Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Interação social no rádio educativo: análise da experiência da Rádio Frei Caneca, de Recife[1]

Social interaction in educational radio: analysis of the experience of Radio Frei Caneca, from Recife

Mariane Souza de Quadros

Palavras-chave: Midiatização; Rádio educativo; Rádio Público; Rádio Frei Caneca.

A experiência de ouvir rádio sofreu constantes alterações ao longo do tempo: desde a escuta em caráter coletivo, por meio de alto-falantes na rua ou em reuniões em torno do aparelho na sala de estar; passando pela escuta em movimento, com os autorrádios e rádios à pilha; e, mais recentemente, com as tecnologias ligadas à internet, as quais permitem ouvir diferentes emissoras independentemente de limites territoriais, e mesmo a *assistir* ao rádio. Mudou também a forma de interação da audiência com as emissoras radiofônicas, começando com o envio de cartas pelos ouvintes, que evoluíram para telefonemas que, então, propiciaram uma comunicação mais ágil, inclusive com participação ao vivo. Mais recentemente, as novas ferramentas online vêm tornando essa interlocução ainda mais ágil, direta e autônoma. Portanto, a reconfiguração da experiência de ouvir rádio não é uma novidade, mas pode-se afirmar que, em um cenário midiatizado, são transformações relevantes que merecem estudo.

[1] Trabalho apresentado ao VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFBA. Salvador, Bahia. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Nesse sentido, o objetivo aqui é discutir como as novas tecnologias de comunicação podem ser e vêm sendo utilizadas pelas rádios educativas como uma forma de interagir com o público, receber o retorno sobre a programação e mesmo permitir que o ouvinte participe da construção desta. Considera-se que, diferentemente das rádios comerciais (focadas em alavancar os índices de audiência), nas rádios educativas o objetivo dessa interação é mais amplo, configurando-se também como uma forma de cumprir com o princípio da *participação social*. Entende-se também que, apesar de o Brasil não ter desenvolvido um sistema de rádio estritamente público (Zuculoto, 2010, p. 208), o rádio educativo possui proximidade com esse modelo e, portanto, possibilidade de ser base para a formação de um sistema de radiodifusão pública brasileira (juntamente com o rádio comunitário). Porém, para isso são necessários aprimoramentos, que passam, dentre outras mudanças, pelo incremento da participação social (Miola, 2015; Pieranti, 2021).

1. Rádio e interação social no contexto midiatizado

Como já mencionado, a interação da audiência com as emissoras radiofônicas vem ocorrendo desde os primórdios da radiofonia. Contudo, em um cenário midiatizado, essa interação se torna não apenas mais ágil, mas diversifica-se e amplia-se em diferentes formas (por aplicativos de mensagens, por redes sociais, por comentários nas transmissões em áudio e vídeo). Destaca-se, ainda, o maior poder de manifestação da audiência, já que muitas das novas formas de comunicação não passam pela mediação da rádio (diferente das interações anteriores, como o telefone, que dependia de a emissora efetivamente atender a ligação e colocá-la no ar). No caso das transmissões por plataformas como o Youtube, algo recorrente nas rádios, o público pode interagir com os apresentadores e com os outros ouvintes em tempo real. É verdade que é possível a moderação de mensagens após seu envio, contudo, quando se trata de um grande volume de manifestações, tal tarefa não é factível. Além disso, o

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

rádio atualmente pode ser também *assistido*, com a instalação de câmeras nos estúdios e a transmissão via internet. Essa modificação afeta a relação com o ouvinte, que agora efetivamente conhece a imagem do comunicador, bem como tem mais liberdade para comentar, criticar ou sugerir sobre o que vem sendo tratado no rádio *naquele exato momento*.

Para fins deste estudo, com o objetivo de analisar essas mudanças em uma sociedade midiatizada, considera-se o conceito de midiatização segundo a perspectiva apresentada por Luís Mauro Sá Martino:

> A proposta de midiatização entendida aqui procura um deslocamento da mídia do lugar central e não considera as práticas sociais, ao menos nos espaços urbanos contemporâneos, atuando de maneira totalmente independente da mídia. Entendido como articulação, o processo de midiatização parece caracterizar-se por esse duplo deslocamento: trata-se do momento de entrelaçamento da mídia com as práticas sociais. Além disso, trata-se de um momento de tensão entre ações, usos e significados entre as práticas sociais e o ambiente das mídias. (Martino, 2019, p. 27).

Com o objetivo de discutir a radiodifusão pública, esta pesquisa ampara-se na conceituação de Octavio Pieranti, que enumera os quatro elementos fundamentais de uma rádio pública: a) o mandato fixo dos dirigentes, dando estabilidade à gestão, mesmo sob pressão superior; b) a adoção de uma forma complexa de indicação dos dirigentes, envolvendo atores diversos para dissipar a influência de uma autoridade sobre o dirigente; c) fontes plurais de financiamento, de forma que, se uma fonte se reduzir, a continuidade está garantida pelas demais e; d) a implementação de mecanismos de *participação da sociedade*, para que o veículo responda diretamente a seu público (Pieranti, 2021, p. 60–61). Essa participação social pode se dar de maneiras diversas, "desde os conselhos editoriais e administrativos às *ferramentas de interação com o veículo*, passando pelas ouvidorias" (Silva, 2025, p. 7, grifo nosso). Tem-se, portanto, a interação como um fator relevante para as rádios que desejam atuar como públicas:

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

> Sendo os media os principais responsáveis pelo provimento de informação à sociedade, e tendo em vista as pressões políticas e financeiras que atuam sobre o sistema de radiodifusão, a promoção de vínculos mais fortes entre as emissoras e a sociedade parece ser a principal forma de preservar a função democrática das rádios e televisões. (Miola, 2015, p. 34).

Ademais, a legislação brasileira, a partir da lei nº 11.652/2008, estabeleceu os objetivos das emissoras públicas, entre os quais está a participação da sociedade:

> Art. 3º Constituem objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta:
> [...]
> III - fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação; [...]. (Brasil, 2008, art. 2–3).

Adicionalmente, para compreender e analisar os usos das novas tecnologias de comunicação como estratégia para promover a participação social nas rádios educativas, aproximando-as do ideal de rádio público, este estudo utiliza, primordialmente, a revisão bibliográfica, de modo a delimitar como é compreendida a midiatização da sociedade e as características fundamentais da radiodifusão pública, destacadamente a participação social. A seguir, pretende-se analisar as práticas interativas na programação da Frei Caneca, a partir da observação do programa *Calor da Rua* ao longo de uma semana, buscando identificar como a interação é proposta pela emissora e qual a resposta dos ouvintes.

2. A interação social na Rádio Frei Caneca

A Frei Caneca é uma emissora de outorga educativa, ligada à Secretaria de Cultura do Recife e à Fundação de Cultura Cidade do Recife. Sua criação se deu por meio da lei municipal 6.511, aprovada em 1960. Contudo, a concretização do projeto

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

levou 56 anos, com o início das transmissões experimentais em junho de 2016, na frequência 101.5 FM (Frei Caneca FM, 2014). A rádio também está presente nas redes sociais – Facebook, Instagram e rede X – e em plataformas de podcast (Spotify) e de vídeos (Youtube). Pode ser acompanhada também por aplicativos para o celular e pelo site da emissora[2].

A Frei Caneca se apresenta como "a primeira emissora pública da história do Brasil a entrar no ar com participação popular e diálogo" (Frei Caneca FM, 2014). Seu processo de implantação incluiu a formação de grupos de trabalho, com a participação de representantes da sociedade, que discutiram propostas para a gestão, financiamento e programação (Propostas [...], 2014). Ademais, essa participação segue sendo propiciada, por meio de editais públicos para a proposição de programas, bem como de grupo de trabalho e comissões com a finalidade de discutir a gestão da rádio, financiamento, conteúdos e formato de programação, além de elaborar regramentos, entre os quais o próprio estatuto da Frei Caneca.

Em relação à programação, as partes dos programas que consistem em entrevistas são transmitidas também pelo Youtube, ao vivo e com imagens dos estúdios. Isso quer dizer que a transmissão online não perdura todo o programa, sendo excluída a parte musical. Essa escolha pode ter dois motivos principais: primeiro, que a entrevista é o conteúdo mais relevante e interessante de ficar armazenado para assistir posteriormente e, segundo, o fato de plataformas como o Youtube frequentemente bloquearem conteúdos musicais, em razão dos direitos autorais. Além disso, a Frei Caneca utiliza o Instagram para a transmissão ao vivo do quadro *Giro Recife* – com notícias da cidade – o que também fica disponível posteriormente do *feed* da mesma

[2] Acesso em: www.freicanecafm.org.

rede. Além dos comentários nas plataformas online, o ouvinte é convidado a participar pelo Whatsapp da emissora.

Considerando o quadro de programação da rádio, escolheu-se o programa *Calor da Rua* para análise, por conter o quadro *Giro Recife*. Assim, o conteúdo possui partes transmitidas online pelo Instagram e pelo Youtube, além das emissões regulares (por radiodifusão e pela web). Como mencionado, pretende-se analisar o programa ao longo de uma semana (segunda a sexta-feira), com foco na interação entre a emissora e o ouvinte. Para isso, planeja-se a escuta dos programas, pela web, pelo Youtube e pelo Instagram, observando como o apresentador chama o ouvinte para participar e quais são os registros dessa participação. Nesse sentido, serão buscadas as manifestações materializadas pela voz do apresentador (menção a comentários), bem como as mensagens enviadas nas transmissões via Instagram e Youtube. Pretende-se, com essas observações, obter indícios para contribuir com a reflexão sobre novos formatos de participação do ouvinte nas rádios educativas.

Referências

BRASIL. **Lei n. 11.652, de 7 de abril de 2008**. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação - EBC; altera a Lei no 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm. Acesso em: 18 abr. 2026.

FREI CANECA FM. **Sobre**. Recife: Frei Caneca FM, 2014. Disponível em: https://freicanecafm.recife.pe.gov.br/sobre. Acesso em: 15 abr. 2026.

MARTINO, Luis Mauro Sá. Rumo a uma teoria da midiatização: exercício conceitual e metodológico de sistematização. **Intexto**, Porto Alegre, p. 16–34, 2019. DOI: 10.19132/1807-858320190.16-34. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/77889. Acesso em: 18 abr. 2026.

MIOLA, Edna. Dimensões da participação social na radiodifusão pública. **Fronteiras**: estudos midiáticos, São Leopoldo, p. 33-44, abr. 2015. DOI: https://doi.org/10.4013/fem.2015.171.04. Disponível em: https://www.revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2015.171.04/4565. Acesso em: 18 abr. 2026.

PIERANTI, Octavio Penna. **O processo sem fim**. Brasília: Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2021. Disponível em: https://faclivros.wordpress.com/2021/04/13/lancamento-fac-livros-o-processo-sem-fim. Acesso em: 18 abr. 2026.

PROPOSTAS da Sociedade Civil para a Frei Caneca FM. Recife: Frei Caneca FM, abr. 2014. Disponível em: https://freicanecafm.recife.pe.gov.br/wp-content/uploads/2025/06/PROPOSTAS_SOCIEDADECIVIL_0.pdf. Acesso em: 15 abr. 2026

SILVA, Verônica Lima Nogueira da. Rádio pública: missão e requisitos segundo pesquisadores de mídia sonora da Intercom. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 48., 2025, Vitória. *In*: **Anais [....]**. São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2025. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/nacional/23/06222025095017685 7fc09afd80.pdf. Acesso em: 18 abr. 2026.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **A construção histórica da programação de rádios públicas brasileiras**. 2010. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.