
Do FM para o digital: uma análise da transmissão do Brasileirão pela Rádio Conti em Cuiabá¹

Jenisson BARTNISKI²

Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Cuiabá, MT

Luãn CHAGAS³

Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Cuiabá, MT

Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Guarapuava, PR

RESUMO

Este trabalho explora a adaptação e expansão do rádio (Kischinhevsky, 2016) na era digital, destacando sua plataformização (Van Dijck; Poell; Wall, 2020). O rádio, antes limitado às ondas hertzianas, agora se beneficia das plataformas digitais, ampliando sua audiência e interação. Em Cuiabá, o retorno de um time elite do futebol demonstrou a capacidade do meio de se adaptar às novas tecnologias e manter sua relevância. Por meio de uma análise de conteúdo (Sampaio; Lycarião, 2021) observamos a cobertura da Rádio Conti, que utilizou múltiplas plataformas para transmitir jogos, enfatizando a convergência midiática e a interação com os ouvintes (Lopez, 2010).

PALAVRAS-CHAVE: Rádio expandido; Plataformização; Brasileirão; Cuiabá.

INTRODUÇÃO

O rádio vai acabar? Apesar dos frequentes discursos prevendo seu fim, o rádio tem se expandido e migrado para além das ondas hertzianas (Kischinhevsky, 2016). Se antes a transmissão por Amplitude Modulada (AM) e Frequência Modulada (FM) eram as únicas formas na oferta de conteúdo, hoje as rádios têm se aproveitado das plataformas digitais, alcançando outros dispositivos móveis. É importante ressaltar que, mesmo expandindo, o rádio mantém sua característica intrínseca, fundamentando-se em sua base sonora e não perdendo sua essência (Lopez, 2010).

Apesar dessa evolução, o rádio conseguiu se adaptar à convergência midiática e continua sendo um dos meios de comunicação mais consumidos no país (Ferraretto, 2014). Ele é “uma espécie de companheiro do ouvinte, algo que está próximo no dia a dia” (Ferraretto, 2014, p. 26). De acordo com o *Inside Audio*, divulgado pela Kantar

¹Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Mestrando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFMT, e-mail: jenibartniski@gmail.com.

³Doutor em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) com estágio doutoral na Universidad Complutense de Madrid. É professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMT e do Campus Guarapuava da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), e-mail: luaanchagas@gmail.com.

Ibope Media (2023)⁴, 80% dos entrevistados em 13 regiões metropolitanas consomem rádio. Destes, 76% acreditam que o meio está se modernizando em termos de conteúdos e formatos. Além disso, 90% dos entrevistados afirmaram ter ouvido algum formato de áudio.

Nesta nova realidade, o rádio em Cuiabá reacendeu uma paixão com o retorno de um time mato-grossense à primeira divisão nacional após 35 anos. “Até o fim da década de 1990, o futebol tinha ampla projeção em programas radiofônicos e, como consequência, ocupava o coração da população de Mato Grosso, principalmente em Cuiabá” (Barros, 2020, p. 18). Com o retorno de um time à elite do futebol, as emissoras comerciais da capital se organizaram para transmitir os jogos do Cuiabá, recuperando a presença esportiva que já tiveram no estado, como apontam Antero Paes de Barros e Edvaldo Ribeiro (2020)⁵, ressaltando que o rádio e o futebol outrora andavam juntos.

CRESCENTE EXPANSÃO E ADAPTAÇÃO DO RÁDIO

A evolução do FM para o digital está diretamente ligada ao desenvolvimento tecnológico, que tem ampliado as opções para os consumidores e impactado o centenário meio de comunicação do rádio (Bianco, 2010). Se no passado a única forma de consumo era através das frequências AM e FM, hoje nos deparamos com uma possibilidade de escuta expandida, incorporando também as plataformas digitais. Kischinhevsky (2016, p. 13) observa que “o rádio é hoje um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais”. Isso nos leva a buscar ativamente o número de curtidas, comentários e compartilhamentos dos conteúdos (Kischinhevsky, 2016).

Atualmente, o ouvinte deixou de ser um mero receptor para se tornar uma figura participativa. Chagas (2017, p. 29) destaca que a transmissão de informação do rádio “foi expandida para além do áudio”. Assim, o rádio não é apenas som (Ferraretto; Kischinhevsky, 2010), é um conjunto de elementos que, juntos, permitem que essa expansão e a multiplicidade de ofertas de conteúdo tornem o rádio um meio

⁴ *Inside Audio*, divulgado pela Kantar Ibope Media (2023). Disponível em: <https://kantaribope.com/conteudo/estudo/inside-audio-2023/>. Acesso em: 25 de maio 2024.

⁵ Entrevista concedida a edição 2019.2 do Jornal SôFoca do curso de Jornalismo da UFMT. Disponível em: https://issuu.com/jornalsofoca/docs/sofoca_2019_-_finalizado. Acesso em: 25 de maio 2024.

constantemente consumido, seja de forma tradicional ou através das diversas plataformas digitais existentes.

Observamos, assim, uma preocupação das emissoras de rádio em oferecer uma plataforma digital para seus ouvintes (que agora também são internautas) como apoio para o consumo de sua programação, disponibilizando notícias, enquetes e hiperlinks direcionados para suas redes sociais. Com base nessa mudança, Lopez (2010) apresenta o conceito de ouvinte-internauta: “o rádio não fala para um ouvinte passivo, mas para alguém que deseja participar, contribuir – mais do que o fazia até então” (2010, p. 115). Com as rádios cuiabanas, não é diferente. A expansão é evidente quando o conteúdo radiofônico emerge nas plataformas digitais, possibilitando uma nova interação com os consumidores, independentemente de sua localização geográfica (Quadros; Lopez, 2015).

PLATAFORMIZAÇÃO DO RÁDIO

O mundo está plataformizado (Van Dijck; Poell; Wall, 2020). De maneira quase inconsciente, consumimos inúmeras plataformas disponíveis em nosso dia a dia, seja para nos deslocarmos, alimentarmos ou até mesmo escutarmos nossos conteúdos sonoros. Dos aplicativos na palma da mão às redes sociais, esse avanço transformou a vida em sociedade. Grohmann (2020) nos convida a refletir sobre essa plataformização como uma dependência crescente das plataformas digitais.

Assim como a relação do rádio tradicional com as plataformas digitais permitiu sua expansão e o surgimento de uma escuta participativa, a plataformização “também envolve a reorganização de práticas e imaginários culturais em torno dessas plataformas” (Van Dijck; Poell; Wall, 2020, p. 5). Essa expansão modifica a forma como interagimos com o rádio, introduzindo novos funcionamentos.

Dentro dessa plataformização, o rádio ainda se configura como o principal meio de comunicação em Mato Grosso. Em uma cartografia realizada por Chagas (2021), identificaram-se 159 emissoras em 52% dos 141 municípios do estado. Nas redes sociais, essas emissoras também estão presentes. A Rádio Conti, por exemplo, mesmo tendo interrompido seu funcionamento em Cuiabá⁶, registra 2,54 mil inscritos no

⁶ O *dial* 103.7 em Cuiabá foi arrendado para a Rádio FM O dia. A Rádio Conti segue com suas rádios no interior do estado de Mato Grosso. Disponível em:

YouTube e 3,8 mil seguidores no Facebook⁷. Isso demonstra uma preocupação em expandir o alcance, indo além do FM e emergindo nas plataformas digitais.

BRASILEIRÃO PELA RÁDIO CONTI

O *corpus* deste trabalho foi analisado utilizando a Análise de Conteúdo (AC) proposta por Sampaio e Lycarião (2021), que emprega métodos para descrever e interpretar os fenômenos observados durante a análise. Optamos por investigar um jogo transmitido pela Rádio Conti, emissora que estreou em Cuiabá em 2020⁸ e, em 2021, começou a transmitir as partidas do Cuiabá Esporte Clube com a ascensão do time no Brasileirão. O período analisado é o ano de 2022, quando houve a retomada integral da presença de torcedores nos estádios após a pandemia de coronavírus.

Baseando-se na AC, esta análise se concentra em três aspectos principais: 1. Canais de transmissão; 2. Dinâmica da equipe; 3. Interatividade com o público. O jogo selecionado para análise foi o confronto entre Cuiabá e Avaí Futebol Clube, da 34ª rodada do campeonato⁹, que registrou o maior número de visualizações no YouTube quando o time auriverde foi mandante.

A **convergência** e a consequente **expansão do rádio** pensada por Kischinhevsky (2016) tornam-se visíveis já no momento em que a tela da transmissão é mostrada, indicando sua difusão por meio de plataformas digitais como YouTube, aplicativo da rádio e Facebook. Há, inclusive, um QR-code para quem estiver acompanhando baixar o aplicativo, num esforço de atrair pessoas para o FM. A integração das diferentes plataformas é ressaltada pela fala “já estamos ao vivo, em imagens, no YouTube, no aplicativo e no Facebook” (0:05). Além disso, mesmo aproveitando as possibilidades sem fronteiras da internet, o narrador menciona as cidades que também sintonizam a transmissão via frequência modulada: Cláudia, Barra

<https://tudoradio.com/noticias/ver/30022-fm-o-dia-marca-estrela-em-cuiaba-para-o-dia-9-de-outubro>. Acesso em: 10 de jun 2024.

⁷ Dados retirados das plataformas digitais YouTube (<https://www.youtube.com/c/R%C3%A1dioConti/featured>) e Facebook (<https://www.facebook.com/RadioConti?mibextid=ZbWKwL>). Acesso em 10 jun 2024.

⁸ Rádio Conti estreia em Cuiabá em 2020. Disponível em: [https://tudoradio.com/noticias/ver/24450-rede-conti-estrela-fm-no-dial-de-cuiaba-a-partir-desta-segunda-feira-16#:~:text=2020%20%40%2013%3A14-Rede%20Conti%20estrela%20FM%20no%20dial%20de%20Cuiab%C3%A1_dest%20segunda%20feira%20\(16\)&text=O%20tudoradio.com%20publicou%20hoje.FM%20da%20capital%20mato%20Dgrossoense](https://tudoradio.com/noticias/ver/24450-rede-conti-estrela-fm-no-dial-de-cuiaba-a-partir-desta-segunda-feira-16#:~:text=2020%20%40%2013%3A14-Rede%20Conti%20estrela%20FM%20no%20dial%20de%20Cuiab%C3%A1_dest%20segunda%20feira%20(16)&text=O%20tudoradio.com%20publicou%20hoje.FM%20da%20capital%20mato%20Dgrossoense). Acesso em: 10 de jun 2024.

⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gb0HoGog6fA&t=531s>. Acesso em: 10 de jun 2024.

do Garças, Nova Brasilândia, Terra Nova do Norte, Peixoto de Azevedo e São José do Rio Claro (5:10).

Nota-se que a **base sonora** (Lopez, 2010) desempenha um papel crucial na transmissão, destacando uma equipe que detalha minuciosamente os eventos do jogo. Um exemplo é o comentário sobre a violência nos estádios (8:49) e a atualização dos números da Covid-19 (9:39). A paisagem sonora é habilmente construída, com marcações precisas para o narrador “Reinaldo Silva, no esporte, audiência total” (10:23), tempo de jogo e placar (16:19). Além disso, há uma integração marcante entre FM e plataformas digitais: “Você também pode acompanhar essa transmissão pelo YouTube Rádio Conti. Inscreva-se e ative o sininho para receber notificações quando a bola estiver rolando” (16:51).

Durante a transmissão, observamos o **ouvinte fiel** (Ferraretto, 2014), que agora também é **internauta** (Lopez, 2010), manifestando-se em diversas ocasiões. Um exemplo é o ouvinte que estava presente na Arena Pantanal (15:21), mas continuou ouvindo seu rádio e participou através do WhatsApp, evidenciando um claro movimento de convergência. Há também aquele ouvinte que sente a necessidade de interagir pedindo abraços e inserindo-se na transmissão (28:04), além do que prefere acompanhar a transmissão radiofônica em vez de ir ao estádio, destacando o desânimo em comparecer pessoalmente e a preferência pela experiência através do rádio (30:16).

A **interação** (Chagas, 2017) é bastante evidente, como nos comentários do *chat* em que os internautas perguntam sobre o jogo, como fez Raimunda Furtado ao questionar “quem está melhor” (30:48), e o caso de Douglas Rodrigues, que perguntou “qual é a parcela de culpa que o técnico António Oliveira tem para a situação que o time do Cuiabá estava vivendo” (1:01:54). Essas interações criam uma conexão direta com o comentarista/repórter e com o plantonista/repórter.

Em tempos de redações reduzidas, onde profissionais são frequentemente requisitados a desempenhar múltiplas funções, é crucial destacar que a equipe de transmissão tinha além do narrador, o comentarista/repórter e o plantonista/repórter, que muitas vezes desempenham funções duplas. A equipe também inclui um operador

de áudio e um operador de vídeo. A forma de trabalho era as transmissões *off tube*¹⁰, mesmo em jogos na cidade de Cuiabá.

Por fim, para evidenciar essa **convergência do FM para o digital**, observamos muitos ouvintes/internautas de lugares além de Cuiabá, como Nobres (1:00:08), Nossa Senhora do Livramento (1:00:20) e Barra do Bugres (1:01:32), no estado de Mato Grosso. Também participaram ouvintes de outros estados, como São Paulo (1:17:16), Recife (1:49:30), Navegantes (1:54:54), Palmas (1:57:40) e Cabo de Santo Agostinho (1:57:43). Demonstrando a amplitude digital, até do Japão (53:21), localizado a 17.316 km de distância de Cuiabá, houve participação na transmissão, em consonância com o slogan da Rádio Conti: “Onde você estiver” (28:35). Este fenômeno reflete a convergência do rádio tradicional, que possibilita alcance e interação global através da plataformização.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Este trabalho ofereceu um recorte da pesquisa em andamento no mestrado, explorando a transição do rádio FM para o digital, com foco na transmissão do Brasileiro pela Rádio Conti em Cuiabá. A análise evidenciou a capacidade do rádio de se adaptar às novas tecnologias e plataformas digitais, ampliando seu alcance e interatividade. A reentrada de um time local na primeira divisão nacional mostrou-se um catalisador importante para a revitalização do interesse pelo rádio esportivo na região.

A Rádio Conti, ao utilizar múltiplas plataformas digitais, não só manteve, mas também ampliou sua audiência, demonstrando a eficácia da convergência midiática em proporcionar uma experiência mais rica e interativa aos ouvintes. Este estudo destaca a relevância contínua do rádio como meio de comunicação, mesmo em um cenário de crescente digitalização, e sublinha a importância de estratégias inovadoras para a sustentabilidade do rádio esportivo no futuro.

¹⁰ Transmissão *off tube* refere-se à prática onde os profissionais da emissora de rádio narram e comentam sobre eventos esportivos sem estar presentes fisicamente no local da partida. Em vez disso, eles utilizam recursos audiovisuais fornecidos pela transmissão televisiva ou por outras fontes remotas para acompanhar e relatar o evento ao vivo.

REFERÊNCIAS

BARROS, Gabriel. Rádio ganha força com avanços tecnológicos, mas vive silêncio esportivo em Mato Grosso. *Jornal SôFoca*, Cuiabá, 25 de mar. 2020. Disponível em: https://issuu.com/jornalsofoca/docs/sofoca_2019_-_finalizado. Acesso em: 25 de maio 2024.

BIANCO, Nélia R. Del. O Futuro do rádio no cenário da convergência frente às incertezas quanto aos modelos de transmissão digital. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v. 12, n. 1, 2010. Disponível em: <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/78>. Acesso em: 25 maio 2024.

CHAGAS, Luãn. Rádio Expandido e o Jornalismo: as redações radiofônicas na fase da multiplicidade da oferta. **Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília**, v. 10, n. 1, p. 29-45, 27 jun. 2017. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/7456>. Acesso em: 25 maio 2025.

CHAGAS, Nayara Silva. **Cartografia do rádio em Mato Grosso: um estudo exploratório sobre os desertos noticiosos**. 2021. 42 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) - Universidade Federal de Mato Grosso, Faculdade de Comunicação e Artes, Cuiabá, 2021.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio – Teoria e prática**. SP: Summus, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio (verbetes). In: MELO, José Marques de (Org.). **Enciclopédia Intercom de Comunicação – Dicionário Brasileiro do Conhecimento Comunicacional**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2020. p. 1009-1010. Volume 1.

GROHMANN, Rafael. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura - Eptic**, [S. l.], v. 22, n. 1, p. 106–122, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/12188>. Acesso em: 16 set. 2023.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2016.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã: LabcomBooks, 2010.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras - estudos midiáticos**, v. 22, n. 1, 2020, p. 2-10. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01>. Acesso em: 25 de maio 2024.

QUADROS, Mirian; LOPEZ, Debora Cristina. O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 22, n. 3, p. 164–181, 2015. DOI: 10.15448/1980-3729.2015.3.20523. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20523>. Acesso em: 25 maio 2024.



SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. **Análise de conteúdo categorial:** manual de aplicação. Brasília: Enap, 2021.