
O Rádio Expandido em Caruaru: as emissoras de rádio e as novas tecnologias¹

Cecília Souza da SILVA²
Sheila Borges de OLIVEIRA³
Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE

RESUMO

Este trabalho busca expor o resultado parcial da pesquisa “O rádio expandido em Caruaru: memória e gêneros radiofônicos”, financiada pelo CNPq. Neste mapeamento, o objetivo é verificar a presença das rádios na internet e identificar os gêneros radiofônicos na sua grade de programação. A metodologia usada foi a realização de entrevistas, a aplicação de questionários e o monitoramento das programações por meio de radioescuta. Esta pesquisa toma como base teórica os estudos de Kischinhevsky (2016) sobre o rádio expandido, Prata (2012) sobre os gêneros radiofônicos na internet e Lopez (2009) sobre o rádio hipermidiático, bem como os trabalhos de Barbosa Filho (2003) sobre os gêneros radiofônicos.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio; internet; gênero; Rádio Expandido; comunicação.

INTRODUÇÃO

Este projeto de pesquisa tem como proposta fazer um mapeamento atualizado das 10 emissoras de rádio que atuam em Caruaru, cidade polo do Agreste de Pernambuco, para estudar os seus gêneros e como esses veículos trabalham dentro do contexto do rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016), já que essa mídia, hoje, não é acessada apenas pelas ondas hertzianas, mas também pela internet. Este trabalho busca atualizar os dados do levantamento feito pela pesquisa maior, o Inventário do rádio em Pernambuco: memória, atualidade e perspectiva, realizada primeiramente em 2019. Os levantamentos e as análises das informações foram usados para a construção dos perfis das rádios ativas de Caruaru com enfoque na atuação delas na internet e no mapeamento dos gêneros radiofônicos mais populares presentes nas grades de programações. Dessa forma, a pergunta que norteia essa investigação é: como os veículos radiofônicos de Caruaru se expandiram para a internet?

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

Em 2019, a pesquisa traçou os perfis de nove rádios em funcionamento na cidade: Caruaru FM, Cultura, CBN Caruaru, Jornal, Jovem Pan, Liberdade, Metropolitana FM, Nova FM e Rede Brasil FM, elaborados por Santos, Silva e Oliveira (2019). Atualmente, no município de Caruaru, existem 10 rádios ativas, já que, em 2020, foi inaugurada a Rádio Cidade, totalmente integrada à internet e alinhada à cultura de consumo contemporânea, como mostraremos a seguir. O inventário contempla as rádios que estão registradas em instituições públicas, desconsiderando aquelas que não são legalizadas e as que funcionam exclusivamente na internet.

Esta pesquisa, diferenciando-se da primeira, realizada em 2019, busca explorar também a natureza do rádio expandido (Kischinhevsky, 2016) nas emissoras de rádio de Caruaru, além de sua memória e gêneros radiofônicos. Tendo isso em vista, esta pesquisa busca: 1) investigar a presença das rádios de Caruaru na internet; 2) acompanhar as programações para ouvir o conteúdo disponibilizado para os ouvintes; 3) elaborar a grade de programação executada pelas emissoras em 2022/2023, a partir das informações fornecidas e da rádio escuta; 4) identificar os gêneros mais utilizados nos programas veiculados analisando as suas características e 5) encontrar os novos gêneros que surgiram nos programas realizados pelas emissoras.

Antes de apresentarmos os perfis das rádios de Caruaru, é importante reconhecemos a importância do Estado de Pernambuco para a história do 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 que pertencia a Associação de Amadores de Rádio-Telegraphia, eles estudavam as transmissões telegráficas e de telefones sem fio. Apesar disso, esse pioneirismo foi contestado por alguns pesquisadores que afirmam que a primeira rádio brasileira nasceu no Rio de Janeiro e teria sido a rádio Sumaré com uma transmissão apenas em setembro de 1922.

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 Rádio Clube, oficializando a decisão em um documento intitulado

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

Carta de Natal, redigido em 20 de junho daquele mesmo ano, na cidade de Natal, no Rio Grande do Norte (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, que será objeto de um futuro estudo desse grupo de pesquisa.

Essa investigação se justifica pela falta de estudos atualizados sobre o rádio em Pernambuco e é importante porque serve como forma de analisar e comparar as mudanças de comportamento dessas emissoras desde a pesquisa “Rádio em Caruaru: memórias e gêneros radiofônicos”, de 2019. Agora, em 2023, a rádio tem se expandido para a internet cada vez mais e a necessidade de incorporar essa característica nesta nova pesquisa é indispensável.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E PERCURSO METODOLÓGICO

Neste trabalho, que analisa os gêneros, a história e a presença das rádios ativas da cidade de Caruaru, em Pernambuco, os estudos de Barbosa Filho (2003) sobre os gêneros radiofônicos tradicionais serviram de base para a construção desta análise. No entanto, é importante salientar que o autor não escreveu a sua obra quando o rádio já se mesclava com a internet. Visando preencher essa lacuna, os estudos de Prata (2012) sobre as novas possibilidades narrativas radiofônicas na internet também foram levados em conta. Além desses autores, esta pesquisa usa como principal conceito o Rádio Expandido de Kischinevsky (2016), que busca discutir os novos espaços e as novas possibilidades narrativas depois que o rádio se tornou presente também na internet.

Antes de nos aprofundarmos nesses conceitos, é importante explicar o que significa “gênero”. O linguista Charaudeau (2006, p. 204) propõe a seguinte definição para 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”.

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

Dentro da comunicação, Bakhtin (2003) explica que gênero são formas relativamente estáveis de enunciados em cada campo de utilização da língua, de modo que, muitas vezes, compreendemos uma infinidade de gêneros e não nos damos conta disso, esse tipo de gênero na comunicação é chamado de gênero do discurso. O autor (2003, p.282) até considera 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”. Tendo isso em mente, os gêneros são inerentes a nossa comunicação mais primitiva, a da fala, e segue conosco até nossa comunicação mais complexa, a escrita.

Barbosa Filho (2003) delimitou quais seriam os gêneros do rádio. Para ele, os gêneros radiofônicos estão diretamente relacionados à função específica que possuem na programação, articulada para agradar a audiência. Segundo o autor, os gêneros radiofônicos se classificam em: jornalístico, entretenimento, educativo cultural, serviço, especial, propagandístico e publicitário. Dentro de cada um deles temos subgêneros. Como exemplo, destacamos os subgêneros do jornalismo, os mais conhecidos são: nota, notícia (flash), boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal (jornal falado), documentário, debates, programas policial e esportivo e divulgação tecnocientífica.

A nota é um informe sintético de um fato atual, redigido por meio de frases diretas, quase telegráficas. A notícia ou o flash é o módulo básico da informação, escrita de forma curta com, no máximo, um minuto e meio, sem aprofundamento. Normalmente, é realizada ao vivo. O boletim é um pequeno programa informativo de cinco minutos de duração, distribuído ao longo da programação e apresentando notas, flashes, reportagens e pequenas entrevistas. A reportagem é a narrativa mais completa do acontecimento, oportunidade para se divulgar o maior número possível de versões.

A entrevista é uma das principais fontes de coletas da informação e está presente em todos os gêneros. O comentário é uma opinião sobre um fato, exige conhecimento especializado. O editorial é o posicionamento da emissora sobre um determinado acontecimento. A crônica conta uma história de forma diferente, geralmente da

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

atualidade, o texto transita entre as fronteiras do jornalismo e da literatura. O rádiojornal é o jornal falado de uma emissora de rádio, produto mais nobre que congrega vários formatos e geralmente tem meia hora de duração.

Já o documentário jornalístico é uma abordagem mais profunda sobre um fato, produzido a partir de uma minuciosa pesquisa. O debate é um espaço de discussão coletivo sobre um ou mais temas no qual os participantes apresentam ideias diferenciadas. No programa policial há uma cobertura de acontecimentos na área por meio de flashes, reportagens, entrevistas e comentários. No programa esportivo existe a cobertura dos eventos esportivos. Na divulgação tecnocientífica, o rádio cumpre sua função de divulgar e informar os ouvintes sobre o campo da ciência.

Barbosa (2003) não considerou, contudo, a influência que a internet passou a exercer nas narrativas e, conseqüentemente, nos gêneros radiofônicos. A proposta desta pesquisa é justamente identificar como as rádios de Caruaru se adaptaram à internet. Nesse ambiente, surge o fenômeno da convergência midiática no qual o rádio também pode ser ouvido, por exemplo, pelas redes sociais on-line.

Para Prata, a interação na chamada webrádio 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 Email 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).

As emissoras de rádio, no Brasil, começaram a utilizar a internet para colocar a grade de programação e algumas outras informações sobre a emissora, como o perfil dos comunicadores, endereço, entre outros. A grande procura do público pela internet, nos anos 1990, fez com que o rádio também se incorporasse à rede mundial de computadores com conteúdo editorial. Houve uma mudança no perfil do ouvinte, e para não perder o fiel público, as emissoras tiveram que se adaptar.

Para Débora Lopez (2009), o ouvinte – agora também ouvinte-internauta – busca outras fontes de informação, cruza, contesta, discute, corrige, atualiza, conversa com o

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

jornalista que está no ar. Mais do que nunca, o ouvinte participa. O ouvinte de rádio já é reconhecido por sua participação nos programas das emissoras. Seja através do telefone ou seja por meio das tradicionais cartas, os fiéis ouvintes marcavam presença.

Com a chegada da internet, a interatividade aumentou e é possível ter uma comunicação mais imediata com o comunicador e com as pessoas envolvidas na produção da emissora. Há mais ferramentas para o ouvinte interagir de uma forma mais intensa. Com a comunicação impulsionada pela internet e a digitalização do rádio, a dimensão do diálogo do veículo se amplifica.

A nossa pesquisa visa destacar a imersão da internet e a conseqüente popularização do uso dos dispositivos móveis no ambiente radiofônico. Por isso, recorremos ao conceito de rádio expandido de Kischinhevsky (2016), que atribui a todas as mudanças na reconfiguração da radiodifusão sonora como rádio expandido, isto é, o rádio ouvido em diferentes plataformas.

O conceito de Kischinhevsky (2016), o de rádio expandido, está na centralidade da produção sonora das emissoras que atuam na internet, uma vez que há um transbordamento dos conteúdos da rádio para outras plataformas.

Com a internet, não há mais a limitação do mundo analógico, nem na produção, tampouco no consumo do rádio no meio digital. O que acaba fortalecendo o rádio, que, além de ampliar a abrangência dos programas, também aumenta a potencialidade da interatividade. É nesse cenário que o rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) extrapola o dial das ondas hertzianas, permitindo o consumo do conteúdo radiofônico por múltiplas plataformas sociais e digitais que podem reproduzir as mídias sonoras.

Nesse sentido, o rádio expandido possibilita a multimídia, por meio do uso da linguagem para múltiplas mídias. Ele também favorece a hipertextualidade. Ou seja, a colocação de informações que podem ser acessadas através de links, o que leva ao aprofundamento dos dados em diversas plataformas. Outra característica do rádio expandido é a personalização, quando o ouvinte escolhe o que quer escutar. Além disso, essa nova fase do rádio amplia a interatividade. O rádio expandido permite, também, a formação de banco de dados para se construir uma memória para que se possa acessar os conteúdos preferidos quando quiser.

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

Complementando a ideia de Kischinhevsky, Lopez (2009, p. 49) também comenta sobre a ampliação da interação entre o ouvinte e o radiojornalistas: "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". Essas novas possibilidades do ouvinte se relacionar com os veículos de comunicação, deixando de lado sua passividade de outrora e exercendo um papel mais ativo, só foi possível graças a adaptação das mídias de massa às tecnologias digitais.

Apesar dessa adaptação, é importante ressaltar que, mesmo que a rádio passe a fazer uso de imagens e vídeos, o resultado disso não pretende ser e nem é o mesmo de uma produção televisiva, nem mesmo as propagandas são apresentadas da mesma forma. As imagens, aqui, desempenham um papel ilustrativo ou didático, mas sem a obrigatoriedade dela para o entendimento da mensagem (LOPEZ, 2009). Essa característica também é comentada por Lopez (2009, p. 69-70): "No rádio hipermidiático, 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". Dessa forma, mesmo com a convergência midiática, a característica primordial da rádio, que é o uso fundamental do som para transmitir uma informação, se preserva no meio de imagens, vídeos e das novas características de uma rádio que é expandida.

Esta pesquisa foi realizada com métodos quantitativos e qualitativos, seguindo os estudos de Bauer e Gaskell (2002) e Duarte (2005). No quantitativo, aplicamos um questionário com perguntas fechadas e semi-abertas. Decidimos aplicar o survey dentro de uma amostra intencional, ou seja, direcionado às pessoas que trabalham nessas rádios ativas de Caruaru, de modo que fossem analisadas as características gerais dos trabalhadores das rádios, dos gêneros radiofônicos mais recorrentes e da participação da rádio na internet.

Na parte da pesquisa qualitativa, realizamos entrevistas presenciais, por telefone e por canais digitais e virtuais, como o do endereço eletrônico. Para o levantamento das grades de programação de algumas das rádios, foram realizadas radioescutas, visto que

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

nem todas as rádios providenciaram sua programação pelo questionário, e nem elas estavam disponíveis nos sites oficiais das emissoras. A partir da metodologia utilizada, foi possível delinear os perfis das rádios abordando a sua memória, os gêneros mais utilizados, a grade de programação de cada emissora e avaliar a presença dessas rádios nos meios digitais.

PERFIS DAS RÁDIOS

Foi observado que, hoje, as rádios estão, de uma forma geral, bem adaptadas ao ambiente virtual, uma vez que todas as 10 emissoras estão presentes no mundo virtual por meio de espaços em redes sociais e sete possuem aplicativos permitindo que a audiência possa ouvir a rádio on-line, comentar sobre os programas, conferir a grade de programação, entre outros. 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.

A Rádio Cidade é uma das mais integradas à realidade virtual. Estamos fazendo um levantamento dos gêneros que ela está trazendo da televisão para o rádio, uma vez que 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. Até porque ele está sendo veiculado para o dial tradicional e para os espaços que a Cidade tem na internet. Assim, ela faz com que os gêneros radiofônicos tradicionais dialoguem com os gêneros televisivos.

Esse novo método de fazer conteúdo da rádio, relacionando imagens e vídeos, está se mostrando crucial para o surgimento de novos gêneros. O repórter de rádio, atualmente, também se preocupa com a sua imagem. O que antes seria um stand-up restrito à televisão, por exemplo, hoje se mistura com um flash da rádio. Nele, o repórter aparece no vídeo para apresentar o seu texto não só com áudio, mas, também, com

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

imagem. Mas este mapeamento, dos novos gêneros, só iremos apresentar no relatório final.

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 também temos acesso às imagens do estúdio e das externas, a maioria da sua audiência ainda sintoniza principalmente no rádio tradicional. Isso pode se justificar pela tradição de consumo de rádio no interior de Pernambuco e pela idade da audiência, onde 58% são mulheres de 40 a 49 anos, como indicam pesquisas feitas pela emissora e contada, mas não mostrada, pela direção da empresa.

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.

Outra rádio que também chamou atenção na pesquisa foi a Rádio Liberdade. Ela é uma das emissoras mais antigas de Caruaru e foi, em 2019, a pioneira no uso do WhatsApp para interagir com seus ouvintes. Hoje, como já foi dito, esse é o canal de comunicação mais acessado pela audiência para entrar em contato com qualquer emissora. Outra inovação é que a Liberdade é uma das poucas rádios a produzirem conteúdos em podcast, adaptados à linguagem desse formato, respeitando a sua cultura de consumo, sem ser apenas uma transmissão na íntegra da programação.

A seguir, serão apresentados os perfis da Rádio Cidade e da Rádio Liberdade mais profundamente, já que são as principais emissoras de Caruaru a estarem no contexto de rádio expandido.

Rádio Cidade

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

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. Ela 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.

O jornalismo na Rádio Cidade está presente todas as manhãs das 7h às 12h, com entradas ao vivo das ruas da cidade, entrevistas e columnistas. Os principais gêneros da programação são o jornalístico, esportivo e musical.

Como está inserida no contexto do rádio expandido, a Rádio 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 chamada para o conteúdo mais noticioso. A Rádio Cidade também possui um aplicativo que transmite seus programas ao vivo, onde o ouvinte escolhe se quer ouvir e/ou assistir os programas.

Quanto ao público, embora a rádio esteja presente nas mídias digitais e virtuais, a maioria das pessoas permanecem apenas no dial, em função dos hábitos da audiência do interior de Pernambuco. Eles, contudo, observam um crescimento da audiência pelas redes sociais. Uma possível justificativa para essa situação pode ser a faixa etária dos ouvintes, que está entre 40 e 49 anos, composto principalmente por mulheres (58%), como indicam pesquisas encomendadas pela emissora. Ao todo são 35 profissionais

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

trabalhando no veículo, a maioria jornalistas ou radialistas formados e, desse grupo, parte é composta por estagiários.

Programação Rádio Cidade 99,7 FM*

Hora	Programa	Gêneros Radiofônicos
5h às 7h	Acorda Caruaru	Entretenimento (musical)
7h às 8h	Jornal da Cidade	Jornalístico (noticiário)
8h às 11h	Manhã da Cidade	Jornalístico e de Entretenimento
11h às 11:30h	Cidade Entrevista	Jornalístico (entrevistas)
11:30h às 12h	Futebol na Cidade 1º tempo	Jornalístico (Esportivo)
12h às 13h	Pra Relaxar	Entretenimento (musical)
13h às 15h	Toca Todas	Entretenimento (musical)
15h às 17h	Top Mix Cidade	Entretenimento (musical)
17h às 18h	Futebol na Cidade 2º tempo	Jornalístico (Esportivo)
18h às 19h	Inhaê	Entretenimento
19h às 20h	A Voz do Brasil	Jornalístico (radiojornal)
20h às 00h	Vai Pedir o Quê?	Entretenimento (Musical)
00h às 5h	Na Cola do Vigia	Entretenimento (Musical)

*Elaboração própria

Rádio Liberdade

A Rádio Liberdade de Caruaru recebe o nome fantasia de Liberdade FM, sendo uma das rádios mais antigas do município, ela foi fundada durante a ditadura militar, no dia 10 de outubro de 1965, recebendo desde sempre esse nome ousado para a época:

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

Liberdade. Seu fundador foi Luiz Lacerda, que veio a óbito em 15 de outubro de 2019 aos 94 anos, logo após a sua emissora completar 54 anos, deixando-a sob o comando da sua família.

O primeiro slogan da rádio foi “Liberdade FM, o som colorido na cidade”, mas depois mudou para “Na Liberdade é bem melhor”. A programação da emissora é totalmente ao vivo, exceto no horário de meia-noite até às 4 da madrugada. Ela também produz a maioria dos seus programas, com exceção do Programa do Mução, que é retransmitido. Na grade de programação, o gênero predominante é o musical e o jornalismo na rádio é abordado de hora em hora com notícias de Caruaru, dos municípios vizinhos e, em menor quantidade, do estado ou do país.

Ela não apenas 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 fundamentais do rádio expandido, a do armazenamento dos programas, que podem ser acessados a qualquer hora e em qualquer lugar.

A rádio é integrada à internet, onde transmite, também, a sua programação on-line, possuindo, inclusive, um aplicativo exclusivo da Rádio Liberdade que pode ser encontrado na PlayStore. A emissora transmite seu conteúdo pelo site da rádio (liberdade.com.br) e faz lives no Facebook ([/RadioLiberdadedeCaruaru](https://www.facebook.com/RadioLiberdadedeCaruaru)) dos seus programas. Em se tratando de mídias sociais, além do Facebook, ela também está no Instagram ([947liberdade](https://www.instagram.com/947liberdade)), no YouTube ([@radioliberalidadecaruaru6395](https://www.youtube.com/@radioliberalidadecaruaru6395)), no Twitter ([@947liberdade](https://www.twitter.com/@947liberdade)) e no WhatsApp (81.98214-7247). Ela foi a emissora pioneira a usar o WhatsApp, em 2019, e hoje ela recebe uma média de 650 chamadas por dia dos seus ouvintes.

A rádio produz conteúdos adaptados para cada rede social, no Facebook, rede social de maior engajamento da emissora, a maior parte do conteúdo divulgado é voltado para o entretenimento, no Instagram são veiculados conteúdos voltados para o jornalismo, no Twitter a preferência é veicular notícias rápidas linkando para o site oficial da rádio. Em todas as redes sociais os ouvintes têm a possibilidade de entrar em contato com a rádio, além do e-mail e telefone.

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

Programação Rádio Liberdade 94,7FM*

Hora	Programa	Gêneros Radiofônicos
00h às 2h	Madrugada Liberdade	Entretenimento
2h às 4h	Arraial do Ivan Bulhões	Entretenimento
4h às 6h	Forró na Liberdade	Entretenimento
6h às 8h	Show da Cidade	Jornalístico e Entretenimento
8h às 11h	Telemúsica	Jornalístico e Entretenimento
11h às 15h	Ligação Direta	Entretenimento
15h às 17h	Disk & Tok	Entretenimento
17 h às 18h	Mução	Entretenimento
18 às 19h	Flashback	Entretenimento
19h às 20h	A Voz do Brasil	Jornalístico
20h às 00h	A Noite é Nossa	Entretenimento

*Elaboração própria

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No total, existem 10 emissoras de rádio operando regularmente no município de Caruaru, mas apenas oito responderam ao questionário até a data deste relatório parcial. As emissoras que faltam para que se conclua todos os perfis são a Rede Brasil e a Jovem Pan, que não retornaram contato. Ao considerar as informações fornecidas pelas oito emissoras que já contribuíram para este trabalho científico, elaboramos os perfis atualizados delas, presentes neste relatório parcial, e já sinalizamos para a participação desses veículos no mundo virtual e digital on-line.

É possível observar, em comparação à pesquisa de Santos, Silva e Oliveira (2019), que as rádios de Caruaru se integraram ainda mais a esse novo modo de

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

transmitir seus conteúdos, 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, que é a base de nossa pesquisa. Ele aponta diversas características do rádio expandido que são observadas nas rádios caruaruenses. A característica mais marcante, avaliada por esta pesquisa, foi o aumento da interatividade, que desencadeou numa maior participação do público na construção de uma programação plural, de modo que a rádio tenha cada vez mais a “cara do povo”.

Um caso marcante dessa relação próxima entre emissora e ouvinte é a Rádio Liberdade, que foi a pioneira no uso do WhatsApp em Caruaru. Hoje, ela conta com uma média de 650 mensagens por dia, que são enviadas para pedir músicas, fazer denúncias, dar feedbacks, etc. Um pioneirismo que deu muito certo, já que o uso do WhatsApp, hoje, virou regra. Observamos que todas as rádios usam o WhatsApp como principal meio de comunicação em busca de um contato mais próximo com os seus ouvintes.

Em relação aos gêneros de rádio tradicionais, apresentados por Barbosa Filho (2003) no gênero jornalístico, como nota, notícia (flash), boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal (jornal falado), documentário, debates, programas policiais e esportivo e divulgação tecnocientífica, pesquisamos que eles 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, como os televisivos. Esses novos gêneros, que ainda estamos mapeando e apresentaremos no relatório final, mesclam os gêneros radiofônicos com os televisivos, criando algo completamente singular, visto que, hoje, as emissoras de rádio também têm uma preocupação a mais com o uso da imagem. A Rádio Cidade, por exemplo, faz uso dos stand-ups da televisão para transmitir notícias com o repórter na rua, quando o repórter fala olhando para a câmera, como faz, normalmente, na televisão. Essa mudança de comportamento introduziu, nos gêneros das rádios tradicionais, possibilidades narrativas que extrapolam o dial.

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.

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.

FIGUEIREDO, Carolina; PEREIRA, Éden; GOMES, Fábila & 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 hipermediático: 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 Borges de. **O inventário do rádio: memória e gêneros radiofônicos em Caruaru**. Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2019, Belém/Pará.

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: cecilia.souzas@ufpe.br.

³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: sheila.boliveira@ufpe.br.