

A cobertura esportiva do rádio pela internet no Agreste de Pernambuco¹

Emanuele Dayane dos Santos²
Sheila Borges de Oliveira³
Universidade Federal de Pernambuco

RESUMO

Apresentamos uma pesquisa em andamento com o mapeamento das webrádios, emissoras que operam exclusivamente na internet, que fazem a cobertura esportiva no Agreste de Pernambuco. Das 200 rádios localizadas, 88 são on-line e sete exibem conteúdo esportivo. A pesquisa é apoiada pelo Programa de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic), da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Os conceitos teóricos utilizados foram os de rádio expandido (Kischinhevsky, 2016), gênero radiofônico (Barbosa Filho, 2003), rádio hipermediático (Lopez, 2009) e webrádio (Prata, 2012). O método é o da pesquisa qualitativa com base em Minayo (2015).

PALAVRAS-CHAVE: Rádio expandido, Webrádio, Cobertura Esportiva, Agreste de Pernambuco.

INTRODUÇÃO

As transmissões esportivas no rádio sempre desempenharam um papel essencial na democratização do acesso aos eventos esportivos no Brasil. Desde o início do século XX, o rádio tornou-se uma instituição social e cultural, especialmente através da popularização do futebol, esporte que rapidamente se enraizou na identidade nacional. Nardo (2021) destaca que o rádio esportivo representa uma tradição democrática que continua se reinventando diante dos avanços tecnológicos e das mudanças nos hábitos de consumo.

O panorama atual do consumo de áudio no Brasil, revelado pela pesquisa

¹Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GTNE04 - Comunicação e Esporte), evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

²Estudante do curso de Comunicação Social, do Centro Acadêmico do Agreste, da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: emanuele.dayane@ufpe.br

³Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da UFPE, e-mail: sheila.boliveira@ufpe.br.

Inside Audio 2024, da Kantar IBOPE Media, mostra que o hábito de ouvir rádio ainda é muito forte. Apesar de uma leve queda na audiência, de 80% para 79% da população de 2023 para 2024, o consumo de conteúdos de áudio como um todo cresceu, abrangendo novos formatos como podcasts e serviços de streaming. O áudio, como aponta Adriana Fávaro em Hiram (2024), possui um poder singular de engajamento, sendo consumido de maneira íntima e imersiva, frequentemente com o apoio do vídeo, o que é observado no formato podcast. Segundo o levantamento, 91% dos brasileiros consomem conteúdos de áudio regularmente, com um tempo médio diário de quase quatro horas dedicadas apenas ao rádio.

Essa evolução do consumo se deve em parte à migração do rádio para o ambiente digital. A pesquisa aponta que 38% dos ouvintes alteraram seus hábitos devido à disponibilidade do rádio on-line. Ainda que plataformas como YouTube e Spotify estejam em ascensão, as rádios AM e FM tradicionais continuam liderando o consumo, representando 78% da audiência total. A expansão do rádio para plataformas digitais e a integração de novos formatos como áudio, texto, imagem, vídeo e interatividade exemplificam como o meio tem se adaptado às exigências contemporâneas.

Desde que chegou ao Brasil, no início do século passado, o rádio foi se transformando em uma instituição social e cultural. Inicialmente, predominavam as transmissões por ondas eletromagnéticas via antena. Para Ferraretto (2014), o conceito tradicional de radiodifusão foi reavaliado, ultrapassando as limitações das transmissões *hertzianas*. Com o avanço da tecnologia, o rádio se adaptou à era digital, resultando no surgimento das webrádios no final dos anos 90 e início dos anos 2000. Essas plataformas possibilitaram transmissões on-line, como rádios digitais e podcasts, que ampliaram o alcance e a interatividade com os ouvintes.

Para entender o que diferencia a rádio tradicional da webrádio, Prata explica:

O modelo de radiodifusão no Brasil prevê o sistema de concessão. Isto significa que a radiofonia é uma outorga do poder público: o governo permite às emissoras a exploração da frequência e, por outro lado, as emissoras têm que se submeter às regras governamentais para continuarem detentoras da concessão. Para fugir deste esquema, muitas emissoras têm procurado a internet para se abrigarem, já que não conseguiriam frequência hertziana. (Prata, 2008, p.72).

Enquanto as emissoras tradicionais utilizam as ondas de rádio para chegar

aos ouvintes e precisam seguir as regras do governo para operar, as webrádios utilizam a internet, permitindo que qualquer pessoa com conexão possa ouvir a programação de qualquer lugar e a qualquer momento. Isso não significa que o rádio tradicional esteja ausente na internet, muitas emissoras utilizam esses espaços virtuais, como sites e redes sociais, para expandir seu alcance. A diferença é que a webrádio está, exclusivamente, na internet.

Essas mudanças estão redefinindo o rádio, proporcionando aos ouvintes maior interação com o conteúdo e desfazendo a divisão entre produtores e consumidores. Este cenário favorece o fenômeno, denominado de rádio expandido, estudado por Kischinhevsky (2016).

É importante ressaltar que esta pesquisa, apresentada em parte aqui, é apoiada pelo Programa de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic), da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Ela está vinculada ao projeto “Inventário do rádio na Região Agreste de Pernambuco: memória, atualidade e perspectiva”, iniciado em 2019. A proposta é coordenada pela professora Sheila Borges de Oliveira, contando com a participação de alunos de graduação e pós-graduação da UFPE. Por meio dessa pesquisa, espera-se mapear as emissoras de rádio que operam nos 71 municípios localizados no Agreste de Pernambuco.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O embasamento teórico se dá a partir dos conceitos centrais do rádio contemporâneo para buscar compreender como as transmissões esportivas se adaptaram à nova realidade digital. Kischinhevsky (2016) define o rádio expandido a partir de cinco elementos: memória, personalização, multimidialidade, hipertextualidade e arquitetura de interação. A memória refere-se à capacidade de resgatar conteúdos antigos, como programas gravados ou podcasts. A personalização possibilita ao ouvinte criar perfis próprios e listas de reprodução. A multimidialidade combina diversos formatos como texto, áudio, vídeo e imagem.

Já a hipertextualidade conecta o conteúdo a outros textos, links e aplicativos, enquanto a arquitetura de interação permite ao público compartilhar, curtir e comentar em tempo real, tornando a experiência radiofônica mais dinâmica e participativa. Esses elementos já são visíveis nas práticas das rádios tradicionais analisadas em Caruaru,

como a CBN Caruaru, Cultura, Jornal, Jovem Pan e Cidade, que disponibilizam seus programas na internet, promovem interações nas redes sociais e enriquecem seu conteúdo com recursos visuais e audiovisuais. Na nossa pesquisa sobre as rádios webs, será necessário analisar os conteúdos e identificar os elementos presentes nas produções.

Lopez (2009), por sua vez, introduz o conceito de rádio hipermediático, que descreve a fusão entre a radiodifusão tradicional e as potencialidades da internet. Nesse modelo, o ouvinte torna-se também internauta, podendo interagir com o conteúdo, enviar comentários, participar de votações e acessar arquivos multimídia. Apesar da essência do rádio, o som, permanecer, a experiência é expandida com a experiência multiplataforma.

Para Prata (2008), as webrádios são um tipo de emissora que tem um novo modelo de radiodifusão, são independentes das ondas *hertzianas* e operam exclusivamente pela internet. Prata propõe uma classificação das rádios em três categorias: rádios tradicionais (*hertzianas*), rádios *hertzianas* com presença na internet e as webrádios puras, que são as que estamos estudando em nossa investigação acadêmica. Ela também observa a emergência de novos gêneros radiofônicos no ambiente on-line, como chats, enquetes, fóruns e interações via e-mail, indicando a hibridez característica das emissoras digitais.

No estudo dos gêneros radiofônicos utilizados pelas rádios esportivas, adota-se a classificação de Barbosa Filho (2003), que divide os conteúdos em sete grandes gêneros: jornalístico, educativo-cultural, de entretenimento, publicitário, propagandístico, de serviço e especial. No caso do rádio esportivo, o gênero jornalístico predomina, com os formatos boletins, reportagens, entrevistas, comentários e programas de debate esportivo.

Em Caruaru, cinco das rádios tradicionais destinam parte de sua programação ao mundo dos esportes. São quadros fixos na sua grade de programação, apresentados por uma equipe de jornalismo. Por meio desses programas, os ouvintes têm acesso a conteúdos como resenhas esportivas, análises táticas, debates em mesa redonda, reportagens de campo e cobertura detalhada dos eventos esportivos locais e regionais, com foco nos times e competições da região. As rádios possuem redes sociais, possibilitando, assim, que os ouvintes possam interagir de forma on-line.

No Agreste, até a presente fase da pesquisa, localizamos as seguintes webrádios que também têm programas esportivos: Cachoeirinha Web Rádio, ERS FM, Lan Conect Web Rádio, Rádio Agreste 1, Rádio Bom Sucesso/Caruaru, Rádio Capital do Agreste FM e Web Rádio Garoa. Apesar da webrádio seguir padrões parecidos com os das rádios tradicionais para organizar a grade de programação, ela se diferencia por estar exclusivamente na internet e oferecer conteúdo sob demanda, permitindo que os ouvintes possam acessar os programas no horário que quiserem.

METODOLOGIA

A pesquisa foi desenvolvida a partir de uma abordagem qualitativa, conforme Minayo (2015), que ressalta a importância de compreender os significados, valores e crenças que permeiam o comportamento humano. A primeira etapa do estudo consistiu em uma pesquisa bibliográfica aprofundada, com a leitura de autores-chave sobre webrádio, rádio esportivo e gêneros radiofônicos.

A segunda etapa envolveu a realização de um levantamento empírico que incluiu a escuta das rádios de Caruaru e das webrádios do Agreste, bem como a análise de seus conteúdos disponibilizados on-line. Foram utilizadas estratégias de rádio escuta sistemática, análise de sites e redes sociais, além da aplicação de um questionário estruturado com diretores e produtores das emissoras.

Este questionário, elaborado no âmbito do projeto "Inventário do rádio na Região Agreste de Pernambuco: memória, atualidade e perspectiva", teve como objetivo mapear a produção de conteúdo esportivo e identificar as estratégias de adaptação ao ambiente digital. A análise comparativa entre as rádios tradicionais e as webrádios focou-se em identificar as semelhanças e diferenças nas formas de produção, distribuição e interação dos conteúdos esportivos.

CONCLUSÃO

O gênero esportivo no rádio vai além da função informativa, exercendo um papel fundamental na construção de identidades culturais no Brasil, onde o futebol é visto como uma paixão coletiva. O rádio esportivo não apenas narra jogos e divulga resultados, mas também constrói narrativas que alimentam o imaginário popular, fortalecendo vínculos afetivos e criando memórias compartilhadas entre os ouvintes.

Essa conexão é intensificada pela possibilidade de interação direta, seja por ligações, mensagens ou pelas redes sociais, transformando o ato de ouvir em uma experiência comunitária.

Atualmente, o rádio esportivo ampliou seu alcance, adaptando-se às novas tecnologias. As narrações tradicionais agora também se desdobram em podcasts, transmissões on-line e webrádios, oferecendo maior liberdade para que o público escolha como, quando e onde acompanhar os eventos esportivos. Essa transformação está alinhada ao conceito de rádio expandido, que propõe uma experiência mais dinâmica, ultrapassando as limitações do rádio convencional e integrando-se ao cotidiano digital. Dessa forma, o rádio esportivo permanece como um espaço de debate e celebração, misturando paixão, tecnologia e tradição. Mais do que informar, emociona, conecta e transforma, consolidando-se como uma das formas mais autênticas de vivenciar o esporte.

Este mapeamento encontrou 88 webrádios no Agreste pernambucano, mas, até o momento, apenas sete possuem programas esportivos. Será necessário dedicar um tempo maior para ouvir a programação e montar a grade, já que ela não está disponível nas plataformas digitais. Muitos desses perfis não têm redes sociais atualizadas.

REFERÊNCIAS

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

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

HIRAM. **91% dos brasileiros consomem algum conteúdo de áudio no dia a dia - Kantar IBOPE Media**. Disponível em: <<https://kantariibopemedia.com/conteudo/91-dos-brasileiros-consomem-algum-conteudo-de-audio-no-dia-a-dia/>>. Acesso em: 7 mar. 2025.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais: mediações e interações em plataformas digitais de comunicação radiofônicas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 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.

LOPEZ, D. C. et al. **Audiência radiofônica: a construção de um conceito a partir da metamorfose do meio**. Ação Midiática - Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura, v. 10, p. 182-198, 2015. Disponível

em:<<http://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/43635>>. Acesso em: 5 jun. 2023.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 2015.

NARDO, Fernanda. **Futebol: o clássico do rádio. 13 mai. 2021.** Disponível em:
<<https://aerp.org.br/geral/futebol-classico-do-radio/>>. Acesso em: 1 out. 2024.

PRATA, Nair. **Webradio: Novos gêneros, novas formas de interação.** UFMG, 2008.
Disponível em:
https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/AIRR-7DDJD8/1/nair_prata_tese.pdf. Acesso em: 20
set. 2024.