

Inventário do rádio em Pernambuco: os perfis das emissoras de Caruaru¹

Sheila Borges de OLIVEIRA²
Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE

RESUMO

Neste artigo, apresentamos parte do resultado da pesquisa o “Inventário do rádio no Agreste”, realizada desde 2019, com a elaboração de perfis das rádios de Caruaru: Cultura, Caruaru FM, CBN Caruaru, Jornal, Jovem Pan, Liberdade, Metropolitana FM, Nova FM, Rede Brasil FM e Cidades. Nela, analisamos as grades de programação, as histórias, os gêneros e as atuações na internet. Elas preservam os gêneros radiofônicos tradicionais, mas criam novos quando atuam no ambiente do rádio expandido (KICHINHEVSKY, 2016). Teoricamente, utilizamos os estudos de Barbosa Filho (2003) e Prata (2012) sobre gênero e de Lopez (2009) sobre o rádio hipermidiático. O percurso metodológico, para aplicação de questionários, realização de entrevistas e monitoramento por rádio escuta, baseou-se em Bauer e Gaskell (2002) e Duarte (2005).

PALAVRAS-CHAVE: rádio; mídia sonora; memória; caruaru; agreste de pernambuco.

INTRODUÇÃO

O grupo de pesquisa de mídia sonora do Centro Acadêmico do Agreste, campus da Universidade Federal de Pernambuco em Caruaru, realiza, desde 2019, a investigação acadêmica sobre o “Inventário do rádio no Agreste”, que integra um projeto maior intitulado “Inventário do rádio em Pernambuco: memória, atualidade e perspectiva”, envolvendo professores e alunos de universidades públicas e privadas pernambucanas. Ele conta com o apoio dos Grupos de Pesquisa, registrados no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ), Laboratório de Análise de Imagem e Som do Agreste (Laisa), Observatório da Vida Agreste (OVA) e Convergência e Jornalismo (ConJor).

A Região Agreste de Pernambuco tem 71 municípios, a maioria deles conta com rádios comerciais e comunitárias. Aqui, descrevemos o perfil resumido das emissoras que operam em Caruaru. Para efetuar este mapeamento, o projeto foi contemplado com bolsas do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic/CNPq) nos períodos de 2018/2019 e 2022/2023. Na primeira fase, segundo Santos, Silva e Oliveira (2019), foram identificadas nove rádios: Caruaru FM, Cultura, CBN Caruaru, Jornal, Jovem Pan,

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Curso de Comunicação Social da UFPE, Caruaru, PE, e-mail: sheila.boliveira@ufpe.br

Liberdade, Metropolitana FM, Nova FM e Rede Brasil FM. Na segunda, atualizamos os perfis já que uma nova rádio entrou em atividade em 2020, a Cidade, e observamos como elas estão atuando na internet. Todas utilizam aplicativos e redes sociais on-line. A Rádio Cidade, inclusive, está totalmente integrada à internet tanto que criou novos gêneros para produzir e divulgar o seu conteúdo dentro de um ambiente do rádio expandido (KICHINHEVSKY, 2016), que extrapola as ondas hertzianas ao transbordar a sua programação para a grande rede, como veremos adiante.

A pergunta que serviu de base para o trabalho investigativo foi: qual o perfil das rádios que atuam no Agreste e como elas utilizam a internet para compartilhar o conteúdo? No nosso percurso, atualizamos as grades de programação, recuperamos a memória das emissoras, identificamos os gêneros que utilizam, sinalizando para os novos formatos e investigamos como os veículos operam na internet. Participaram do trabalho os alunos Cecília Souza, Valderiza Pereira, Rayane Santos e Herbeton Martins

Para levantar tais informações, a metodologia utilizada foi a aplicação de questionários, a realização de entrevistas e o monitoramento por rádio escuta, a partir de Bauer e Gaskell (2002) e Duarte (2005). Em relação aos aportes teóricos, foram essenciais para a construção dessa investigação, os estudos de Barbosa Filho (2003) e Prata (2012) sobre os gêneros radiofônicos no dial e na internet, de Lopez (2009) sobre o rádio hipermidiático e de Kischinhevsky (2016) sobre o rádio expandido.

Antes de apresentarmos os perfis das rádios de Caruaru, é importante reconhecermos o papel do Estado de Pernambuco para a história da rádio no Brasil, visto que a primeira rádio criada no país foi em Recife. Segundo Figueiredo, Pereira, Gomes e Oliveira (2011), a Rádio Clube foi inaugurada em 6 de abril de 1919 e era composta por um grupo de radioamadores, pertencentes à Associação de Amadores de Rádio-Telegraphia, que estudavam as transmissões telegráficas e de telefones sem fio. Em 2019, quando o rádio completou 100 anos de existência no país, pesquisadores reconheceram Recife como cidade palco da primeira transmissão de rádio no país, por meio da Clube, oficializando a decisão em um documento intitulado Carta de Natal (ALCAR, 2019).

Outro pioneirismo de Pernambuco para a história da rádio foi a criação da primeira emissora voltada para o público evangélico. A Rádio Evangélica, criada em 1977, foi o ponta pé de um investimento lucrativo e visionário, visto que o público fiel dessas igrejas tem aumentado com o passar dos anos, assim como a quantidade de emissoras criadas para atender a essa demanda.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ao longo da história, o ser humano sentiu necessidade de buscar padrões para classificar os objetos de estudo e discernir o que é igual e o que é diferente, o que pertence e o que não pertence a determinadas classes, grupos e categorias, a essas classificações podemos denominar de “gênero”. Charaudeau (2006, p. 204) propõe a seguinte definição para o conceito de gênero: “um gênero é constituído pelo conjunto das características de um objeto e constitui uma classe à qual o objeto pertence. Qualquer outro objeto tendo essas mesmas características integrará a mesma classe”.

Com Bakhtin (2003), trazemos o conceito de gênero para o campo da comunicação para compreender as formas relativamente estáveis de enunciados, elaborados para vários tipos de linguagem. Muitas vezes essas formas discursivas soam tão naturais que acionamos os diversos tipos de gêneros sem nem percebemos como eles são constituídos. Bakhtin (2003, p.282) afirma que os gêneros nos são ensinados “quase da mesma forma com que nos é dada a língua materna, a qual dominamos livremente até começarmos o estudo da gramática”.

Ao trazer esse conceito para o rádio, podemos estudar o gênero como uma forma de se fazer um acordo intrínseco na relação entre o produtor sonoro e o ouvinte. Nesse diálogo, o produtor busca suprir a todo momento as expectativas da audiência em relação ao que ela deseja ouvir. Barbosa Filho (2003) faz o seu recorte de gênero voltado para a atividade radiofônica em uma época onde a internet não era tão atrelada ao consumo das mídias sonoras como nos dias atuais.

Para o autor, os gêneros radiofônicos estão relacionados a uma função específica que eles exercem na programação, sendo essa função estrategicamente articulada para agradar a audiência. Ainda segundo o pesquisador, tais gêneros são classificados em: jornalístico, entretenimento, educativo cultural, serviço, especial, propagandístico e publicitário. Cada gênero possui subgêneros, os do jornalismo são nota, notícia (flash), boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal (jornal falado), documentário, debates, programas policiais e esportivo e divulgação tecnocientífica.

Apesar de contemplar diversas faces da produção sonora, Barbosa Filho (2003) traçou tais gêneros em uma época onde a internet ainda não impactava no modo de fazer rádio. Foi com o passar dos anos que, cada vez mais, as mídias convergiram e, hoje, é praticamente impossível imaginar qualquer emissora de rádio não lançando mão dos recursos propiciados pela internet. Seja para interagir com os ouvintes, armazenar e

transmitir seus conteúdos ou divulgar sua programação, a internet tem andado de mãos dadas com a produção das mídias sonoras atuais. Considerando essa realidade, os estudos de Prata (2012) sobre rádio web também foram considerados para esta pesquisa.

Nesse ambiente digital, a rádio assumiu algumas características típicas de outros meios de comunicação, como a TV. Nas transmissões simultâneas via live de algumas das emissoras de rádio, é possível ver imagens e vídeos do que antes só seria acessado pelo som. Algumas emissoras têm uma estrutura que se assemelha a de um telejornal para veicular notícias direcionadas à rádio, além de gravação de notícias externas semelhantes ao que se vê na televisão, trazendo para o rádio novos gêneros.

Observando isso, Prata (2012) assume, na época de seu estudo, que a interação na chamada webradio faz emergir novos gêneros. Assim, é possível identificar o e-mail, o chat em aberto (bate-papo virtual em aberto – room-chats), o Chat reservado (bate-papo virtual reservado), o Chat agendado (bate-papo agendado – ICQ), o Chat privado (bate-papo virtual em salas privadas), a Entrevista com convidado, o e-mail educacional (aula virtual), a Aula chat (chat educacional), a Vídeo-conferência interativa, a Lista de discussão (mailing list), o Endereço eletrônico e o Weblog (blogs, diários virtuais).

No Brasil, as emissoras começaram a se integrar à internet disponibilizando informações da rádio, como a grade de programação, o perfil dos comunicadores e o endereço. Essa grande procura do público pela internet começou nos anos 90 e foi o principal motivo que levou as emissoras a estarem presentes na rede mundial de computadores. Na internet, todos, pelo menos teoricamente, podem ter uma voz e ter uma comunicação horizontal. Essa virada de chave cultural desencadeou uma mudança no perfil do ouvinte, como aponta Lopez (2009) na pesquisa sobre o rádio hipermidiático. Para Lopez (2009), o ouvinte se transformou em ouvinte-internauta. Ele busca outras fontes de informação, cruza, contesta, discute, corrige, atualiza e conversa com o jornalista que está no ar. O público que consome rádio já era conhecido por ter uma relação mais próxima com as emissoras do que os telespectadores com a TV. E, mais do que nunca, o relacionamento entre a rádio e seus ouvintes se tornou ainda mais íntimo.

O aumento da interatividade é apenas uma das características que nasceu dessa hibridização do rádio com a internet. Esta pesquisa, então, busca também estudar a imersão da internet e a popularização do uso dos dispositivos móveis no ambiente radiofônico. Nesse sentido, outro conceito que nos ajudar a compreender esse novo ambiente é o do rádio expandido de Kischinhevsky (2016) com o transbordamento do

consumo de rádio das ondas hertzianas para a internet e os meios digitais.

Ao ultrapassar as limitações do analógico, o rádio expandido tem características próprias, como a capacidade de multimídia, visto que imagens e vídeos também conseguem ser transmitidos junto com a programação em áudio pela internet. Outra característica é o hipertexto com a criação de links entre notícias que permite ao ouvinte ter um entendimento mais abrangente de determinado acontecimento. Nesse ambiente, temos também uma maior personalização por parte do ouvinte, de modo que ele mesmo decide o quê e quando quer ouvir. Além disso, ele pode definir seus programas favoritos e receber um “tratamento” adaptado aos seus interesses. A interatividade é uma das características marcantes da nova fase do rádio. Esse rádio expandido permite ainda a criação de um banco de dados para que se possa acessar os conteúdos que já foram ao ar.

Lopez (2009, p. 49) também comenta sobre a ampliação da relação entre o ouvinte e o radiojornalista: “Estes espaços de interação aumentam com a adoção do jornalismo participativo através do ouvinte-repórter, o estímulo a fóruns de discussão, os campos para comentários e a inserção de jornalistas e comentaristas na blogosfera, entre outros”. Esse novo comportamento dos ouvintes, deixando de lado a sua antiga passividade e se tornando mais ativo na construção dos programas de rádio, só foi possível graças à adaptação das mídias de massa às tecnologias digitais.

Apesar dessa adaptação, é importante ressaltar que, mesmo que o rádio passe a fazer uso de imagens e vídeos, o resultado disso não pretende ser e nem é o mesmo de uma produção televisiva. As imagens desempenham um papel ilustrativo ou didático, mas sem a obrigatoriedade dela para o entendimento da mensagem (LOPEZ, 2009). Essa característica é comentada por Lopez (2009, p. 69-70): “No rádio hipermediático, por exemplo, uma característica é crucial: a espinha dorsal da narrativa é sonora e, portanto, seu perfil multiplataforma envolve uma narrativa que, embora importante, é complementar”. Mesmo com a convergência midiática, a característica primordial do rádio ainda é o uso fundamental do som para transmitir uma informação, que prevalece no meio de imagens, vídeos e das novas características de um rádio que é expandido.

METODOLOGIA

A pesquisa do Inventário do rádio no Agreste de Pernambuco foi realizada com métodos quantitativos e qualitativos, seguindo os estudos de Bauer e Gaskell (2002) e Duarte (2005). No quantitativo, aplicamos um questionário com 51 perguntas fechadas

e semi-abertas. Decidimos aplicar o *survey* dentro de uma amostra intencional, ou seja, direcionado às pessoas que trabalham nessas 10 rádios ativas de Caruaru. Buscamos registrar as memórias dos veículos, analisar as características dos trabalhadores das rádios, observar os gêneros radiofônicos mais recorrentes e os mais inovadores em função de uma produção feita em meio a um rádio que se expandiu para a internet e verificar os usos que essas emissoras fizeram do potencial de produção, divulgação e mediação do rádio com as ferramentas tecnológicas disponibilizadas pela grande rede.

Na parte qualitativa, realizamos entrevistas presenciais, quando era possível, mas, também foram feitas entrevistas por telefone e por canais digitais e virtuais, como o do endereço eletrônico e do WhatsApp. Para o levantamento das grades de programação de algumas das rádios, foram realizadas radioescutas, visto que nem todas as emissoras atualizaram as suas grades de programações nos sites oficiais. As concepções das entrevistas podem ser estudadas a partir dos trabalhos de Bauer e Gaskell (2002) e Duarte (2005). Eles nos auxiliam a entender como o problema de nosso estudo pode ser trabalhado por essa técnica de pesquisa. Isso porque os dados coletados pelo investigador não são apenas identificados, mas, sobretudo, interpretados e reconstruídos dentro de uma perspectiva crítica e realista, considerando sempre a fidelidade do contexto.

A partir da metodologia utilizada, foi possível delinear os perfis das rádios. Eles já sinalizam que as emissoras usam o WhatsApp como principal ferramenta para manter o contato com ouvintes. A maioria das emissoras, no entanto, não aderiu ao podcast, que possibilitaria dar uma maior liberdade ao ouvinte para acessar o conteúdo que ele quer no horário que desejar, visto que os programas estariam armazenados em plataformas de reprodução de áudio ou no próprio site oficial das rádios.

OS PERFIS DAS RÁDIOS DE CARUARU

Na pesquisa do Inventário do Rádio em 2019, realizada em Caruaru, havia 9 rádios na cidade que permanecem ativas: Caruaru FM, Cultura, Globo FM (no final de 2018 se converteu na nova afiliada da CBN de Pernambuco: a CBN Caruaru), Jornal, Jovem Pan, Liberdade, Metropolitana FM, Nova FM e Rede Brasil FM. Desse grupo, uma tem o registro de comunitária: a Associação e Movimento Comunitário de Caruaru, conhecida como Caruaru FM. Agora, em 2022, mais uma rádio pôde ser adicionada à lista, a Rádio Cidade, criada em 2020 e já idealizada para atuar na internet.

A Caruaru FM é a única rádio listada que possui concessão comunitária, o seu

nome oficial é Associação e Movimento de Rádio de Caruaru. Nasceu em 1997 em um período de teste e ficou consolidada a partir do ano 2000. Os gêneros mais comuns são principalmente o musical, que ocupa quase toda a grade de programação, e em segundo lugar o jornalístico, com os programas Jornal Vanguarda e o Caruaru Notícias de Hora em Hora. Seu slogan atual é “A Sua Rádio”, mas já foi “Sua Rádio do Pop ao Rock”. Seus principais comunicadores são Wagner Gil, Stéphanie Rodrigues, Suzi Valois, Anderson Marinho e Victor Hugo.

A única maneira do público entrar em contato com a rádio é pelo WhatsApp, a emissora não disponibiliza telefone para contato. A emissora está presente no Instagram (@caruarufm), no Facebook (/radiocaruarufm), no YouTube (@RadioCaruaruFM), e no WhatsApp (81.99155-1045) e ela não difere seu conteúdo para se adaptar às linguagens de cada um desses aplicativos. Ela recebe maior engajamento no Instagram, seguido pelo YouTube. A emissora não faz lives pelo Facebook para transmitir os programas.

A rádio também funciona pelo aplicativo Caruaru FM, mas apenas como um reprodutor do dial, não fornece a grade de programação a que se propõe fazer e a aba de notícias são alimentadas com manchetes de outros jornais, como o G1 da Globo. Por conta do uso das redes, também adota os gêneros da radioweb: o chat e a enquete frequentemente para estabelecer um diálogo maior com seus ouvintes.

A Rádio Cultura do Nordeste é a segunda rádio mais antiga da cidade de Caruaru, criada em 1958, e recebe o nome fantasia de Cultura FM. Ela é uma emissora comercial e seus proprietários são os irmãos José Almeida e Onildo Almeida. Seus principais programas são o Comando Geral da Notícia, que é o programa diário de maior audiência, repercussão e interação dos ouvintes, e o Mesa Redonda, que realiza entrevistas semanais e busca debater os assuntos de maior destaque da sociedade, recebendo em sua maioria, personalidades da sociedade da política local, estadual e nacional.

O gênero jornalístico é predominante na emissora, com destaque para o jornalismo factual. Há apenas um programa que é retransmitido pela Cultura, que é o Frente a Frente com Magno Martins. Todos os outros são produzidos internamente. Os principais comunicadores da emissora são César Lucena e Paulo Sobral. O primeiro slogan da rádio, em 1958, foi “A última da faixa, a primeira em popularidade”, que remetia a sua antiga frequência de 1.560 KHZ, seu slogan atual é “Rádio do jeito que você gosta”

Quanto à presença on-line, a rádio possui Facebook (/RadioCulturadoNordeste), Twitter (@radioculturadonordeste), Instagram (@radioculturadonordeste), YouTube

(@radioculturadonordeste96.5FM) e WhatsApp (81.98109-1130). O ouvinte pode entrar em contato com a emissora pelo e-mail, WhatsApp, telefone, Twitter, Facebook e Instagram, o mais comum é os ouvintes preferirem o WhatsApp. O público mais idoso da rádio prefere entrar em contato por meio do telefone, já os mais jovens recorrem às redes sociais. A Cultura do Nordeste também possui um aplicativo próprio que apenas transmite a programação ao vivo da rádio. A rede social com maior engajamento da emissora é o WhatsApp, seguido pelo Facebook e depois pelo Instagram. A rádio é transmitida pelo site oficial, pelo YouTube e também por lives no Facebook.

A Rádio Cidade é a mais nova de todas as rádios de Caruaru, criada em 2020 e já idealizada para se integrar aos meios digitais, é propriedade de Adolfo José, Rodolfo Silva, Mário Flávio e Renata Torres. A Rádio Cidade tem uma programação voltada para o jornalismo, esportes e entretenimento. O slogan adotado: “Rádio Cidade: todo mundo ouve, todo mundo vê” deixa claro a preocupação da emissora não apenas com o conteúdo em formato de áudio, mas também com as imagens transmitidas nas lives.

Os principais programas da emissora são o Jornal da Cidade, com as principais notícias de Caruaru e região, Manhã Cidade, um programa jornalístico, com entrevistas e colonistas sobre diversos assuntos, entradas ao vivo e música, e o Futebol na Cidade, que é um programa esportivo. O jornalismo na Rádio Cidade está presente todas as manhãs das 7h às 12h, com entradas ao vivo das ruas da cidade, entrevistas e colonistas. Os principais gêneros da programação são o jornalístico, esportivo e musical.

Como está inserida no contexto do rádio expandido, a Cidade realiza estratégias narrativas para transmissão também em vídeo de toda a sua programação, por meio de lives que acontecem pelo YouTube (@RadioCidade997), Instagram (@cidade99.7) e, também, pelo site da rádio (cidade997.com.br). Além disso, as transmissões são direcionadas para outras redes sociais, como Twitter (@Radiocidade997) e Instagram. Há um canal aberto de interação pelo WhatsApp (81.99878-0997), por onde os ouvintes preferem entrar em contato, mesmo que exista a opção do e-mail.

Dentre essas redes sociais, a que recebe maior engajamento é o Instagram, seguido pelo Facebook (/Radiocidade99.7) e YouTube. O Instagram, por exemplo, é utilizado para divulgar promoções e bastidores. Já no Facebook priorizam as lives e as notícias. No YouTube, o foco é apenas as lives. Enquanto isso, no Twitter a prioridade é a notícia. A Rádio Cidade também possui um aplicativo que transmite os programas ao vivo.

A Rádio Liberdade recebe o nome fantasia de Liberdade FM, sendo uma das

rádios mais antigas do município. Foi fundada durante a ditadura militar, no dia 10 de outubro de 1965, recebendo desde sempre esse nome ousado para a época: Liberdade. Seu fundador foi Luiz Lacerda, que faleceu em 2019 aos 94 anos, deixando-a sob o comando da família. Hoje, o proprietário da rádio é Mário José de Lacerda.

O primeiro slogan da rádio foi “Liberdade FM, o som colorido na cidade”. Depois mudou para “Na Liberdade é bem melhor”. A programação da emissora é ao vivo, exceto no horário de meia-noite até às 4 da madrugada. Produz a maioria dos programas, com exceção do Programa do Muçã, que é retransmitido. Na grade de programação, o gênero predominante é o musical e o jornalismo na rádio, abordado de hora em hora com notícias. Ela não só transmite o conteúdo da rádio na íntegra, mas, também, tem podcasts com programas curtos e adaptados à cultura de consumo dessa mídia. Os episódios estão disponíveis nas principais plataformas de áudio. Isso remete a uma das características do rádio expandido, a do armazenamento dos programas.

A rádio é integrada à internet e transmite a programação para além do dial, possuindo, inclusive, um aplicativo exclusivo na PlayStore. A emissora transmite o conteúdo pelo site da rádio (liberdade.com.br) e faz lives no Facebook (/RadioLiberdadeCaruaru) dos seus programas. Além do Facebook, também está no Instagram (947liberdade), no YouTube (@radioliberaldecaruaru6395), no Twitter (@947liberdade) e no WhatsApp (81.98214-7247). Foi a emissora pioneira no uso do WhatsApp em 2019. Produz conteúdos adaptados às redes sociais. No Facebook, entretenimento. No Instagram, o jornalismo. No Twitter, notícias rápidas. Os comunicadores de destaque Carlos Altieri, Gláucia Oliveira e Weverton Bezerra.

A rádio mais conhecida como Metropolitana FM de Caruaru na verdade se chama Metropolitana FM. Foi fundada em 1989 e, de lá para cá, teve diversos nomes, como Metro FM, AB FM, 98 FM, até se tornar a Metropolitana FM. Atualmente, Tony Pereira e Jósimo Costa são os proprietários, mas já pertenceu a José Roberto F. de Moura. A rádio não é uma filial e retransmite apenas o programa Experiência de Deus com o Padre Reginaldo Manzotti, um dos principais da emissora, junto com o programa Só Sucesso de Jr. Galvão. O principal programa jornalístico é o Jornal da Metropolitana.

Quanto à presença da rádio na internet, a programação é transmitida pelo site da rádio (metropolitanafmcaruaru.com.br) e por live via Facebook (/MetropolitanaFmCaruaru), além de participar ativamente das redes sociais, como Twitter (@metropolitanafmcaruaru), YouTube (@Metropolitanafmcaruaru), Instagram

(@metropolitanafmcaruaru) e WhatsApp (81.98299-0941). Apesar de estar presente em todas essas mídias sociais, é no Instagram que acontece a maior interação e engajamento entre a rádio e os seus ouvintes, seguido pelo Facebook. A emissora possui um aplicativo próprio que transmite seus programas ao vivo. Os comunicadores de maior destaque são Júnior Galvão, Carlos Augusto e Adriano Luiz.

A Rádio CBN Caruaru é uma rádio comercial que se chamava, antes de setembro de 2018, de Globo FM. Iniciou suas atividades no ano de 2008 e teve diversos slogans ao passar dos anos. O primeiro foi “Você não ouve, você sente/”, substituído por “O que é bom a gente toca”. Atualmente é “A rádio que toca notícia”. A mudança de slogans demonstra a mudança do intuito que a rádio teve em cada fase das suas atividades. No início, a grade era composta de 75% de música e 25% de jornalismo. Antes da rádio se tornar exclusivamente uma emissora 100% voltada ao jornalismo, os principais programas eram o Bom Dia Globo FM, Cardápio, Boa Tarde Globo FM e Boa Noite Globo FM, além do gênero musical mais transmitido ser o MPB e ter seu jornalismo voltado principalmente para a cobertura do esporte local.

A rádio é uma filial, mas produz conteúdos próprios, seus principais programas são produzidos localmente, como o CBN Total e o CBN Caruaru. A emissora aposta em programas de debates. É possível escutar a rádio via internet, através do site da rádio (cbncaruaru.com) ou eventuais lives via Facebook (/cbncaruaru). A interação com o público pode ser feita por qualquer rede social, como Facebook, Instagram (@cbncaruaru), Twitter (@cbncaruaru), YouTube (@cbncaruaru) e WhatsApp (81.98244-8990), além de telefone e e-mail. O Instagram, seguido pelo Facebook, é a rede social que recebe maior engajamento do público. Os comunicadores de maior destaque da rádio são Remy Freire, Almir Vilanova, Moises Rouche e Jessé Acioly.

Mais conhecida como Rádio Jornal Caruaru, a emissora se chama Rádio Jornal do Comércio. A inauguração foi em 6 de setembro de 1972. Inicialmente, chamava-se Rádio Difusora de Caruaru e seu antigo slogan era “Rádio Difusora: a pioneira”. Depois, transformou-se em “Rádio Jornal: Pernambuco falando para o mundo” ou “Pernambuco em primeiro lugar”. Hoje em dia, funciona na frequência FM, mas já chegou a funcionar em AM e FM. A Rádio Jornal teve mais de um dono. O primeiro foi Pessoa de Queiroz. Atualmente é João Carlos Paes Mendonça. A programação prioriza o conteúdo jornalístico, com programas policiais, comunitários e futebol. A emissora retransmite programas de rede da Rádio Jornal de Recife. Os principais programas são A Hora da

Justa, Papo Sem Pauta, Super Manhã e Além da Notícia.

A rádio pode ser acessada também na internet, tanto pelo site da rádio (radiojornal.ne10.uol.com.br), quanto por lives via Facebook (/radiojornalcaruaru). Ela possui um aplicativo disponível para download na PlayStore. Como as outras rádios, está presente nas principais redes sociais: Instagram (@radiojornalcaruaru), Facebook, YouTube (@radiojornalcaruaru6131) e WhatsApp (81.99601-7448). É no WhatsApp que tem o maior engajamento, seguido pelo Facebook e Instagram. No Facebook e no YouTube, são realizadas as transmissões da programação. No Instagram, veiculadas notícias gerais e vídeos de apresentadores. Os ouvintes podem entrar em contato com a rádio por diversos meios, como telefone, e-mail, WhatsApp, Facebook e Instagram, sendo o WhatsApp o meio mais utilizado.

A Rede Brasil de Comunicação (RBC) é uma rede de rádio e TV ligada à Rede Estação que tem como presidente João Florentino. A emissora possui sua sede em Recife. A Rede Brasil de Comunicação (RBC) forma um aglomerado de emissoras de Rádio e TV ligada à Igreja Evangélica Assembleia de Deus em Pernambuco (IEADPE) sob presidência do pastor Ailton José Alves. Começou em novembro de 1999, com a aquisição da Rádio Globo Recife/CBN AM, que a princípio obteve o nome de Rádio Boas Novas AM 580. Logo depois se expandiu para FM, com o nome de Rede Brasil e programação voltada para os evangélicos. A RBC possui 21 emissoras de rádio que abrangem Pernambuco inteiro e estados vizinhos, como Paraíba, Alagoas e Bahia.

A Rede Brasil de Caruaru opera na frequência 102,5 FM. Anteriormente, era ocupada pela Estação 102, que pertencia a Sivaldo Oliveira. A afiliada caruaruense não possui nenhuma rede social. Nacionalmente, tem um canal de transmissão no WhatsApp e no Telegram. Está no Spotify com alguns dos programas como podcast. O único aplicativo que tem é da sede, em Recife.

A Nova FM foi criada em 2009 e era conhecida como Fundação Canaã de Caruaru. Desde o surgimento, é voltada para o campo religioso. Mas nunca foi vinculada a uma igreja específica. Ganhou força com a transmissão de programas esportivos. Seu slogan, atualmente, é "Tá na Nova, tá na benção", mas já foi "Jesus em Primeiro Lugar". Os principais programas da emissora são o Show da Manhã e o Tarde Nossa. Todos os programas são produzidos localmente. O presidente da rádio é Sivaldo Oliveira, que também é locutor. O principal radialista é G Vila Nova, locutor e operador de som.

A presença on-line da emissora acontece principalmente no Facebook

(/Radionovafmcaruaru) com postagens para celebrar datas comemorativas, anunciar mudanças na grade de programação e fazer chamada para os ouvintes escutarem alguns dos programas. No Instagram (@novafmcaruaru), o tipo de postagem é parecido. O WhatsApp (81.99819-5656) da emissora é o principal meio de contato entre a rádio e os ouvintes. Também possui conta no YouTube (@NOVATVCaruaru) onde costumava transmitir seus programas via live e postar trechos mais curtos da programação. Possui um aplicativo próprio para escutar a transmissão e interagir com os comunicadores.

A Jovem Pan tem a programação voltada para o público jovem com uma pegada pop. Está no ar desde 21 de dezembro de 2005, seu slogan é “A rádio número 1 do Brasil”. A presença on-line tem força principalmente no Instagram (@jovempancaruaru), fazendo diversos sorteios para os ouvintes se engajarem na publicação e postagens de vídeos engraçados. Nenhum conteúdo jornalístico é divulgado por lá. A emissora possui uma conta no Facebook. O site da Jovem Pan Caruaru tem o endereço eletrônico divulgado nas redes sociais, mas não é alimentada. Além disso, a Jovem Pan está no Twitter, embora esteja inativo, a última postagem foi em 2019.

De acordo com o site oficial da Jovem Pan, a emissora conta com dois aplicativos, que não são locais e podem ser baixados pela PlayStore e pela AppleStore. O primeiro é o Panflix, a plataforma de streaming da Jovem Pan, que transmite 24h por dia a programação da rádio on demand. O outro é o AppNews, um agregador de notícias do Brasil onde o usuário pode selecionar os assuntos que tem interesse para passar a receber atualizações. Nele, o usuário tem acesso a uma leitura resumida para ficar bem informado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todas as 10 rádios de Caruaru estão, de alguma forma, adaptadas ao ambiente virtual por meio de espaços nas redes sociais. A Rádio Cidade é uma das mais integradas ao rádio hipermediático (LOPES, 2009) e expandido (KICHINHEVSKY, 2016). Ela, inclusive, está trazendo gêneros da televisão para o rádio. Observamos que a emissora tem feito os repórteres, que atuam na rua, adotarem rituais próprios da televisão, uma vez que o uso da câmera do celular está sendo um elemento fundamental para a produção do conteúdo. Isso faz com que os gêneros radiofônicos tradicionais dialoguem com os gêneros televisivos. Esse novo método do fazer conteúdo da rádio, relacionando imagens e vídeos, está se mostrando crucial para o surgimento de novos gêneros.

O repórter de rádio, atualmente, preocupa-se com sua imagem. O que antes seria um stand-up para a televisão, quando o repórter aparece da rua para dar uma informação com a câmera focada nele, hoje também pode ser identificado no rádio quando esse gênero televisivo se mistura ao tradicional flash radiofônico. Nele, o repórter entra ao vivo para dar uma informação só com o áudio. Agora, o áudio se une à imagem. Na Cidade, mesmo que os conteúdos estejam disponíveis nas plataformas digitais (site e YouTube), além do áudio, temos acesso às imagens do estúdio e das externas. A emissora tem uma programação voltada para o jornalismo, esportes e entretenimento. O slogan “Rádio Cidade: todo mundo ouve, todo mundo vê” deixa claro a preocupação com o áudio, mas, também, com as imagens.

Além da Rádio Cidade, que já nasceu com o propósito de atuar na internet, as outras rádios, hoje, estão, de uma forma geral, bem adaptadas ao ambiente virtual, uma vez que todas as 10 emissoras de Caruaru estão presentes no mundo virtual por meio de espaços em redes sociais permitindo que a audiência possa ouvir a rádio on-line para comentar os programas e conferir as grades de programação. Os canais de diálogo com os ouvintes são múltiplos. Dessa forma, a comunicação entre eles fica mais espontânea e facilitada, aproximando o que antes era distante, de modo que o ouvinte passa a participar mais ativamente da construção dos programas, muitas vezes se tornando uma parte fundamental para a elaboração deles.

Quanto à interação entre as emissoras e seus ouvintes, nota-se que o uso do WhatsApp tem se popularizado entre o público mais jovem com maior intimidade com a plataforma, já os mais velhos preferem entrar em contato por ligação. Na Rádio Cidade, mesmo que os conteúdos estejam disponíveis nas plataformas digitais, como no site da rádio e até mesmo no YouTube, além do áudio temos acesso às imagens do estúdio e das externas, a maioria da sua audiência ainda sintoniza principalmente no rádio tradicional.

A pesquisa mostra também que as rádios aderiram completamente as mensagens de áudio enviadas pelos seus ouvintes no WhatsApp e costumam transmiti-las em seus programas. Mesmo hoje, com o entrelaçamento das rádios tradicionais nos meios digitais ficando cada vez mais fortes, nosso estudo revela que ainda é minoria as rádios que adotaram a prática do podcast. Usualmente, transmitem o conteúdo do dial direto na internet, sem traduzir ou adaptar a informação para o formato de podcast.

É possível observar, em comparação à pesquisa de Santos, Silva e Oliveira (2019), que as rádios de Caruaru se integraram ainda mais ao mundo virtual por meio das

ferramentas fornecidas pela internet, tirando proveito das vantagens oferecidas pelos meios digitais, a partir de um cenário no qual o rádio transborda o dial e vai operar, também, nos espaços surgidos com a grande rede de computadores. É nesse contexto que Kischinhevsky (2016) vai construir o seu conceito do rádio expandido, base de nossa pesquisa. Ele aponta diversas características do rádio expandido que são observadas nos rádios caruaruenses. A característica mais marcante foi o aumento da interatividade, que desencadeou numa maior participação do público na construção da programação.

Um exemplo dessa relação próxima entre emissora e ouvinte é a Rádio Liberdade, pioneira no uso do WhatsApp em Caruaru. Hoje, ela conta com uma média de 650 mensagens por dia, enviadas para pedir músicas, fazer denúncias e dar feedbacks. Um pioneirismo que deu muito certo, já que o uso do WhatsApp, hoje, virou regra. Em relação aos gêneros de rádio tradicionais, apresentados por Barbosa Filho (2003), percebemos que estão sendo modificados porque passam a dialogar com a presença de câmeras dentro e fora dos estúdios. Isso sinaliza que novos gêneros estão interagindo com os radiofônicos. Esses novos gêneros, que ainda estamos mapeando, mesclam os gêneros radiofônicos com os televisivos, criando algo completamente singular, visto que, hoje, as emissoras de rádio também têm uma preocupação com o uso da imagem.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES DE HISTÓRIA DA MÍDIA. **Carta de Natal**. Natal, 20 jun. 2019. Disponível em: <https://plone.ufrgs.br/alcar/jornal-alcar/jornal-alcar-no-73-julho-2020/carta-de-natal>. Acesso em 14 jul. 2022.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

BAUER, M.W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2002.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J. e BARROS, A. (org.) **Métodos etécnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 64-82.

FIGUEIREDO, Carolina; PEREIRA, Éden; GOMES, Fábica & OLIVEIRA, Borges Sheila. Panorama do rádio no Recife. IN: PRATA, Nair (org.). **Panorama do rádio no Brasil**. V. 1. Florianópolis: Insular, 2011.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, v. 1. 152p. 2016.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. 2009. 301 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Comunicação. Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2009.

PRATA, Nair. **WEBradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2012.

SANTOS, Rayanne Elisa da Silva; SILVA, Letícia Maria de Souza e OLIVEIRA, Sheila Borgesde. O inventário do rádio: memória e gêneros radiofônicos em Caruaru. **Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2019**, Belém/Pará.