

O Rádio na Cidade de Belo Jardim: Um Mapeamento dos Programas Radiofônicos no Interior de Pernambuco¹

Alice Gomes de França Silva²

Sheila Borges de Oliveira³

Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE

RESUMO

Este trabalho apresenta parte de uma pesquisa que analisa as rádios Bitury FM, Itacaité FM e Belo Jardim FM, na cidade de Belo Jardim, no interior do Agreste de Pernambuco, e conta com o apoio do Programa de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). O objetivo é elaborar um perfil dos veículos de rádio daquela cidade, através do mapeamento dos programas, da verificação dos gêneros mais utilizados e da presença destes meios na internet. Teoricamente, recorremos aos conceitos de gêneros radiofônicos de Barbosa Filho (2003), o de rádio expandido de Kischinhevsky (2016) e o de rádio hipermidiático de Lopez (2009).

PALAVRAS-CHAVE: rádio; Belo Jardim; gêneros radiofônicos; rádio expandido; rádio hipermidiático.

INTRODUÇÃO

O rádio é um meio de comunicação que exerce o papel não só de transmitir mensagens, mas, também, de propagar conteúdos necessários para a sociedade e ser um instrumento que dá voz às comunidades. Este veículo tornou-se pioneiro em Pernambuco, pois a Rádio Clube foi a primeira rádio a ser criada no Brasil, na cidade de Recife, capital do Estado, em 1919. Inicialmente, funcionava como uma sociedade de radioamadores, com duas horas de programação pela manhã e duas à noite, de forma experimental e sem fim comercial. Em 2019, ano em que se comemorou 100 anos de existência do rádio no Brasil, um documento, intitulado Carta de Natal, oficializou a Rádio Clube como a pioneira em transmissões radiofônicas (Alcar, 2019). Em 1923, a Rádio Clube foi reorganizada, sendo oficializada como uma emissora (Maranhão Filho, 1991).

Já a partir de 1932, com o Decreto-Lei nº 21.111, a propaganda comercial começou a ser implantada nas rádios, foi quando surgiu a concorrência e,

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Estudante de Graduação 8º semestre do curso de Comunicação Social, do Centro Acadêmico do Agreste da UFPE, e-mail: alice.gomesfranca@ufpe.br.

consequentemente, a busca pela profissionalização. Isso permitiu que outras emissoras se desenvolvessem e que fossem além das áreas metropolitanas, por exemplo, a Rádio Jornal do Comércio, que fundou outras sedes em diferentes cidades do Agreste, como os municípios de Caruaru, Pesqueira, Garanhuns e Limoeiro.

Com essa expansão, o rádio se interiorizou e se tornou um importante veículo de comunicação. Em Belo Jardim, por exemplo, cidade do Agreste pernambucano, temos três emissoras de rádio com outorgas do Estado: a Rádio Bitury FM (98,3), a Rádio Itacaité FM (88,1) e a Rádio Belo Jardim FM (104,9), sendo esta última uma emissora comunitária. A cidade, segundo o censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2022, tem aproximadamente 79 mil habitantes. Nesse contexto, esta investigação é importante para entender como esses veículos têm atuado no município, principalmente, agora no ambiente digital.

METODOLOGIA

A princípio, foi realizada uma pesquisa qualitativa, pois, de acordo com Marconi e Lakatos (2005), essa metodologia requer uma análise mais profunda do comportamento humano, como hábitos e atitudes dos diferentes pontos de vista. A adoção deste tipo de abordagem é fundamental para entendermos como o rádio atua no cotidiano e como impacta diretamente os moradores daquela cidade. Na fase inicial, fizemos um levantamento teórico de trabalhos que já exploram os conceitos ligados ao rádio, como o rádio expandido de Marcelo Kischinhevsky, o rádio hipermidiático de Débora Cristina Lopez e o de gêneros radiofônicos de André Barbosa Filho. E, a partir disso, procuramos entender como essas emissoras atuam na cidade, de que forma elas podem ser acessadas e como se dão as formas de interação com os ouvintes.

Em seguida, adotamos uma metodologia que se dividiu entre o acompanhamento da programação dessas rádios, por meio de rádio escuta e de busca na internet, particularmente no site, e a aplicação de um questionário padrão para as entrevistas com os produtores dos veículos, com 51 perguntas fechadas e semiabertas, para a partir dele, investigarmos todos os detalhes sobre as emissoras.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para entendermos como se dá a grade de programação de cada rádio, utilizamos

a abordagem de André Barbosa Filho (2003) sobre gêneros radiofônicos. O autor categoriza os gêneros em: jornalístico, entretenimento, educativo cultural, serviço, especial, propagandístico e publicitário. Para esse projeto, destacamos os gêneros jornalístico, de entretenimento e propagandístico, os quais todos se dividem em formatos. No jornalístico, são: nota, notícia (flash), boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal (jornal falado), documentário, debates, programas policiais e esportivo e divulgação tecnocientífica.

A centralidade da produção sonora dessas emissoras que atuam na internet está presente no conceito de rádio expandido de Kischinhevsky (2016), fundamental para entender como se dá o transbordamento dos conteúdos do rádio tradicional para outras plataformas digitais e virtuais. Nesse sentido, investigamos esse fenômeno nos veículos que operam em Belo Jardim, já que, com essa nova possibilidade, o rádio se torna cada vez mais atuante até mesmo em função da popularização da grande rede de computadores.

Uma das características do rádio expandido é a hipertextualidade, já que as informações podem ser acessadas através de links, fazendo com que haja uma distribuição maior dos conteúdos nas diferentes plataformas. Nesse caso, procuramos entender como as rádios da cidade, foco desta pesquisa, utilizam a internet para veicular suas programações e ter mais proximidade com os ouvintes.

Ainda segundo o autor, o rádio expandido possui mais quatro características: a multimídia, a personalização, a interatividade e a memória. A característica da multimídia ocorre quando o rádio não se limita mais ao áudio no *dial*, mas sim, se expande para outras plataformas. No caso de Belo Jardim, além do áudio, as emissoras que operam na internet fazem uso de imagens e vídeos que também são propagados pela grande rede.

A personalização e a interatividade andam juntas, já que atualmente o ouvinte pode decidir quando e como ouvir, até porque os conteúdos do seu interesse podem ser adaptados à sua realidade, fazendo com que o público se torne um co-criador ao enviar comentários, sugestões e até mesmo participar de transmissões ao vivo. Na cidade foco desta investigação, essas características aparecem, uma vez que as emissoras contam com redes sociais para uma maior comunicação direta com o público. Por último, temos a memória que o rádio expandido permite disponibilizar. Nos veículos de Belo Jardim,

os ouvintes podem acessar os conteúdos fora da transmissão ao vivo, escolhendo qual conteúdo mais lhe agrada por meio do site e redes sociais.

Lopez (2009) afirma que com a expansão desse espaço do rádio na internet, no ambiente que ela chama de rádio hipermidiático, o internauta participa, cada vez mais, dos programas das emissoras, buscando, discutindo e contestando informações, assim como conversando com o jornalista que está no ar. Esse espaço, agora integrado à internet e às redes sociais, além de trazer uma nova maneira de acesso aos conteúdos, permite ao espectador também conhecer outras informações sobre as emissoras, como o perfil dos comunicadores, a grade de programação detalhada, o endereço, entre outros.

CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto, desenvolvido com o apoio do edital Pibic/UFPE/CNPq, está ligado à outra pesquisa maior, intitulada “Inventário do rádio na Região Agreste de Pernambuco: memória, atualidade e perspectiva”, iniciada em 2019. A iniciativa, coordenada pela professora Sheila Borges de Oliveira, envolve estudantes de graduação e pós-graduação da Universidade Federal de Pernambuco. Por meio dessa investigação, pretende-se mapear as emissoras com outorgas concedidas pelo Governo Federal que atuam nos 71 municípios da Região Agreste de Pernambuco. Até o momento já foram traçados os perfis das rádios que estão atuando em Caruaru, Toritama e Bezerros.

Em Belo Jardim, localizamos a Rádio Bitury FM (98,3), a Rádio Itacaité FM (88,1) e a Rádio Belo Jardim FM (104,9), sendo esta última uma emissora comunitária. A Rádio Belo Jardim foi criada em 1998 e o proprietário desde sua inauguração é João Mendonça, ex-prefeito da cidade. Os gêneros mais comuns na programação são, principalmente, o de entretenimento, com programas musicais que ocupam quase toda a grade de programação, e o jornalístico, com os programas A hora da verdade e Programa Independente Notícias. Seu slogan atual é “A rádio da cidade” e seus principais comunicadores são Josué Figueira e Jorge Soares.

Apesar da rádio ser comunitária, o que impediria a veiculação de anunciantes, a Rádio Belo Jardim tem anúncios, identificamos alguns parceiros avulsos. Como é uma rádio comunitária, a cada 30 minutos tem um bloco de apoio cultural, que dura 30 segundos. Sobre os meios digitais, o veículo conta com Instagram (radiobjfm) e

Facebook (Rádio Belo Jardim FM 104,09), mas não há uma preocupação de manter o espaço atualizado com postagens ativas. Com isso, a comunicação com o ouvinte ocorre somente pelo WhatsApp (81 99725-5671) ou por ligação pelo celular, discando o número diretamente. Em relação ao site, a Belo Jardim FM não conta com um site próprio, mas o público consegue ouvir diretamente neste link (<https://www.rádios.com.br/aovivo/radio-belo-jardim-1049-fm/>), que é um site aberto de transmissão e veiculação de rádios cadastradas, sejam elas locais, nacionais ou internacionais.

Enquanto a Bitury FM é a primeira rádio inaugurada na cidade, no ano de 1958, mas que manteve o mesmo nome desde a sua abertura. Tem como proprietários atuais a associação de duas empresas, W1 Mídia e AB2, mas o veículo já teve outros proprietários, como Arthur Barbosa Maciel, o deputado federal José Mendonça e a Diocese de Pesqueira. Possui concessão comercial e reserva um tempo de comercial na programação de três horas diárias, mantendo como principais parceiros e anunciantes, marcas como Natto, Grupo Moura, Vitarella, Chevrolet e Honda. Entretanto, ela abre espaço para novas parcerias.

Seu slogan atual é “Aqui você tem mais” e seus principais comunicadores são Josa Leite, Igon Américo, Ednaldo Santos, Débora Cristina e Laetdson Silva. Todos eles são profissionais da comunicação, mas eles não têm nenhuma formação acadêmica. Os gêneros mais comuns são, principalmente, o entretenimento, com programas musicais que ocupam quase toda a grade de programação, e o jornalístico, com os programas RB Notícias, Janela Livre, com participação aberta da população, e Sessão da Câmara, com transmissão ao vivo das sessões.

Em relação aos espaços nos meios digitais, o veículo conta com Instagram (radiobitury) e Facebook (Rádio Bitury), ambos com postagens diárias, além do site (www.radiobitury.com.br), que é alimentado também diariamente com notícias de Belo Jardim, mas também com notícias nacionais e regionais, e do aplicativo (Rádio Bitury), disponível na Play Store, que funciona como um reprodutor do dial e que oferece a grade de programação. Atualmente, o meio de comunicação mais usado pelos ouvintes para entrarem em contato é o WhatsApp (81 98281-2555), onde ficam centralizadas todas as participações do ouvinte-internauta.

Por último, na rádio Itacaité FM ainda não conseguimos aplicar o questionário

com esse veículo, mas através da rádio escuta, identificamos algumas informações sobre a sua programação. Em relação às plataformas digitais, a rádio possui Facebook (Itacaité Difusão FM) e Instagram (itacaité_fm), mas estes espaços não são atualizados diariamente. Encontramos só postagens esporádicas. Além disso, a emissora também não tem site próprio, fazendo com que a Itacaité use como principal meio o WhatsApp (81 99395-5824) para interagir com seus ouvintes.

Ao apresentar o perfil das emissoras radiofônicas de Belo Jardim, a pesquisa contribui para a sociedade no sentido de que há uma ausência de informações atualizadas sobre as rádios que operam naquela cidade. Além disso, o projeto não está só voltado para as programações e os gêneros desses veículos, mas também para todos os fatores ligados à atuação, como sua função social e as formas de comunicação com os ouvintes. Portanto, é imprescindível que o rádio opere como um espaço democrático e inclusivo. Dentro desse aspecto, este é um trabalho inédito e de grande relevância, principalmente para o município, por compartilhar esses resultados com a sociedade.

REFERÊNCIAS

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

BITURY FM. **Nossa História**. Disponível em: <<https://radiobitury.com.br/nossa-historia/>>. Acesso em: 21 abr. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo do IBGE 2022**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pe/belo-jardim.html>. Acesso em: 21 abr. 2025.

ITACAITÉ FM. **Belo Jardim – Itacaité FM**. Disponível em: <<https://itacaitefm.com.br/portal/category/belo-jardim/>>. Acesso em: 21 abr. 2025.

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

MARANHÃO FILHO, Luiz. **Memória do rádio**. Recife: editora Jangada, 1991.

MARCONI, M.A ; LAKATOS, E.A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas 2003. MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 34. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. 108 p.