Cultura Colaborativa: Oralidade e Redes Sociais nos Programas Jornalísticos de Rádio AM[1]

Ed Wilson Ferreira Araújo[2]
Pontifícia Universidade Católica, Porto Alegre, RS

RESUMO

A Sociedade dos Ouvintes Maranhenses de Rádio (Somar) tem uma intensa participação nos programas jornalísticos das emissoras de rádio AM em São Luís. Antes restritos à intervenção ao vivo por telefone no decorrer dos programas, os ouvintes intensificaram recentemente a utilização das mensagens de celular (SMS) e as redes sociais para debater assuntos de interesse público no contexto dos problemas da cidade. Objetiva-se no presente trabalho discutir a participação dos ouvintes nos programas jornalísticos com a introdução de novas ferramentas tecnológicas que possibilitam o exercício de uma cultura colaborativa no rádio.

PALAVRAS-CHAVE: convergência(s); mobilidade; radiojornalismo; ouvinte

1. Introdução

O presente artigo articula os conceitos de cibercultura, convergência, ubiqüidade e mobilidade, à luz das experiências participativas dos ouvintes nos programas jornalísticos das emissoras de rádio AM (Amplitude Modulada), em São Luís. Partindo da oralidade, ou seja, da tecnologização da palavra, o trabalho vai ao encontro de autores que pensam a hipercomplexidade midiática fruto das hibridizações entre as culturas oral, escrita, de massas, midiática e cibercultura.

Sobre esse marco teórico transversal, Santaella (2007) dialoga com Jenkins (2009) acerca das aproximações entre o ambiente produzido na cibercultura e as práticas colaborativas, alcançando ainda os aportes teóricos de Lévy (1999) sobre inteligência coletiva. A contribuição de Castells (2003), na abordagem sobre a gênese e evolução da Internet, acrescenta o surgimento das comunidades virtuais entrelaçadas nas diretrizes da tecnomeritocracia e do desenvolvimento científico no contexto dos ideais iluministas de progresso.

---

[1] Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Doutorando em Comunicação pela Famecos da PUC-RS, email: edwilson_araujo@yahoo.com.br

O trabalho busca enfatizar as possibilidades de mediação proporcionadas pelos dispositivos tecnológicos que permitem aos ouvintes a ampliação das ferramentas de interatividade nos programas de rádio, configuradas no empoderamento do receptor no processo de comunicação. Nesse aspecto, evidencia-se a cultura colaborativa, na qual o ouvinte assume o papel de sujeito ativo e protagonista na produção de conteúdo nos programas jornalísticos das emissoras de rádio AM, presentes também em alguns programas nas emissoras FM.

O artigo está disposto em cinco tópicos articulados. O primeiro abre o espectro teórico sobre a cibercultura. O segundo retoma este conceito e incorpora as idéias sobre convergência e cultura colaborativa. No terceiro relata exemplos e situações de experimentações dos ouvintes com as tecnologias de comunicação hibridizadas: palavra falada, mensagens de telefone celular e redes sociais. O trabalho completa-se nos tópicos seguintes com os aportes sobre as modificações nos pressupostos de comunidade e os novos valores agregados pela mobilidade, que acentuam o debate sobre os dispositivos tecnológicos e a postura ativa dos ouvintes nos programas jornalísticos.

2. Cibercultura

Neste mundo globalizado, é possível cinco profissionais de uma mesma corporação, sediados em diferentes países e fusos horários da América, Europa, Ásia e África, conversarem simultaneamente por comando de voz para fechar detalhes de uma campanha publicitária internacional. Independente da hora local definida pelas cidades onde estão hospedados, os executivos dialogam mediados por um suporte que proporciona o aqui e agora, um "tempo" formatado pelo dispositivo tecnológico que reúne, no mesmo instante, o presente, o passado e o futuro dos distintos fusos horários.

A situação descrita ilustra as profundas alterações provocadas nas noções de espaço e tempo a partir da imersão do homem contemporâneo no ambiente de conexão permanente no ciberespaço. Trata-se de uma nova forma de sociabilidade caracterizada pela ascensão da cultura midiática na mediação das relações sociais.

> O que caracteriza prioritariamente o ciberespaço, espaço de virtualidades, feito de *bytes* e de luzes, é a habilidade para simular ambientes dentro dos quais os humanos podem interagir, ambientes, aliás, que só funcionam como tal pelo agenciamento do visitante. O acesso ao ciberespaço se dá por meio de interfaces que nos permitem penetrar nos seus interiores e navegar a bel-prazer pela informação – consubstanciadas em linguagens hipermidiáticas, linguagens mistas, híbridas, escorregadias, feitas de

> misturas de textos, linhas, sinais, gráficos, tabelas, imagens, ruídos, sons, músicas e vídeos – que esses interiores disponibilizam em arquiteturas de conteúdo organizado (SANTAELLA, 2007, p.178)

No longo percurso que vai da oralidade ao ciberespaço, o homem vivenciou diversas etapas e princípios norteadores da organização em sociedade. Da fala ao *byte*, a tecnologização da vida humana é marcada por ressignificações, associações, convergências e hibridismos que caracterizam a complexidade do mundo contemporâneo. A oralidade refeita em novos suportes, associada aos outros dispositivos e ferramentas que possibilitam o múltiplo fluxo de informações formatadas em textos, sons e imagens constituem as diversas paisagens que se alternam e sobrepõem na Internet e posteriormente na *web*. Essa nova modalidade de vivência midiática é caracterizada, entre outros aspectos, não mais pela relação de preponderância do emissor sobre o receptor, mas de fluxo contínuo entre ambos, tornados sujeitos da comunicação. Lévy (1999) situa o processo de formação do ciberespaço na virada dos anos 1980 para os anos 1990, caracterizado por um inovador movimento sócio-cultural protagonizado por jovens profissionais e universitários americanos que tomou dimensões globais, a partir da crescente conexão de redes de computadores que haviam se formado nos anos 1970. Uma corrente cultural mesclava-se ao desenvolvimento técnico e econômico em curso. "As tecnologias digitais surgiram, então, como a infra-estrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento." (LÉVY, 1999, p.27). Em perspectiva ampliada desse processo, o uso das novas ferramentas constitui o ambiente de interconexão próprio da mesclagem entre as culturas oral, escrita, de massas, midiática e cibercultura. (SANTAELLA, 2007)

As rádios AM de São Luís têm tradição dos programas chamados comunitários, popularmente denominados "microfone aberto", nos quais é comum a fala do ouvinte para debater os mais variados temas de interesse da população. Ao acessar um programa por telefone, redes sociais ou mensagem de celular, os ouvintes agendam temas ou reforçam conteúdos que passam a percorrer o circuito midiático. Estes ouvintes dispersos passaram a formar uma teia mais consistente e organizada, instituída através da Sociedade dos Ouvintes Maranhenses de Rádio (Somar), uma entidade sem fins lucrativos, criada para congregar pessoas de variadas classes sociais e diferentes profissões, cujo hábito comum é ouvir rádio, especialmente os programas jornalísticos de AM.

Os ouvintes dialogam sob a mediação do apresentador e dos repórteres que percorrem pontos estratégicos da cidade. Nesse tipo de formato, o rádio AM constitui uma teia comunicativa cerzida por vários atores. Os ouvintes disponibilizam na pauta dos programas uma série de temas no âmbito do interesse público.

As demandas, sugestões e críticas dos ouvintes versam sobre os mais variados temas: funcionamento dos serviços públicos, atuação dos poderes Executivo, Legislativo, Judiciário e do Ministério Público, observações sobre a situação das ruas da cidade, abastecimento de água, iluminação pública, funcionamento dos orelhões e da telefonia celular, coleta de lixo, desenhos da conjuntura política, resultados do futebol, atendimento nos hospitais públicos, valor das tarifas e serviços, comentários sobre decisões políticas e judiciais de grande abrangência, transporte coletivo e valor das passagens, atuação dos políticos em temas de impacto na cidade e tantos outros. Na maioria, dizem respeito às condições estruturais da cidade, sob a responsabilidade da Prefeitura ou do Governo do Estado. Os programas nesse formato, aproximando-se das revistas radiofônicas, ocupam boa parte da grade das emissoras de rádio AM em São Luís: Educadora (560 Khz), Mirante (600 Khz), Difusora (680 Khz), Capital (1180 Khz), Timbira (1290 khz) e São Luís (1340 Khz).

3. Convergência e Cultura Colaborativa

As interfaces entre a tecnologia e o humano desdobram-se nas convergências de linguagens, de funções, de mídias e cultural (Santaella, 2007). O primeiro tipo de convergência, aquele que se refere à linguagem, caracteriza-se pela diluição das fronteiras entre texto, som e imagem nos ambientes midiáticos. O segundo tipo de convergência, relativo às funções, trata das múltiplas utilidades que um só aparelho possibilita, por exemplo, o celular que serve para falar, enviar mensagens, fotografar, filmar, conectar a Internet e navegar na *web*. A terceira modalidade de convergência aponta para a interdependência das mídias, evidenciada no processo de produção, reprodução e disseminação do fluxo informativo nos suportes impresso e eletrônico. A convergência de mídias permite que um determinado conteúdo informativo originado no jornal impresso passe por adaptações nas plataformas do rádio, da televisão e da Internet, o mesmo podendo acontecer com o impresso repercutindo um tema originalmente surgido em um meio eletrônico. Mas, é no aspecto cultural que a convergência ganha contornos mais consistentes.

> Algumas ideias se espalham de cima para baixo, começando na mídia comercial e depois adotadas e apropriadas por uma série de públicos diferentes, à medida que se espalham por toda a cultura. Outras surgem de baixo para cima, a partir de vários pontos da cultura participativa, e são arrastadas para a cultura predominante, se as indústrias midiáticas vislumbrarem algum modo de lucrar com elas. O poder da mídia alternativa é que ela diversifica; o poder da mídia de radiodifusão é que ela amplifica. É por isso que devemos nos preocupar com o fluxo entre as duas: expandir os potenciais para a participação representa a maior oportunidade para a diversidade cultural (JENKINS, 2009, p.341)

A convergência fundamenta-se principalmente no aspecto cultural, caracterizado pela reunião de funções, inteligências, participação, fãs, consumo e relações entre as mídias, inseridas na sobreposição e sinergia entre as diferentes tecnologias. Na diversidade das formas de convergência, a participação dos ouvintes nos programas de rádio AM ganha relevância com a utilização das novas ferramentas como as mensagens de celular (SMS) e através das redes sociais. Das emissoras citadas, apenas a rádio Timbira (1290 Khz) não dá acesso aos ouvintes. Em todas as outras a participação ao vivo por telefone é intensa, mas o monitoramento diário dos programas evidencia também uma forte presença do SMS. Alguns apresentadores chegam a pedir desculpas aos ouvintes por não lerem todas as mensagens devido à limitação de tempo dos programas. A utilização das mensagens SMS ativa a cultura colaborativa já evidenciada na fala direta do ouvinte. Ao acompanhar a programação das emissoras, observamos também que o recurso SMS tornou-se uma opção ao ouvinte que gostaria de participar da programação ao vivo, mas enfrenta longas esperas ao telefonar para as emissoras, visto que as linhas estão constantemente ocupadas por outros participantes.

Falando ao vivo por telefone, o ouvinte disponibiliza um conteúdo que pode ser comentado pelo apresentador, discordando ou apoiando a fala do seu interlocutor. Ampliam-se, portanto, as possibilidades de interpretação de um fato, ao gerar uma teia complexa de falas intercaladas com as entradas dos repórteres e a mediação do apresentador. Com o acréscimo das mensagens SMS e das redes sociais, o rádio tornou-se ainda mais participativo, caracterizado por sincronias e paralelismos midiáticos que anteriormente só estavam restritos à fala. A utilização do aparelho celular nas entradas ao vivo e para o envio de mensagens de texto aos programas de rádio AM evidencia a intensidade da atualização permanente, da produção e da disseminação de conteúdo pelo ouvinte. Somando-se ao uso do telefone celular, o advento das redes sociais e a disponibilidade das rádios AM em sites

na Internet possibilitaram novas ferramentas tecnológicas aos níveis de intervenção dos ouvintes. Em princípio, esboça-se no rádio AM alguma característica da cultura da convergência teorizada por Jenkins (2009), no sentido de que a expressiva intervenção dos ouvintes nos referidos programas provoca uma cultura colaborativa no rádio.

É nesse processo que a Sociedade dos Ouvintes Maranhenses de Rádio (Somar) incorpora o sentido de uma comunidade de ouvintes, uma rede social, ambiente de sociabilidade e produção de conhecimento. Anterior ao advento das sofisticadas infovias tecnológicas, a rede social era formada por lugares físicos comuns freqüentados por pessoas de um determinado espaço: os moradores do bairro, os integrantes do grupo de jovens, os jogadores do time de futebol, os freqüentadores do bar ou da quitanda nas proximidades de casa, o encontro informal dos vizinhos para um bate-papo após o jantar em um lugar comum do bairro. Contemporaneamente, o conceito de rede social está associado à reunião de pessoas organizadas em plataformas tecnológicas que possibilitam conexão entre os participantes, troca de informações, compartilhamento de conteúdos, visibilidade, reconhecimento e afinidade em torno de um determinado assunto ou tema. Retomando Santaella (2007), observa-se uma interconexão entre cultura oral, impressa e eletrônica formatando um ambiente híbrido entre as diversas modalidades de sociabilidade inscritas na evolução dos meios de comunicação.

> Assim, embora não se possa negar que atualmente as mídias e as tecnologias se constituam em princípios organizadores da sociedade, os meios de massa compõem apenas uma parte das mídias em geral, não sendo, por si sós, capazes de nos levar a compreender a hipercomplexidade midiática das culturas contemporâneas cuja trama exige a apreensão de distinções bastante sutis que a designação *tout court* de cultura midiática não é capaz de absorver. Por isso, venho defendendo a necessidade de se distinguir seis tipos de lógicas culturais que embora sejam historicamente sequenciais e distintas, foram gradativamente mesclando-se e interconectando-se de modo indissolúvel: a cultura oral, a escrita, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cibercultura (SANTAELLA, 2007, p.121)

Somos, simultaneamente, leitor, ouvinte, telespectador e/ou internauta imersos no ambiente da ubiqüidade, no qual todos estão conectados ao mesmo tempo. Da oralidade à digitalização, forma-se o caldeirão cultural de misturas e hibridizações, em que a oralidade primária é ressignificada pelo rádio e pela televisão, onde a cultura impressa ganha nova formatação no ambiente da *web* e os celulares passam a ter múltiplas funções. Os estudos de Jenkins (2009) sobre a cultura da convergência recaem no entendimento de que a

Comunicação no estágio contemporâneo caracteriza-se, entre outros aspectos, pelo intenso fluxo informativo marcado por uma postura ativa dos consumidores enredados na cultura participativa e na inteligência coletiva. Todo o processo de produção, distribuição e consumo dos conteúdos midiáticos perpassa as relações entre as velhas e novas mídias com impacto na economia, nas tecnologias, nos gêneros e formatos, na cultura e no comportamento dos públicos. A convergência, segundo Jenkins (2009), é sobretudo cultural e não restrita ao uso de novas tecnologias. As mudanças essenciais decorrem da instauração de uma nova cultura do público. Nesse sentido, inteligência coletiva e cultura participativa são conceitos que se aproximam quando referem à nova forma de consumo dos produtos midiáticos e ao comportamento do consumidor contemporâneo. O primeiro – inteligência coletiva - demanda um forte exercício de busca e compartilhamento de informações. O segundo – cultura participativa – eleva o público anteriormente passivo à condição de protagonista na tomada de decisões.

> A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações de mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros (JENKINS, 2009, p.30)

O argumento central do conceito de convergência, para Jenkins (2009), é focado na transformação cultural em vez de um processo tecnológico que une funções múltiplas nos aparelhos. A convergência é cerebral. Porém, o autor não descarta que esta multifuncionalidade mobiliza os sentidos dos consumidores individuais para a aquisição e distribuição de conhecimento. O celular passa a desempenhar diversas funções que vão além da concepção inicial do telefone, tornando-se uma ferramenta de vital importância para a produção, armazenamento e compartilhamento de mensagens de texto e de voz, fotos, vídeos, músicas, aplicativos de geolocalização e jogos eletrônicos. O conceito de convergência refere-se essencialmente às mudanças culturais e comportamentais que estão ocorrendo na esteira das transformações tecnológicas, refletindo nas formas de interação entre as pessoas, nas modalidades de consumo e nas relações do público no ambiente da

cibercultura. Essencialmente, a cultura da convergência rege as mudanças nas formas de relacionamento do público com os meios de comunicação.

O celular conectado dotou o indivíduo de mobilidade. Guardadas as devidas proporções, o transístor está para o rádio assim como o celular está para a Internet. Antes do advento do transístor, o rádio e sua audiência estavam fixos na sala de estar. Em torno de um aparelho no formato de caixote, alimentado por válvulas, colocado em lugar privilegiado na casa, a família reunia-se para ouvir rádio. Com o advento do transístor, o aparelho ficou menor, portátil, leve, fácil de transportar e passou a acompanhar o ouvinte na roça, nas ruas, no trabalho, no carro e até mesmo nos diferentes cômodos da casa. A conexão móvel libertou o internauta dos fios e cabos que o mantinham fixado ao *desktop* dos computadores em casa ou no trabalho. O celular conectado proporcionou uma ativação na forma de uso da Internet, provocando o aumento do acesso pelos dispositivos móveis e não mais pelo computador tradicional. Do *desktop* à palma da mão, o celular conectado deu mais fluidez à troca de informações.

4. Cultura Colaborativa no Rádio AM

A cultura colaborativa nos programas jornalísticos nas emissoras de rádio AM em São Luís pode ser evidenciada quando um tema colocado em pauta pelo apresentador passa a estimular as intervenções dos ouvintes. No dia 16 de novembro de 2012, o âncora do programa "Ligou é Notícia", Sandro Moraes, da rádio São Luís AM, levantou os problemas do trânsito em São Luís, referindo-se a uma série de congestionamentos que haviam ocorrido pela manhã em pontos estratégicos da cidade. As situações apontadas pelo apresentador foram rebatidas pelo secretário de Trânsito e Transportes, Canidé Barros, que telefonou para a emissora e fez esclarecimentos sobre as providências que a Prefeitura estava tomando para solucionar os problemas. Geralmente, os órgãos administrativos da Prefeitura monitoram os programas de rádio AM e orientam os secretários ou assessores a participarem ao vivo para dialogar com a audiência.

Após a participação do secretário Canidé Barros, durante 45 minutos, vários ouvintes telefonaram para a emissora e fizeram sugestões para melhorias específicas em bairros e nos principais corredores de transporte. O ouvinte Marcos Silva refletiu sobre a necessidade de a Prefeitura e o Governo do Estado planejarem juntos um sistema alternativo à matriz do transporte baseada apenas nos ônibus, sugerindo a possibilidade de implantação do metrô

de superfície. O ouvinte Amon Jessen criticou a qualidade dos ônibus ofertados aos usuários, sugerindo a renovação da frota. Apontou melhorias na sinalização horizontal e vertical: semáforos, placas e faixas. O ouvinte identificado como "Madeira", do bairro Cohatrac, observou a deficiência da Prefeitura no serviço de capina e varrição das ruas e avenidas, destacando ainda a necessidade de pavimentação das calçadas e meios-fios, visto que a precariedade desses equipamentos urbanos dificulta a mobilidade dos pedestres.

Outros ouvintes participaram com mensagens de celular e pelo endereço do programa em uma rede social. Eles colocaram problemas e propostas de solução para questões específicas nos bairros onde moram e vivenciam diariamente as situações provocadas pela deficiência no sistema de transporte. No geral, as mensagens de celular na rede social, bem como as participações ao vivo por telefone, apresentaram uma série de sugestões ao secretário de Trânsito e Transportes sobre especificidades do trânsito nos bairros, elencando deficiências já conhecidas e outras novas, além de apresentar sugestões de intervenção da Prefeitura que poderiam modificar para melhor o cotidiano dos moradores da cidade.

O debate ao vivo avançou para questões específicas sobre sinalização nas rotatórias de acesso aos bairros com grande fluxo de veículos e ciclistas. Assim, o programa proporcionou ao apresentador, aos ouvintes e ao gestor público da Secretaria de Trânsito e Transportes uma vivência colaborativa sobre um dos problemas mais graves de São Luís. A colaboração dos ouvintes na busca de solução para os problemas, sobre a plataforma da palavra falada, pelas mensagens de celular e na rede social do programa não foi apenas um momento no qual os moradores da cidade reclamaram da Prefeitura, mas sim um exercício de conhecimento coletivo sobre a cidade, com foco no tema da mobilidade urbana. Portanto, o rádio, como caixa de ressonância da cidade, passou a acolher e ressignificar as pulsações da urbanidade, possibilitando o diálogo, o exercício da contradição e a busca coletiva de soluções para os problemas vivenciados diariamente pelos moradores.

A atuação dos integrantes da Somar nos programas jornalísticos das emissoras AM caracteriza-se também por um movimento de descentralização e horizontalidade na produção de conteúdo nas rádios. A lógica das pautas centralizadas pelo núcleo profissional das redações é atravessada pelas informações, comentários, críticas e sugestões disponibilizadas pela comunidade de ouvintes. Destaca-se também o agendamento dos temas de interesse local dos bairros: o buraco, a iluminação precária, a segurança, a sinalização etc, forçando a atenção dos repórteres e apresentadores por um nicho informativo focado na localidade.

Com a participação ao vivo por telefone ou utilizando o recurso das mensagens de texto (SMS) e as redes sociais, os ouvintes ganham o *status* de produtores de informação, constituindo um elo importante na rede de circulação de conhecimento do jornalismo colaborativo, uma tendência acentuada no ciberespaço. Altera-se assim a lógica de produção de conteúdo na emissora de rádio. O novo ouvinte é público e barulhento.

> A convergência exige que as empresas de mídia repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing. Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandassem que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos (JENKINS, 2009, p.47)

O público leitor, ouvinte, telespectador ou internauta anteriormente condicionado a priorizar a agenda de notícias definida pelos jornais, revistas, emissoras de rádio, TVs e portais passa também a sugerir coberturas jornalísticas baseadas em critérios específicos do ambiente dos bairros e das comunidades. A era digital vem provocando, portanto, uma virada informativa que passa a atender também às demandas de interesse local.

Nos programas jornalísticos das emissoras AM, a oferta de ônibus, a precariedade do asfaltamento nas ruas ou o corte no abastecimento de água passa a disputar a seleção de notícias com os temas globais, a exemplo da Primavera Árabe. Cria-se, portanto, uma rede de circulação de conhecimento de forma coletiva, cooperativa e dialógica. Em reação à convergência corporativa, surge a convergência alternativa.

> A convergência, como podemos ver, é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima. A convergência corporativa coexiste com a convergência alternativa. Empresas de mídia estão aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo de mídia pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público. Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores (JENKINS, 2009, p.46)

5. Comunidades, Mobilidade e Mobilização

Os pressupostos da convergência inspiram questões correlatas, como a mobilização de pessoas utilizando aparatos tecnológicos. Para encadear os conceitos de mobilidade e mobilização, associados ao de comunidades virtuais, faz-se necessário recorrer às origens e fundamentos da rede e dos seus nós. Castells (2003) discorre sobre o surgimento e a evolução da Internet evidenciando, no primeiro plano, os interesses bélico, científico e cultural. "Antes de mais nada, a Internet nasceu da improvável interseção da *big science*, da pesquisa militar e da cultura libertária" (CASTELLS, 2003, p.19). Por *big science* o autor refere-se às investigações científicas que envolvem projetos de alto custo financiados pelo governo. Da gênese à evolução, a cultura da Internet contém as vertentes tecnomeritocrática, *hacker*, comunidades e empresarial. Fundada nos pressupostos do Iluminismo e da Modernidade, a tecnomeritocracia diz respeito ao desenvolvimento científico e tecnológico como elemento decisivo no progresso da humanidade. O conceito de mérito está associado à contribuição para o avanço tecnológico.

A cultura *hacker*, ao contrário do sentido pejorativo que lhe é constantemente atribuído, surge como desdobramento da tecnomeritocracia, na medida em que prega o princípio da liberdade como valor supremo. "Liberdade para criar, liberdade para apropriar todo conhecimento disponível e liberdade para redistribuir esse conhecimento sob qualquer forma ou por qualquer canal escolhido pelo hacker" (CASTELLS, 2003, p.42). O princípio da liberdade, combinado à prática da cooperação, estipula como regra na cultura *hacker* a liberdade para abrir e modificar a informação de um programa, caracterizando o *software* de fonte aberta. Ao caracterizar a comunidade *hacker*, o autor indica a integração ativa dos participantes em torno de princípios e costumes de uma organização social informal e sem a imposição das instituições estabelecidas. O sentimento comunitário passa pela cultura do dom, na qual o prestígio, a reputação e a estima associam-se ao mérito da descoberta e do compartilhamento do conhecimento para a comunidade, implicando também neste ato a vaidade e o exibicionismo pela engenhosidade perante os outros integrantes. Ocorre que esta idéia inicial da comunidade vinculada ao mérito tecnológico evoluiu para outros patamares.

> As fontes culturais da Internet não podem ser reduzidas, porém, aos valores dos inovadores tecnológicos. Os primeiros usuários de redes de computadores criaram comunidades virtuais, para usar a expressão popularizada por Howard Rheingold (1993/2000), e essas comunidades foram fontes de valores que moldaram comportamento e organização social (CASTELLS, 2003, p.46)

A cultura da produção e da distribuição do conhecimento caminha de mãos dadas com a oferta de aparatos tecnológicos. Os dispositivos possibilitaram, portanto, a circulação de informação em máxima velocidade e em fluxo contínuo. Quando a Internet desvincula-se dos fios, do *desktop* e do escritório ou da residência, passando à conexão móvel, instaura-se uma camada adicional à cultura comunitária, disponibilizando ao usuário, na palma da mão, um mecanismo de comunicação - o telefone celular - de múltiplas utilidades, mas com um potencial especial para a troca instantânea de mensagens, dotando-o de um forte poder de mobilização. É o que se pode perceber, por exemplo, no fenômeno *flash mobs*, no qual pessoas encontram-se por algum motivo especial, a princípio sem sentido lógico, às vezes até bizarro, como guerra de travesseiros, ficar de cuecas em local público ou ir a um museu olhar uma obra específica. A convocatória do *flash mobs* é feita pela Internet e mobiliza centenas ou até milhares de pessoas em velocidade impressionante. No início a convocação era feita por SMS. Com ou sem objetivo específico, as pessoas são mobilizadas por um comando que vai sendo multiplicado e expandido em rede.

Na comunidade dos ouvintes de rádio AM (Somar), a utilização do SMS pelos ouvintes do rádio AM agregou valor às formas de interação. Os ouvintes organizam-se socialmente através da mobilidade proporcionada pelo suporte tecnológico. De qualquer lugar da cidade, pelo aparelho celular, os ouvintes podem participar de um programa de rádio para dar informações sobre o trânsito, por exemplo, ou intervir em um debate sobre mobilidade urbana, como relatado anteriormente. A confluência dos conceitos de mobilidade, comunidade e mobilização faz sentido nas palavras do pensador da cibercultura. "Uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações internacionais" (LÉVY, 1999, p.127)

O ouvinte, outrora passivo e fixo, é móvel e ativo. Ele encaixa-se na programação da emissora, posto que a qualquer momento um novo tema pode entrar na pauta, seja pela voz, por mensagem de celular ou pelas redes sociais. Diferente do jornalismo na TV, onde o espelho fixa as entradas e saídas dos apresentadores e repórteres, no radiojornalismo com a participação do ouvinte há um permanente fluxo de atores convergindo em torno de uma produção compartilhada de conhecimento sobre a cidade. Evidenciam-se, portanto, nos referidos programas, elementos pulsantes da cultura colaborativa e da inteligência coletiva. O rádio AM potencializa-se como uma caixa de ressonância da cidade.

6. Considerações Finais

Há um longo caminho a percorrer na escalada tecnológica. Dertouzos (2002, p. 161), na visada teórica sobre a computação centrada no homem, aponta alguns passos já iniciados na caminhada de conexão entre o homem e a tecnologia. Segundo o autor, a compreensão da fala, a automação, o acesso individualizado às informações, a colaboração e a personalização constituem avanços no processo de produção, busca, distribuição e compartilhamento de informações, mas ainda é pouco. Dertouzos (2002) mostra-se otimista, mas insatisfeito diante das potencialidades ainda não exploradas na mediação entre o homem e a máquina. Ele quer mais. Ao longo deste artigo, discorremos sobre os marcos teóricos que dialogam acerca da conexão entre os indivíduos sujeitos da comunicação e os dispositivos tecnológicos que permitem a otimização da produção, distribuição, consumo e compartilhamento do fluxo informativo. A pluralidade de produtores e consumidores envolvidos nos processos de comunicação mediada por computador aponta a dimensão coletiva que configura a mídia na sociedade contemporânea. Pessoas, informações e dispositivos tecnológicos dialogam em rede, formando um complexo multimidiático por onde fluem linguagens e diversos tipos de convergência. Como recorte principal, destacamos as mudanças comportamentais que estão levando os indivíduos a uma incessante busca e produção de conteúdos. Esse é o aspecto mais forte da convergência – o cultural – implicando em novas atitudes cognitivas que operam transformações significativas no relacionamento dos indivíduos com os meios de comunicação, principalmente elevando o público à condição de protagonista na produção de conteúdo.

A participação dos ouvintes nos programas jornalísticos das emissoras de rádio AM evidencia a virada cultural já em curso nas outras dimensões do espectro midiático. Trata-se de um movimento da sociedade indo ao encontro dos dispositivos tecnológicos que proporcionam formas de interatividade em torno dos temas envoltos no ambiente coletivo da cidade. No rádio AM, a interatividade anteriormente restrita à fala expandiu-se a partir da utilização de novos aparatos tecnológicos como as mensagens de texto e as redes sociais. É a pluralidade de vozes e mensagens de texto que melhor caracteriza o conceito de convergência no rádio AM, porque acentua o sujeito ativo e não mais restrito à condição de consumidor dos produtos midiáticos.

Referências bibliográficas

BIANCO, Nélia R. del; MOREIRA, Sônia Virginia (org.). **Rádio no Brasil**: tendências e perspectivas. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

BURKE, Peter; ASA, Briggs. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à Internet. Trad. Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CASALEGNO, Frederico (ed.) **Memória cotidiana:** comunidades e comunicações na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006.

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

DERTOUZOS, Michael. **A revolução inacabada**: como os computadores podem realmente mudar nossas vidas. São Paulo: Futura, 2002.

FERRARETO, Luis Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra/DC Luzzato, 2000.

GRISA, Jairo. **Histórias de ouvinte:** a audiência popular no rádio. Itajaí: Univali, 2003.

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

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface:** como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2001.

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

_____ . **A conexão planetária**: o mercado, o ciberespaço, a consciência. São Paulo: Editora 34, 2001.

_____ . **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro. Editora 34, 1993

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **O rádio dos pobres:** comunicação de massa, ideologia e marginalidade social. São Paulo: Loyola, 1988.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 1969.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação** – teoria e técnica do novo radiojornalisimo. Florianópolis: Insular, 2007.

_____. **Teorias do rádio**. Florianópolis: Insular, 2005. v.1.

NEGROPONTE, Nicholas. **Vida digital.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **O mito no rádio**: a voz e os signos de renovação periódica. São Paulo: Annablume, 1993.

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

_____ . **Radiojornalismo no Brasil**. São Paulo: Com-Arte, 1987.

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

REQUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RHEINGOLD, Howard. **Smart mobs**: the next social revolution. Basic Books, 2002.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

_____ . **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura da mídia à cibercultura. São Paulo: Paulos, 2003.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRIVINHO, Eugênio. **Redes: obliterações no fim do século**. São Paulo: AnnaBlume, 1998.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Porto Alegre: Sulina, 2003.