não haja fins comerciais. Dessa forma, constata-se que o um dos principais objetivos do Radiotube é, de fato, que através do compartilhamento de conteúdo e da colaboração mútua, toda a rede, ou seja, seus atores e grupos sociais, sejam beneficiados com a construção coletiva do conhecimento.

Assim como acontece no YouTube<sup>4</sup>, que consiste em um serviço de publicação de vídeos que proporciona aos participantes e visitantes a possibilidade de compartilhar e comentar clipes de vídeo, para navegar pelas páginas do Radiotube não é necessário se cadastrar, no entanto, somente os usuários cadastrados podem utilizar todos os recursos disponíveis no referido site, como incluir/publicar arquivos de áudio, textos e vídeos<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> O *Creative Commons* é uma organização sem fins lucrativos, que permite o compartilhamento e o uso da criatividade e do conhecimento através de licenças jurídicas gratuitas. É possível obter mais informações sobre essa organização através do *link*: <<http://creativecommons.org.br/o-que-e-o-cc/>>.

<sup>4</sup>Disponível no endereço eletrônico: <<https://www.youtube.com/>>.

<sup>5</sup> Estes três tipos de publicações (áudio, textos e vídeos) podem ser disponibilizados nos seguintes formatos: áudio (MP3), vídeo e texto (DOC, PDF). Há limitação de até 30 MB para a inserção de áudios e de 1GB para vídeos (AVI, MP4, FLV).



Figura 1: Home

Disponível em: <<http://www.radiotube.org.br/>>

A figura 1 apresenta a *home* do Radiotube, na qual é possível identificar facilmente as funcionalidades do site da rede social, tais como: acesso aos diversos tipos de publicações, membros, temas, ajuda, mural e opção de busca.

No canto superior esquerdo o usuário tem a possibilidade de acessar o site da rede social utilizando o seu *login* e senha para, além de navegar, disponibilizar/publicar arquivos e interagir conforme possibilidades já mencionadas.

Na *home* ficam disponíveis os conteúdos em destaque nos formatos: áudio, textos e vídeos, como se pode observar também na figura 1. Atente-se que esses conteúdos são dispostos ordenadamente, de acordo com a data de publicação, o que reforça o caráter instantâneo da rede, que permanece atualizada quanto à circulação da informação.

As figuras 2, 3 e 4 ilustram o modo de apresentação das três categorias de conteúdos presentes no Radiotube (áudios, textos e vídeos).



Figura 2: Áudios.



Figura 3: Textos.



Figura 4: Vídeos.

Em relação a estes conteúdos que podem ser disponibilizadas no site da rede nos idiomas português e espanhol<sup>6</sup>, a política do Radiotube prevê as seguintes possibilidades:

Programas de rádio, campanhas em áudio e vídeo, *spots*, radionovelas, entrevistas, textos, músicas e demais produções radiofônicas com temática ligada ao fortalecimento da cidadania e com foco na juventude. O objetivo principal do Radiotube – Rede de Cidadania – é ser um espaço virtual de compartilhamento de informações relacionadas à cidadania. Por isso, *não são bem-vindas publicações com intenções político-partidárias ou comerciais, contribuições com intuito de promoção pessoal, manifestações de discriminação e intolerância ou que violem qualquer direito pessoal e/ou coletivo.* (RADIOTUBE, s/d, online).

Nesse sentido, O CRIAR BRASIL ressalta que se reserva o direito de apagar qualquer publicação ou comentário que despreze estas normas citadas. A referida ONG anuncia em seu site<sup>7</sup> que nos anos de 2014 e 2015 o Radiotube terá mais uma nova fase de desafios, como a promoção de capacitações pelo Brasil e novas produções.

## Características da *web* presentes no Radiotube

Consideramos a atuação da Internet no âmbito geral das Comunicações como altamente relevante e potencializadora da atual mutação da cultura midiática. Nesse

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://www.radiotube.cc>>.

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.criarbrasil.org.br/projetos/>>

sentido, buscamos compreender tal fenômeno tomando por base as características da *web* elucidadas pelo pesquisador Palacios<sup>8</sup> (2004), no sentido de, a partir delas, encontrar alguns parâmetros que nos auxiliem na reflexão sobre a presença e atuação do Radiotube na rede mundial de computadores.

As mencionadas características são: a multimídia ou convergência, a hipertextualidade; a customização ou personalização de conteúdo; a capacidade de armazenamento ou memória e a interatividade.

Quando da sua concepção, tais características foram aplicadas, de modo geral, ao Jornalismo *Online*, mas justamente por sua generalidade e abrangência simbólica, entendemos que é facilmente possível aplica-las a presente reflexão sobre o Radiotube ou sobre qualquer outra mídia *online*.

#### a) A multimídia ou convergência

Essa característica consiste na união de todos ou de alguns meios de comunicação em um único. Como é do nosso conhecimento, a rede mundial de computadores é capaz de utilizar áudios, textos, vídeos, imagens etc., para comunicar uma mesma mensagem.

Na visão de Palacios (2004, p. 01): “a convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade”. Trata-se, portanto, de um processo multidimensional, o qual tem sido cada vez mais facilitado pelo surgimento generalizado de tecnologias digitais de comunicação.

No caso do Radiotube, podemos perceber que a lógica da convergência propiciou a integração de meios, formatos e linguagens anteriormente disponibilizados para acesso de maneira isolada, como por exemplo, áudio, textos e vídeos, focos do

---

<sup>8</sup> Corroboramos a ideia do pesquisador Marcos Palacios (2004), o qual, no desenvolvimento do seu estudo, procurou esclarecer que tais características/possibilidades abertas pelas Novas Tecnologias de Comunicação (NTC) não se constituem, necessariamente, em aspectos efetivamente explorados pelos meios *online*, seja por razões técnicas, de conveniência, adequação à natureza do “produto” oferecido ou ainda por questões de aceitação dos usuários. Baseados nestas considerações do referido autor, estamos, fundamentalmente, refletindo tais potenciais que são utilizados, em maior ou menor escala, e de forma diferente, em nosso objeto de estudo: o Radiotube.

referido site, os quais passam a dialogar direta e transversalmente na rede de modo agregador e complementar.

Ainda considerando os aspectos da convergência e observando a rede social que se desenvolve no site Radiotube, chamamos atenção para o que articular Nicolau (2008, p. 01), segundo ele: “há uma característica peculiar nas mídias de hoje: elas estão se tornando, cada vez mais, mídias de relacionamento”. Ressaltamos que a argumentação do referido autor baseia-se na seguinte constatação:

A partir da instauração de um *fluxo* permanente de comunicação midiática e do desdobramento de múltiplas *conexões* entre usuários, instituições e sistemas, entre suportes de interfaces dinâmicas, há formas de *relacionamento* surgindo e sendo estabelecidas no âmbito de uma nova cultura midiática (grifos no original) (NICOLAU, 2008, p. 02).

Uma proposição que levantamos para buscar complementar o entendimento da teoria de Nicolau (2008) de forma a contextualizar o nosso objeto de reflexão, o Radiotube, esta apoiada no pensamento de Jenkins:

O consumo tornou-se um processo coletivo [...] Nenhum de nós pode saber tudo (inteligência coletiva); cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. *Estamos aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência* (grifo nosso) (JENKINS, 2008, p.5).

É possível perceber como Jenkins encara a convergência como uma mutação cultural. E nós corroboramos esse pensamento do referido autor na medida em que acreditamos que neste ambiente onde atuam concomitantemente múltiplos dispositivos e formatos midiáticos, como é o caso do Radiotube, intensifica-se o consumo de informações, o relacionamento entre “atores” e “grupos sociais”, bem como a noção de construção coletiva de conhecimentos.

Ressaltamos o fato do Radiotube, além de promover a convergência entre áudios, textos e vídeos, convergir seus conteúdos com/em outras redes sociais desenvolvidas em diferentes sites: Facebook<sup>9</sup>, Twitter<sup>10</sup>, Youtube<sup>11</sup> e Orkut<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> <https://www.facebook.com/radiotube.redecidadania>

<sup>10</sup> [https://twitter.com/\\_radiotube](https://twitter.com/_radiotube)





Figura 5: Fanpage do Radiotube no Facebook

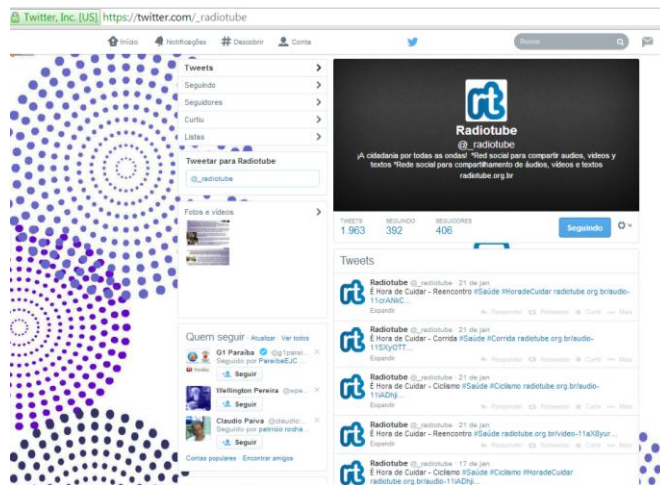


Figura 6: Twitter do Radiotube

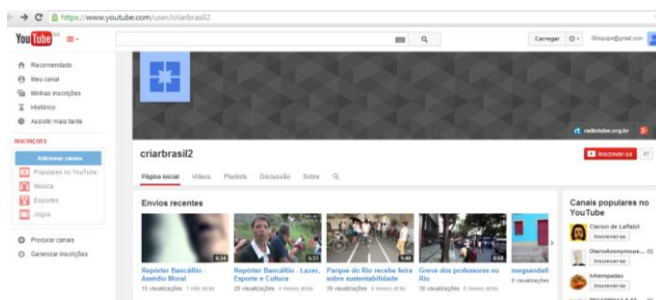


Figura 7: Canal do CRIAR Brasil/Radiotube no YouTube

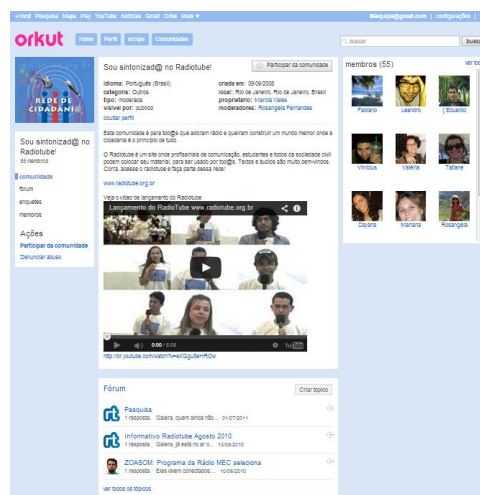


Figura 8: Comunidade do Radiotube no Orkut

Observando as figuras 5, 6, 7, 8, temos a ilustração da presença do Radiotube no site de diferentes redes sociais. Esse fenômeno é o exemplo prático daquilo que Palacios (2004) chama de circulação e/ou disponibilização de conteúdos em plataformas distintas numa situação de agregação e complementaridade.

<sup>11</sup> <https://www.youtube.com/user/criarbrasil2>

<sup>12</sup> <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=68634117>

## b) A hipertextualidade

Em linhas gerais, Palacios (2004), afirma que a hipertextualidade é a característica da *web* que possibilita a interconexão de textos<sup>13</sup> através de *link* (hiperligações). Mas vale salientar que o termo hipertexto foi definido pioneiramente por Ted Nelson (2002), no início dos anos 60, com significado referente à “escrita/leitura não sequencial, não linear”.

Por hipertexto, eu entendo escrita não sequencial - um texto com vários caminhos que permite que os leitores façam escolhas, e que são melhor lidos numa tela interativa. Popularmente, são concebidos como uma série de pedaços de textos conectados por *links* que oferecem ao leitor diferentes caminhos (NELSON apud HIPERTEXTO, s/d).

No Radiotube, percebemos a presença da hipertextualidade em diversos *posts* presentes no site, mas, sobretudo, nos conteúdos disponibilizados no formato de textos escritos.

Nesse sentido, segundo Oliveira Junior, o hipertexto, recurso fortemente relacionado à linguagem, é tecnologicamente proveitoso devido às soluções que oferece aos receptores da mensagem. Para o referido autor algumas características podem ser destacadas a respeito da hipertextualidade:

a) é um meio adequado para organizar e apresentar a informação, estruturada ou não, sem os esquemas tradicionais e rígidos das bases de dados. Podem ser utilizados esquemas hierárquicos no uso de sistemas de documentação de textos tradicionais organizados ou não; b) tem uma interface intuitiva que imita o funcionamento da mente humana, fazendo uso de modelos cognitivos, pois não requer do usuário grandes esforços para obter uma informação; c) a informação se encontra distribuída e pode ser acessada de forma corrente por vários usuários em um ambiente compartilhado; d) *é um ambiente colaborativo porque o usuário cria novas referências entre os documentos de forma imediata e independente dos conteúdos, aumentando o hiperdocumento*; e) tem vários mecanismos de recuperação e busca de informação por meio das navegações dirigidas ou não (*grifos nossos*) (OLIVEIRA JUNIOR, 2002, pp. 34-35).

---

<sup>13</sup> Entendemos por “texto” um bloco de informação, que se pode apresentar sob o formato de escrita, som, foto, animação, vídeo etc. (Cf. PALACIOS, 2004, p. 11).

Entendemos que a hipertextualidade tem como premissa fundamental a oportunidade de promover, através desse ambiente colaborativo apontado por Oliveira Junior, o aprofundamento da informação, característica esta que constatamos ser um dos grandes objetivos do Radiotube, tendo em vista, sobretudo, a sua atuação quanto à promoção da cidadania e do conhecimento coletivo.

### c) A customização ou personalização de conteúdo

De acordo com Palacios (2004) essa característica é também denominada como individualização, e consiste na alternativa oferecida aos usuários para configurar os conteúdos a partir de seus interesses particulares.

Nessa direção, o Radiotube permite uma pré-seleção de conteúdos a partir da categorização de 18 (dezoito) temáticas pré-estabelecidas no site, a saber:

1. Acessibilidade
2. Assistência Social
3. Ativismo
4. Cidade
5. Comunicação
6. Cultura
7. Educação
8. Etnias
9. Gênero
10. Juventude, Infância e Adolescência
11. Meio Ambiente
12. Política
13. Produções Radiotube
14. Religião
15. Saúde
16. Sustentabilidade
17. Tecnologia
18. Trabalho



Figura 09: Temas

Ao clicar sobre o *link* de um dos temas, o usuário do Radiotube tem a sua disposição conteúdos específicos, nos três formatos base da rede (áudio, texto e vídeos), apresentados sequencialmente a partir das publicações mais recentes, como se pode ver na Figura 09.

Uma outra peculiaridade observada no Radiotube que dialoga diretamente com a customização e a personalização de conteúdos é a existência do mecanismo de busca, localizado no menu principal do site. A partir desse mecanismo, o usuário do site dessa rede social “[...] traça o próprio caminho durante a navegação em busca dos conteúdos que lhe sejam úteis ou mais agradáveis” (ALMEIDA, MAGNONI, 2010, p. 434).

A possibilidade de customização ou personalização permite que o conteúdo do Radiotube seja notadamente determinado pelos interesses dos nichos mais específicos de seus atores e/ou grupos sociais atuantes na referida rede.

Ao constarmos tais possibilidades, deparamo-nos automaticamente com a próxima característica a ser abordada pelo presente estudo: a disponibilização de arquivos previamente armazenados na memória da rede, para ser acessados pelos usuários quando e onde desejarem.

## d) Armazenamento ou Memória

Em primeiro lugar é preciso frisar o que afirma Palacios (2004) sobre essa característica denominada armazenamento ou memória: de fato, “a acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na *web* do que em outras mídias”. O referido autor também afirma que a memória é um “elemento distintivo da produção e consumo da informação [...] nas redes telemáticas”.

Destacamos que o Radiotube trabalha com uma espécie de banco de dados de vasta capacidade de armazenamento de conteúdos em formatos diversos, categorizados tematicamente, o que potencializa o acesso, uso, disseminação, compartilhamento e a atualização contínua de informações entre os atores e grupos sociais que compõem a referida rede em reflexão.

A essas primeiras reflexões, acrescente-se o fato de que na rede a memória passa a ser coletiva, característica transversalmente possibilitada pelo processo de hiperligação entre as múltiplas conexões que a constituem. No Radiotube, por exemplo, isso faz toda a diferença, pois um de seus maiores objetivos, como já expomos no presente estudo, é a valorização do conhecimento coletivo.

O armazenamento da informação é um grande potencial do Radiotube, e mais:

[...] na *web*, a conjugação de memória com instantaneidade, hipertextualidade e interatividade, bem como a inexistência de limitações de armazenamento de informação, potencializam de tal forma a memória que é legítimo afirmar-se que temos nessa combinação de características e circunstâncias uma ruptura com relação aos suportes mediáticos anteriores. (PALACIOS, 2004, p.06).

Esta ruptura da qual trata Palacios, certamente, é uma relevante característica da ação do Radiotube, pois a rede social que este site media tem ao seu alcance a possibilidade de protagonizar um importante movimento de democratização do acesso e da produção da informação e do conhecimento.

Ainda sobre a capacidade de armazenamento e memória observadas no Radiotube, apresentamos uma outra afirmação de Palacios, capaz de nos ajudar nesse momento de reflexão sobre o referido site da rede social.

Numa situação de interatividade, conquanto não compartilhem a ideia de que os papéis de produtor e consumidor da informação [...] possam a vir a confundir-se de maneira generalizada, deve-se levar em conta que, em determinadas circunstâncias, a alimentação de bancos de dados (arquivos) possa vir a fazer-se tanto por produtores quanto por consumidores da informação [...]. Isso já ocorre, por exemplo, quando leitores participam de fóruns ou enquetes [...] relacionados a notícias correntes, sendo esse material incorporado ao universo de informação construído em torno do fato [...] e, eventualmente, armazenado nos arquivos *online* [...] para posterior recuperação e consulta (PALACIOS, 2004, p.06).

No Radiotube essa lógica exposta por Palacios é primordial. Os usuários cadastrados na rede são os grandes responsáveis pela produção e disseminação de informações.

Já se tratando de interatividade, temos para tal característica algumas considerações também observadas durante a análise do Radiotube.

#### e) A interatividade

Segundo Cirne (2010, p. 83): “a lógica que conduz as novas formas de comunicação se apoia na sistemática de que todos podem gerar informações para todos”. Corroborando essa constatação, consideramos que um dos aspectos de suma importância do Radiotube é a sua capacidade de promover uma maior relação/interação com/entre os atores e grupos sociais que compõem a rede mediada pelo referido site, promovendo potencialmente a atuação dos mesmos como produtores de conteúdos.

De acordo com Pierre Lévy (1999, p.79), a interatividade requer justamente a “participação ativa do beneficiário de uma transação de informação”. Essa premissa, reafirmamos, é atendida na ação do Radiotube: todos os seus usuários, desde que devidamente cadastrados, têm a possibilidade de atuar ativamente como produtores de informação e demais conteúdos em formatos diversos, além de poderem comentar e compartilhar qualquer publicação.

Palacios (2004, p. 02) explica que diante de um dispositivo conectado à Internet e a acessar um conteúdo midiático, o usuário pode estabelecer três tipos de relações: “a) com a máquina; b) com a própria publicação, através do hipertexto; e c) com outras pessoas – autor(es) ou outro(s) leitor(es) - através da máquina”. É o que se percebe no

Radiotube: os membros da rede social tem a possibilidade de interagir dessas três maneiras, de modo que podemos entender que tais ações apresentam níveis diferentes de interacionalidade.

Ou seja, no Radiotube, os atores ou grupos sociais da rede atuam em um determinado nível de interação considerado primário quando, no simples contato com qualquer dispositivo de acesso, navegam pelas postagens, fazem seu *login*, leem, assistem ou ouvem os conteúdos disponíveis no site.

Outro nível de interacionalidade, desta vez considerado intermediário, seria caracterizado pelas possibilidades que são articuladas pelos próprios usuários durante a navegação no site do Radiotube, ao acessarem *links* com o intuito de agregar e/ou complementar/aprofundar sua necessidade por determinadas informação; ou ainda ao participar das enquetes propostas no site e, mais do que isso, opina-las.



Figura 10: Enquete

Enxergamos ainda um terceiro nível de interacionalidade, o qual compreendemos como o mais avançado entre as possibilidades do Radiotube: a chance que os seus usuários tem de publicar (suas próprias produções de) conteúdo, em formatos diversos (áudio, textos ou vídeos) e/ou compartilhá-las com outros membros da rede e/ou em outras mídias e suportes, como forma de propagar conhecimentos e informações democraticamente.

Andrade articula sobre o conceito de interatividade, ressaltando justamente esse aspecto democrático que tal ação promove.

Distante das outras aplicações da palavra, a interatividade no processo de comunicação é a ação do receptor em agir na mensagem, participar dela, optar e opinar sobre ela e, principalmente, modificá-la. Interagir é a possibilidade de intervenção que é dada pelo processo de comunicação *face to face*; um estado democrático ideal cujo poder é delegado a todos os participantes na construção da mensagem; é *promover o debate* em prol da modelagem da mensagem (ANDRADE, 2009, p. 207).

Nesse sentido, os níveis de interatividade (ou de interacionalidade) presentes no Radiotube, podem e devem ser considerados como capazes de favorecer/potencializar o desenvolvimento de ações comunicativas que ajudam na consolidação da cidadania, como a construção coletiva do conhecimento, a democratização da comunicação, a noção de polifonia e própria criatividade.

## **Considerações finais**

No decorrer do presente estudo constatamos que o debate e a própria produção de conhecimentos em torno do objeto em pauta, o Radiotube, ainda é escasso. Somente os seus fundadores, o CRIAR Brasil, tem uma produção, ainda tímida, no que se refere à reflexão de sua atuação enquanto mídia *online*.

Consideramos que o Radiotube, por ser um site que media uma rede social, tem suas potencialidades comunicacionais ampliadas, tendo em vista que, segundo Recuero (2009), as redes sociais “são muito mais perenemente conectadas, e proporcionam que os atores envolvidos, assim, tenham mais acesso à informação, à conversação e consigam ampliar as formas de angariar valores sociais”.

Enquanto mídia propagadora de informação e de conhecimentos diversos, o Radiotube destaca-se também por ser convergente e por valorizar outras características primordiais para um meio *online*, como a hipertextualidade, a customização/personalização de conteúdos, a capacidade de armazenamento ou memória e a interatividade.

O Radiotube sugere/sinaliza o enfraquecimento dos monopólios de expressão pública ao criar, na internet, ambientes acessíveis de interacionalidade entre atores e grupos sociais diversos, mas destaca-se, sobretudo, por ter como primazia a valorização



da cidadania e da relevância do respeito à pluralidade de ideias, a luta pela democratização da comunicação e a projeção da importância da construção coletiva do conhecimento nesta era de inúmeras mutações da cultura midiática.

## Referências

ALMEIDA, Ana Carolina; MAGNONI, Antônio Francisco. Rádio e internet: recursos proporcionados pela web, ao radiojornalismo. In: FERRARETTO, Luiz Artur, KLÖCKNER Luciano. (Org.). **E o rádio?** Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

ANDRADE, Matheus José Pessoa de. Interatividades na Mídia. In: NUNES, Pedro (Org.). **Mídias Digitais & Interatividade**. João Pessoa: EDUFPB, 2009.

CIRNE, Lívia. Novas imagens tecnológicas: a infografia no jornalismo. **Revista Culturas Midiáticas**. Ano III, n. 02 – jul/dez/2010.

CRIAR BRASIL. **Quem somos?** Disponível em: <<http://www.criarbrasil.org.br/institucional/default.asp>>. Acesso em: 22 mar. 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

NELSON, Theodore H. **Literary Machines 93.1**. Sausalito, Califórnia, Mindiful Press, 1992. Disponível em: <<http://vsites.unb.br/fac/ncint/site/parte31.htm>>. Acesso em: 28 mar. 2014.

NICOLAU, Marcos. Fluxo, conexão, relacionamento: um modelo comunicacional para as mídias interativas. **Revista Culturas Midiáticas**. João Pessoa, v.1, n.1, agosto/dezembro de 2008

OLIVEIRA JUNIOR, Nilthon Fernandes de. **Rádio on-line como ferramenta da comunicação corporativa participativa** - uma proposta para a Porto Seguro. São Paulo: Centro Universitário Nove de Julho, 2002.

PALACIOS, Marcos. Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate. In: **Revista PJ: Br – Jornalismo Brasileiro**. Edição 4: 2004. Disponível em: <[http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4\\_f.htm](http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm)>. Acesso em: 23 mar. 2014.

RADIOTUBE. Disponível em: <<http://www.radiotube.org.br/>>. Acesso em: 23 mar. 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais são grupos de atores**. (2009). Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/23660-redes-sociais-sao-grupos-de-atores-entrevista-co-m-raquel-recuero>>. Acesso em: 23 mar. 2014.