

# O RÁDIO PARA SE OUVIR, SENTIR E VER: OS GÊNEROS NO RÁDIO HIPERMIDIÁTICO E EXPANDIDO EM PERNAMBUCO

THE RADIO TO HEAR, FEEL AND SEE: THE GENRES IN THE  
HYPERMIDIATIC AND EXPANDED RADIO IN PERNAMBUCO

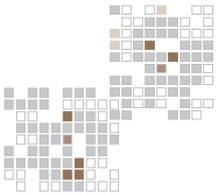
LA RADIO PARA ESCUCHAR, SENTIR Y MIRAR: LOS GENEROS EN LA  
RADIO HIPERMIDIATICA Y EXPANDIDA EN PERNAMBUCO

Sheila Borges de Oliveira

■ Doutora em Sociologia, mestra em Comunicação e especialista em História Contemporânea pela UFPE. Graduada em Jornalismo (Unicap) e Publicidade e Propaganda (UFPE). Vice-coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Inovação Social da UFPE. Professora adjunta do Núcleo de Design e Comunicação da UFPE.

■ *Doctora en Sociología, maestría en Comunicación y especialista en Historia Contemporánea por la UFPE. Licenciada en Periodismo (Unicap) y Publicidad (UFPE). Vicecoordinadora del Programa de Postgrado en Comunicación e Innovación Social de la UFPE. Profesor adjunto del Centro de Diseño y Comunicación de la UFPE.*

■ E-mail: sheila.boliveira@ufpe.br



## RESUMO

Em um cenário de convergência midiática, o rádio se expande (Kischinhevsky, 2016) ao transbordar o conteúdo das ondas hertzianas para a internet e os meios digitais, passando a formar um novo ecossistema. Neste contexto, o do rádio hipermidiático (Lopez, 2009), a audiência, agora ouvinte-internauta, provoca o veículo a criar novos gêneros. Ele segue como importante fonte de informação e entretenimento, mas passa a adotar estratégias que incorporam formatos antes só vistos na televisão. Neste artigo, analisamos o fenômeno social do rádio que é ouvido, sentido e visto em Pernambuco, no Nordeste do Brasil.

**PALAVRAS-CHAVE:** GÊNERO; RÁDIO HIPERMIDIÁTICO. RÁDIO EXPANDIDO; PERNAMBUCO.

## ABSTRACT

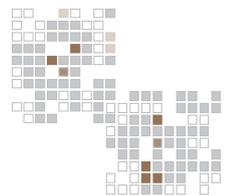
In a scenario of media convergence, radio expands (Kischinhevsky, 2016) by overflowing the content of the airwaves to the internet and digital media, starting to form a new ecosystem. In this context, that of hypermedia radio (Lopez, 2009), the audience, now a listener-internet user, provokes the vehicle to create new genres. It remains an important source of information and entertainment, but it starts to adopt strategies that incorporate formats previously only seen on television. In this article, we analyze the social phenomenon of radio that is heard in Pernambuco, in the Northeast of Brazil.

**KEY WORDS:** GENRE; HYPERMEDIA RADIO; EXPANDED RADIO; PERNAMBUCO.

## RESUMEN

En un escenario de convergencia de los medios de comunicación, la radio crece al desbordar el contenido de las olas hertzianas hacia la internet y los medios digitales, pasando a integrar un nuevo ecosistema. En este contexto, el de la radio hipermidiática, la audiencia, ahora oyente-internauta, provoca el vehículo a crear nuevos géneros. El continua como una importante fuente de información y entretenimiento, pero pasa a adoptar estrategias vistos solamente en televisión hasta entonces. En este trabajo, analizamos el fenómeno social de la radio escuchada, sentida y mirada en Pernambuco, al Noreste de Brasil.

**PALABRAS CLAVE:** GENERO; RADIO HIPERMIDIÁTICA; RADIO EXPANDIDA; PERNAMBUCO.



## 1. O pioneirismo de Pernambuco no rádio

**O**Inventário do rádio em Pernambuco: memória, atualidade e perspectiva é uma pesquisa, desenvolvida desde 2018, que atualiza os perfis das rádios comerciais, públicas, educativas e comunitárias que operam naquele Estado do Nordeste do Brasil. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), conforme o Censo 2022, Pernambuco tem 9.058.931 habitantes, sétimo estado mais populoso do país com uma área de 98.067,877 km<sup>2</sup>. Tem um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,719, o 15º entre os 27 estados brasileiros. Na Região Agreste pernambucana, Caruaru é a cidade polo de uma área que abrange outros 70 municípios. Tem 378.48 habitantes, segundo o IBGE, a quarta mais populosa do estado com uma área de 923,150 km<sup>2</sup>.

Este estudo, aqui exposto, tem 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). Neste artigo, apresenta-se parte do resultado da análise feita em Caruaru, que tem 10 emissoras ativas: Caruaru FM, Cultura, CBN Caruaru, Jornal, Jovem Pan, Liberdade, Metropolitana FM, Nova FM, Rede Brasil FM e Cidade. Para efetuar este mapeamento, o projeto foi contemplado com o Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica (Pibic/CNPq) nos períodos de 2018/2019 e 2022/2023 para as graduandas Rayanne Elisã da Silva Santos e Cecília Souza da Silva, do curso de Comunicação Social, da Universidade Federal de Pernambuco.

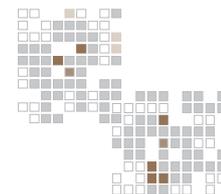
No mapeamento, só emissoras com outorgas de funcionamento, concedidas pelo Governo Federal, são incluídas, desconsiderando as que não são legalizadas e as que funcionam só na internet. Nele, os objetivos são: resgatar a memória, acompanhar o conteúdo, elaborar a

grade de programação, identificar os gêneros mais utilizados e investigar o surgimento de novos gêneros com o transbordamento do rádio para a internet.

Para obter as informações, o percurso metodológico utilizado foi a aplicação de questionários, a realização de entrevistas, o monitoramento por rádio escuta e a observação dos sites das emissoras, segundo Bauer e Gaskell (2002) e Duarte (2005). Em relação aos aportes teóricos, recorreu-se aos estudos de gêneros radiofônicos de Barbosa Filho (2003) e Prata (2012), rádio hipermediático de Lopez (2009), rádio expandido de Kischinhevsky (2016) e gêneros da televisão de Paternostro (1987). Antes de analisar os gêneros no cenário do rádio expandido e hipermediático, é importante reconhecer o papel de relevância de Pernambuco para a história da rádio no Brasil, visto que a primeira rádio criada no país foi em Recife, capital daquele estado.

Segundo Figueiredo *et al.* (2011), a Rádio Clube de Pernambuco foi inaugurada em 6 de abril de 1919 e era composta por um grupo de radioamadores que pertencia à Associação de Amadores de Rádio-Telegraphia e estudava as transmissões telegráficas e de telefones sem fio. Em 2019, quando o rádio completou 100 anos no Brasil, os pesquisadores reconheceram Recife como a cidade da primeira transmissão de rádio no país, por meio da Rádio 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, conforme Figueiredo *et al.* (2011). A Rádio Evangélica, criada em 1977, foi o pontapé 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 no Brasil.



## 2. O rádio hipermediático que se expande para novos gêneros

Para classificar e discernir o que é igual e o que é diferente, o ser humano busca padrões para conhecer o que pertence e o que não pertence a determinadas classes, grupos e categorias, a essas classificações podemos denominar de gênero. O linguista Charaudeau (2006, p. 204) propõe esta definição: “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”. Já Bakhtin (2003) traz o conceito para a comunicação, compreendendo-o como formas relativamente estáveis de enunciados em vários meios de se empregar a língua, de modo que soa tão natural ao ponto de sabermos diversos gêneros de discurso sem nem percebermos. Bakhtin (2003, p.282) ainda complementa, afirmando 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”.

No rádio, o conceito de gênero pode ser considerado como uma forma de acordo intrínseco na relação do produtor sonoro com o ouvinte, que, agora, também é internauta. Nesse diálogo, o produtor busca suprir a todo momento as expectativas da audiência em relação ao que eles desejam ouvir. Sendo assim, o respeito a essas convenções é essencial na produção de um conteúdo sonoro voltado para um ouvinte que, seguindo certos padrões de linguagem, busca encontrar o que, de fato, pretende consumir.

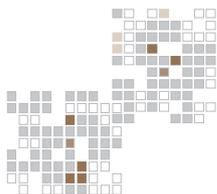
Barbosa Filho (2003) faz o seu recorte de gênero voltado para a atividade radiofônica em uma época na qual a internet não era tão atrelada ao consumo das mídias sonoras como nos dias atuais. Para o autor, os gêneros radiofônicos estão relacionados a uma função específica que exercem na programação do veículo, sendo

essa função estrategicamente articulada para agradar a audiência. Segundo o pesquisador, tais gêneros podem ser classificados em: jornalístico, entretenimento, educativo cultural, serviço, especial, propagandístico e publicitário.

Neste artigo, para analisar os gêneros mais utilizados na programação das rádios de Caruaru, vamos nos restringir aos jornalísticos, que são subdivididos em nota, notícia/*flash*, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal (jornal falado), documentário, debates, programas policiais e esportivo e divulgação tecnocientífica. Entre eles, vamos focar na classificação textual do que é notícia ou *flash*, um módulo básico da informação, escrita de forma curta com, no máximo, um minuto e meio, sem aprofundamento. Normalmente, produzida ao vivo, mas pode ser gravada para se utilizar na programação de modo que pareça que foi transmitida ao vivo.

Apesar de contemplar diversos formatos da produção sonora, Barbosa Filho (2003) categorizou os gêneros radiofônicos em uma época na qual a internet ainda não impactava no modo de se fazer o rádio, como se pode observar atualmente. Foi com o passar dos anos que, cada vez mais, as mídias convergiram tecnologicamente, segundo Jenkins (2014), e hoje é praticamente impossível imaginar uma emissora de comunicação, seja no rádio, no audiovisual, no impresso ou no digital, que não agregue os recursos da internet. Esse cenário criou uma nova cultura de conexões midiáticas e sociais, redefinindo o ecossistema da comunicação.

A convergência é analisada por Jenkins (2008) como um conceito importante para entender as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais do cenário contemporâneo dos meios de comunicação. O autor defende a ideia de que, nesse contexto, as velhas e novas mídias coexistem e produtores e consumidores interagem



mais. Seja para interagir com os ouvintes seja para armazenar, transmitir e divulgar sua programação, a internet impulsionou mudanças na produção das mídias sonoras.

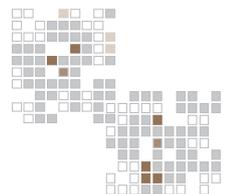
Considerando essa realidade, Prata (2012) analisa que a interação na chamada webradio faz emergir novos gêneros. Assim, identificou o e-mail, o *chat* em aberto (bate-papo virtual em aberto – *room-chats*), o *chat* reservado (bate-papo virtual reservado), o *chat* agendado (bate-papo agendado – ICQ), 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 videoconferência interativa, a lista de discussão (*mailing list*), o endereço eletrônico e o weblog (blogs, diários virtuais). Prata, contudo, não faz uma análise do uso da internet pelas rádios tradicionais investigando os gêneros em meio a esse novo ecossistema comunicativo no qual há um transbordamento do rádio *hertziano* para a internet e redes sociais, como é feita na pesquisa em parte aqui apresentada.

Foi nesse ambiente digital que o rádio assumiu algumas características típicas de outros meios de comunicação, como a televisão. Nas *lives*, que estão sendo produzidas por emissoras radiofônicas, é possível ver imagens e vídeos sendo elaborados para uma mídia na qual o áudio bastava. Alguns veículos, inclusive, têm um estúdio de rádio que se assemelha ao de um telejornal para veicular as notícias que eram feitas tradicionalmente para o radiojornal. A Rádio Cidade, uma emissora que iniciou em 2020 suas transmissões em Caruaru, tem trazido, por exemplo, para a grade de sua programação o *stand-up*, gênero informativo próprio da televisão. Para Paternostro (1987), o *stand-up* é feito pelo repórter de TV, ao vivo ou gravado, para transmitir informações sobre um fato. Normalmente, o profissional está no local do acontecimento e aparece na imagem em primeiro plano, um ritual que está sendo feito

pelos repórteres da Rádio Cidade, como será detalhado mais à frente.

O início dessas mudanças no ecossistema do rádio no Brasil começou nos anos 90 do século passado, quando as emissoras começaram a se integrar à internet disponibilizando informações sobre a grade de programação e o perfil dos comunicadores. A audiência passou, na mesma época, a buscar na internet fontes para se informar e se entreter, motivo que levou os veículos a incorporarem a rede mundial de computadores no seu dia a dia. Essa virada de chave cultural desencadeou uma mudança no perfil do ouvinte, como aponta Lopez (2009) na pesquisa sobre o rádio hipermidiático. O ouvinte se transformou em ouvinte-internauta para buscar fontes, cruzar dados, contestar informações, discutir temas, atualizar agendas e conversar com o comunicador que está no ar conduzindo o programa. O público de rádio já era conhecido por ter uma relação próxima com as emissoras e, após a internet, mais do que nunca o relacionamento entre a rádio e os seus ouvintes se tornou mais engajado com a mediação dos canais de diálogo surgidos com as redes sociais digitais e virtuais.

O aumento da interatividade é apenas uma das características que nasceu com essa hibridização do rádio com a internet a partir da popularização do uso dos dispositivos móveis e do acesso do ouvinte-internauta à grande rede de computadores. Para entender como isso funciona, é importante destacar o conceito de rádio expandido de Kischinhevsky (2016), que trata do transbordamento do consumo de rádio das ondas *hertzianas* para a internet e os meios digitais. O rádio expandido tem características inovadoras. Uma delas é a capacidade de multimidialidade, visto que imagens e vídeos também conseguem ser transmitidos junto com a programação em áudio pela grande rede digital e virtual. Outra característica é o hipertexto com *links* entre notícias que permitem ao ouvinte-internauta



ter um entendimento mais abrangente de determinado fato.

No rádio expandido, há uma maior personalização por parte da audiência, de modo que ela decide o que e quando quer ouvir, recebendo um tratamento adaptado aos seus interesses. A interatividade mais forte é uma dessas características marcantes do novo ecossistema radiofônico. Ele permite, ainda, a criação de um banco de dados para que se possa acessar os conteúdos que já foram ao ar, o que não era possível.

Lopez (2009, p. 49) também comenta sobre a ampliação da relação entre o ouvinte e o radiojornalista em espaços de interação para o jornalismo participativo com o estímulo de debates com os “fóruns de discussão, os campos para comentários e a inserção de jornalistas e comentaristas na blogosfera, entre outros”. O comportamento dos ouvintes, deixando de lado a antiga passividade e se tornando mais ativo na construção dos programas, só foi possível em função da adaptação das mídias às tecnologias digitais.

### 3. Percorso metodológico

Esta investigação foi realizada mesclando métodos quantitativos e qualitativos, seguindo Bauer e Gaskell (2002) e Duarte (2005). No quantitativo, aplicou-se um questionário com 51 perguntas fechadas e semiabertas. O *survey* foi aplicado dentro de uma amostra intencional, ou seja, direcionado aos profissionais que trabalham nas rádios ativas de Caruaru com o objetivo de que fossem analisadas as características gerais das emissoras, os gêneros radiofônicos mais recorrentes e a participação dos veículos na internet para se observar as mudanças que esse transbordamento causou nas estratégias narrativas das rádios em Pernambuco.

Na parte da pesquisa qualitativa, foram realizadas entrevistas presenciais, por telefone

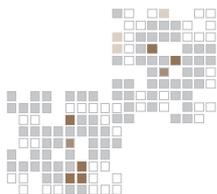
e por canais digitais e virtuais, como o do endereço eletrônico. Para o levantamento das grades de programação de algumas rádios, foram feitas radioescutas e pesquisas nos espaços das emissoras em redes sociais, visto que nem todos os veículos responderam o questionário disponibilizando a programação nem colocavam essa informação atualizada nos sites oficiais.

As concepções das entrevistas também podem ser estudadas a partir dos trabalhos de Bauer e Gaskell (2002) e Duarte (2005), que auxiliam a entender como o problema levantado pelo 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 abordando a memória, os gêneros mais utilizados e a grade de programação, além de avaliar a presença dessas emissoras nos meios digitais. A pesquisa sinaliza que todos os veículos utilizam o WhatsApp como principal ferramenta para manter o contato com os ouvintes. A maioria deles, no entanto, não aderiu ao *podcast*, que possibilitaria uma maior liberdade ao ouvinte para acessar o conteúdo que quer no horário que desejar, visto que os programas estariam armazenados em plataformas de reprodução de áudio ou no próprio site das rádios. Uma parte dos veículos realiza *lives* e transmissões simultâneas pelas redes sociais e canais do YouTube, o que sinaliza para a criação de novos gêneros radiofônicos a partir das estratégias narrativas próprias da TV, como veremos adiante.

### 4. Tradição e inovação no rádio de Caruaru

Até 2019, Caruaru tinha nove rádios em atividade na cidade: 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. Em 2020, surgiu a Rádio Cidade. A Caruaru FM é a única rádio do município com outorga para ser 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, 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”. A única maneira do público entrar em contato com a rádio é pelo WhatsApp.

A emissora está presente no Instagram (@caruarufm), no Facebook (/radiocaruarufm), no YouTube (@RadioCaruaruFM) e no WhatsApp (81.99155-1045). Ela não difere seu conteúdo para se adaptar às linguagens de cada um desses aplicativos. Recebe maior engajamento no Instagram, seguido pelo YouTube. A emissora não faz *lives* pelo Facebook para transmitir os programas. Também funciona pelo aplicativo Caruaru FM, mas apenas como um reprodutor do *dial*. Por conta do uso das redes, adota os gêneros da radioweb: o *chat* e a enquete para estabelecer um diálogo com os ouvintes.

A Rádio Cultura do Nordeste é a segunda rádio mais antiga de Caruaru, criada em 1958, e recebe o nome fantasia de Cultura FM. É uma emissora comercial. Os principais programas são o Comando Geral da Notícia, que é diário e tem a maior audiência. Já o Mesa Redonda realiza entrevistas semanais e busca debater os assuntos de maior destaque, recebendo personalidades da política local, estadual e nacional.

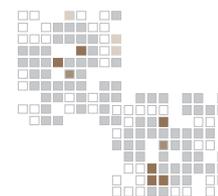
O gênero jornalístico é predominante na emissora. O primeiro slogan da rádio, em 1958, foi “A última da faixa, a primeira em popularidade”, que remetia à antiga frequência de

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 entra em contato pelo e-mail, WhatsApp, telefone, Twitter, Facebook e Instagram. Possui um aplicativo próprio que apenas transmite a programação ao vivo da rádio, que está, também, no site oficial, no YouTube e nas *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. Tem uma programação voltada para jornalismo, esportes e entretenimento. O slogan adotado, “Rádio Cidade: todo mundo ouve, todo mundo vê”, evidencia a preocupação da emissora não apenas com o conteúdo em formato de áudio, mas, também, com as imagens transmitidas nas *lives* e nas entradas ao vivo ou gravadas dos repórteres ao longo dos programas.

Os principais programas são o Jornal da Cidade e o Manhã Cidade, que são jornalísticos com entrevistas e colunistas para analisar os diversos assuntos com entradas ao vivo de repórteres e música. Inserida no contexto do rádio expandido, a Cidade realiza estratégias narrativas para transmissão em vídeo de toda a programação, por meio de *lives* que acontecem pelo YouTube (@RadioCidade997), Instagram (@cidade99.7) e site (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).

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 são 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. O primeiro slogan da rádio foi “Liberdade FM, o som colorido na cidade”. Depois, mudou para “Na Liberdade é bem melhor”. A programação é ao vivo, exceto no horário de meia-noite até às 4h da madrugada. Os gêneros predominantes são o musical e o jornalismo. 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 ([liberdade.com.br](http://liberdade.com.br)) e faz *lives* no Facebook ([/RadioLiberdadeCaruaru](https://www.facebook.com/RadioLiberdadeCaruaru)) dos seus programas. Além do Facebook, também está no Instagram ([947liberdade](https://www.instagram.com/947liberdade)), no YouTube ([@radioliberaldecaruaru6395](https://www.youtube.com/channel/UCradioliberaldecaruaru6395)), no Twitter ([@947liberdade](https://twitter.com/947liberdade)) e no WhatsApp (81.98214-7247). Foi a emissora pioneira em Caruaru no uso do WhatsApp em 2019. Produz conteúdos adaptados às redes sociais. No Facebook, entretenimento. No Instagram, o jornalismo. No Twitter, notícias rápidas.

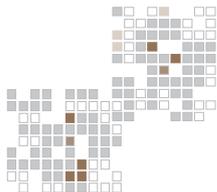
Mais conhecida como Rádio Metropolitana FM de Caruaru, ela se chama Metropolitana FM. Foi fundada em 1989 e, de lá para cá, teve diversos nomes, como Metro FM, AB FM, 98 FM até se tornar a Metropolitana FM. O principal programa jornalístico é o Jornal da

Metropolitana. Quanto à presença da emissora na internet, a programação é transmitida pelo site ([metropolitanafmcaruaru.com.br](http://metropolitanafmcaruaru.com.br)) e por *lives* via Facebook ([/MetropolitanaFmCaruaru](https://www.facebook.com/MetropolitanaFmCaruaru)), além de participar ativamente das redes sociais, com o Twitter ([@metropolitanafmcaruaru](https://twitter.com/metropolitanafmcaruaru)), YouTube ([@Metropolitanafmcaruaru](https://www.youtube.com/channel/UCMetropolitanafmcaruaru)), Instagram ([@metropolitanafmcaruaru](https://www.instagram.com/metropolitanafmcaruaru)) e WhatsApp (81.98299-0941). A emissora possui um aplicativo que transmite seus programas ao vivo.

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”. No início, a grade era composta de 75% de música e 25% de jornalismo, antes de se tornar exclusivamente uma emissora 100% voltada ao jornalismo.

A rádio é uma filial, mas produz conteúdos próprios. Os principais programas são elaborados localmente, como o CBN Total e o CBN Caruaru. É possível escutar a rádio via internet, através do site ([cbncaruaru.com](http://cbncaruaru.com)) ou eventuais *lives* via Facebook ([/cbncaruaru](https://www.facebook.com/cbncaruaru)). A interação com o público pode ser feita por qualquer rede social, como Facebook, Instagram ([@cbncaruaru](https://www.instagram.com/cbncaruaru)), Twitter ([@cbncaruaru](https://twitter.com/cbncaruaru)), YouTube ([@cbncaruaru](https://www.youtube.com/channel/UCbncaruaru)) e WhatsApp (81.98244-8990), além de telefone e e-mail.

Mais conhecida como Rádio Jornal Caruaru, a emissora se chama Rádio Jornal do Commercio, inaugurada 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”. A programação prioriza o conteúdo jornalístico, com programas policiais, comunitários e futebol. Os principais programas são A Hora da Justa, Papo Sem Pauta, Super Manhã e Além da Notícia.



A rádio pode ser acessada na internet, tanto pelo site ([radiojornal.ne10.uol.com.br](http://radiojornal.ne10.uol.com.br)), quanto por *lives* via Facebook ([/radiojornalcaruaru](https://www.facebook.com/radiojornalcaruaru)). 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). No Facebook e no YouTube, são realizadas as transmissões da programação. No Instagram, veiculadas notícias gerais e vídeos de apresentadores.

A Rede Brasil de Comunicação (RBC) é uma rede de rádio e TV ligada à Rede Estação. A emissora possui sua sede em Recife. A RBC forma um aglomerado de emissoras de Rádio e TV filiada à Igreja Evangélica Assembleia de Deus em Pernambuco (IEADPE). 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. Opera na frequência 102,5 FM. Anteriormente, era ocupada pela Estação 102. 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.

A Nova FM foi criada em 2009 e era conhecida como Fundação Canaã de Caruaru. Desde o surgimento, é voltada para o campo religioso. 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. A presença on-line da emissora acontece, principalmente, no Facebook ([/Radionovafmcaruaru](https://www.facebook.com/Radionovafmcaruaru)) com postagens para celebrar datas comemorativas, anunciar mudanças na grade de programação e fazer chamada para os ouvintes escutarem alguns dos programas. O WhatsApp (81.99819-5656)

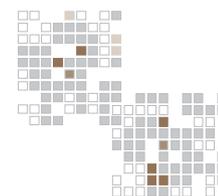
é o principal meio de contato com os ouvintes. Possui conta no YouTube (@NOVATVCaruaru) para transmitir programas via *lives* e postar trechos mais curtos da programação. Tem um aplicativo próprio.

A Jovem Pan tem a programação voltada para o público jovem. 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). 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 tem Twitter, embora esteja inativo.

De acordo com o site, 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 no qual o usuário pode selecionar os assuntos que tem interesse para passar a receber atualizações.

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 (Lopez, 2009) e expandido (Kichinhevsky, 2016). Ela, inclusive, está trazendo gêneros da televisão para o rádio. Tem feito os repórteres, que atuam na rua, adotarem rituais próprios da TV com o uso da câmera do celular e das câmeras com tripé e cinegrafista 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 ao elemento sonoro, está se mostrando crucial para o surgimento de novos gêneros radiofônicos.

O repórter de rádio, atualmente, preocupa-



se com a imagem e não apenas com o áudio. O que antes seria um *stand-up* (Paternostro, 2006) 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 (Barbosa Filho, 2003). Nele, o repórter entra ao vivo para dar uma informação só com o áudio. Agora, o áudio se une à imagem. Na Rádio 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. O slogan “Rádio Cidade: todo mundo ouve, todo mundo vê” evidencia a preocupação com esses dois elementos da narrativa: o áudio e a imagem.

Além da Rádio Cidade, que já nasceu com o propósito de atuar na internet, as outras emissoras, hoje, estão bem adaptadas ao ambiente virtual ao estarem presentes no mundo digital e virtual por meio de espaços em redes sociais, permitindo que a audiência possa ouvir

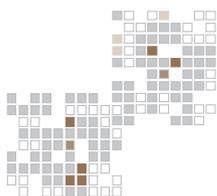
a rádio on-line para comentar os programas e conferir as grades de programação. Os canais de diálogo com os ouvintes são múltiplos. Dessa forma, a comunicação fica mais espontânea, aproximando-se ainda mais do ouvinte. Agora, ouvinte-internauta. Nessa interação, o uso do WhatsApp tem se popularizado entre o público com maior intimidade com a plataforma.

A pesquisa mostra que as rádios aderiram completamente as mensagens de áudio enviadas pelo público 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*. No quadro a seguir, apresentamos um resumo com os nomes das rádios de Caruaru, os gêneros mais utilizados e as formas de interação com os ouvintes-internautas.

312

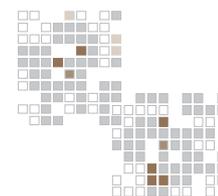
Quadro geral das emissoras de rádio de Caruaru

Rádio	Gêneros radiofônicos	Interação com ouvintes-internautas
Caruaru FM 104,9	Jornalístico (entrevista/noticiário/ boletim) e entretenimento (programa musical)	Site: <a href="http://caruarufm.com.br">caruarufm.com.br</a> / E-mail: <a href="mailto:caruarufm@hotmail.com">caruarufm@hotmail.com</a> / Telefone: (81) 37239955 / WhatsApp: (81) 99155-1045 / Instagram: (@caruarufm) / Facebook: (/radiocaruarufm) / YouTube: (@RadioCaruaruFM)
Cultura do Nordeste 96, 5 FM	Jornalístico (programa policial/ radiojornal/ boletim programa esportivo/ entrevista/noticiário/ debate) e entretenimento (programa musical)	Site: <a href="http://radioculturadonordeste.com.br">radioculturadonordeste.com.br</a> / E-mail: <a href="mailto:jornalismo@radioculturadonordeste.com.br">jornalismo@radioculturadonordeste.com.br</a> / Telefone: (81) 3721-1130 ou (81) 3722-1130 / WhatsApp: (81) 98109-1130 / Instagram: @radioculturadonordeste / Facebook: /RadioCulturadoNordeste / Twitter: @radioculturadonordeste / YouTube: @radioculturadonordeste96.5FM
Cidade 99,7 FM	Jornalístico (noticiário/ radiojornal/entrevista/debate/ programa esportivo) e entretenimento (programa musical)	Site: <a href="http://cidade997.com.br">cidade997.com.br</a> / E-mail: <a href="mailto:jornalismo@cidade997.com.br">jornalismo@cidade997.com.br</a> / Telefone: (81) 3721-1000 / WhatsApp: (81) 99878-0997 / Instagram: @cidade99.7 / Twitter: @Radiocidade997 / Facebook: / Radiocidade99.7 / YouTube: @RadioCidade997



Liberdade 94,7 FM	Jornalístico (noticiário/ radiojornal/entrevista/debate) e entretenimento (programa musical, de variedade e de humor)	Site: liberdade.com.br / E-mail: <a href="mailto:radio@liberdade.com.br">radio@liberdade.com.br</a> / Telefone: (81) 2103-1166 ou (81) 2103-1184 / WhatsApp: (81) 82147247 / Instagram: 947liberdade / Facebook: /RadioLiberdadeCaruaru / Twitter: @947liberdade / YouTube: @radioliberaldecaruaru6395
Metropolitana 94,1 FM	Jornalístico (noticiário/ radiojornal/entrevista/debate), entretenimento (programa musical) e propagandístico (programa religioso)	Site: metropolitafmcaruaru.com.br / E-mail: <a href="mailto:tony@metropolitafmcaruaru.com.br">tony@metropolitafmcaruaru.com.br</a> / Telefone: (81) 99556-4313 ou (81) 3722-1000 / WhatsApp: (81) 98299-0941 / Instagram: @metropolitafmcaruaru / Facebook: /MetropolitanaFmCaruaru / Twitter: @metropolitafmcaruaru / YouTube: @Metropolitafmcaruaru
CBN Caruaru 89,9 FM	Jornalístico (radiojornal/ boletim/ boletim esportivo/ entrevista/ noticiário/ debate)	Site: cbncaruaru.com / E-mail: <a href="mailto:jornalismo@cbncaruaru.com.br">jornalismo@cbncaruaru.com.br</a> ou <a href="mailto:jornalismo@tvasabranca.com.br">jornalismo@tvasabranca.com.br</a> / Telefone/WhatsApp: (81) 98244-8990 / Instagram: @cbncaruaru / Facebook: /cbncaruaru / Twitter: @cbncaruaru / YouTube: @cbncaruaru
Jornal 91,3 FM	Jornalístico (programa policial/ radiojornal/ boletim e programa esportivo/ entrevista/ noticiário/ debate) e entretenimento (programa musical)	Site: radiojornal.com.br/caruaru / E-mail: <a href="mailto:jornalismo@radiojornal.com.br">jornalismo@radiojornal.com.br</a> / Telefone: (81) 3722-8608 ou (81) 3722-8607 / WhatsApp: (81) 99601-7448 / Instagram: @radiojornalcaruaru / Facebook: /radiojornalcaruaru / YouTube: @radiojornalcaruaru6131
Rede Brasil 102,5 FM	Jornalístico (radiojornal/ boletim/ noticiário/ entrevista), entretenimento (programa musical) e propagandístico (programa religioso)	Site: radio.redebrasiloficial.com.br / E-mail: <a href="mailto:atendimento@rbcl.com.br">atendimento@rbcl.com.br</a> / Telefone: (81) 3797-9500 / WhatsApp: (81) 9.9242-5765 / Instagram: @redebrasiloficial / Facebook: /redebrasiloficial / YouTube: /redebrasiloficial / Telegram: /Rede-BrasilOficial
Nova 104,1 FM	Jornalístico (noticiário/ radiojornal/entrevista/programaesportivo), entretenimento (programa musical) e propagandístico (programa religioso)	Site: novafmcaruaru.com.br / E-mail: <a href="mailto:contatovovafmcaruaru@hotmail.com">contatovovafmcaruaru@hotmail.com</a> / WhatsApp: (81) 99819-5656 / Instagram: @novafmcaruaru / Facebook: /Radionovafmcaruaru / YouTube: @NOVATVCaruaru
Jovem Pan 101,3 FM	Jornalístico (noticiário/ radiojornal/entrevista/debate) e entretenimento (programa musical/ de humor/ variedades)	Site: <a href="https://jovempan.com.br/afiliada/caruaru-fm/">https://jovempan.com.br/afiliada/caruaru-fm/</a> / Instagram: @jovempancaruaru / Facebook: @jovempancaruarufm

Fonte: Própria autora



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível observar, em comparação à pesquisa de Santos, Silva e Oliveira (2019), que as rádios de Caruaru se integraram 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 e Lopez (2009) o do rádio hipermidiático, acionados pelas emissoras caruaruenses, principalmente para ter mais interatividade com o ouvinte-internauta, amplificando o diálogo com a audiência cada vez mais participativa.

A Rádio Liberdade, pioneira no uso do WhatsApp em Caruaru, recebe em média 650 mensagens por dia. As mensagens são enviadas para pedir músicas, fazer denúncias e dar *feedbacks*. Um pioneirismo que deu muito certo, já que o uso do WhatsApp, hoje, virou regra. Esse novo comportamento dos ouvintes, deixando de lado a sua antiga passividade e tornando-se mais ativo na construção dos programas de rádio, só foi possível em função da adaptação das mídias de massa às tecnologias digitais, o que aumenta o número de opções de interação do ouvinte-internauta, dando sentido ao investimento, cada vez mais crescente, das emissoras na convergência tecnológica.

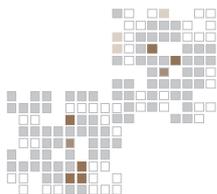
Apesar disso, é importante ressaltar que, mesmo que a rádio passe a fazer uso de imagens e vídeos, o resultado disso não pretende ser e nem é o mesmo de uma produção televisiva. De acordo com Lopez (2009), as imagens desempenham um papel ilustrativo ou didático, mas sem a obrigatoriedade dela para o entendimento da mensagem. Lopez (2009, p. 69-70) também comenta: “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, preserva-se no meio de imagens, vídeos e das novas características de uma rádio que é expandida. É o que se verifica na formatação de grades de programação de rádios de Caruaru que estão transmitindo o conteúdo de forma tradicional e pela internet, sinalizando para a criação de novos gêneros radiofônicos.

Em relação aos gêneros jornalísticos da rádio tradicional, apresentados por Barbosa Filho (2003), como a notícia/*flash*, percebemos que estão sendo modificados porque passam a dialogar com a presença de câmeras dentro e fora dos estúdios. Isso sinaliza que está ocorrendo mudança nos gêneros radiofônicos, que ainda estão sendo mapeados, como a hibridização dos radiofônicos com os televisivos para a produção jornalística, criando algo completamente singular e inovador.

A Rádio Cidade, por exemplo, faz uso dos *stand-ups* da TV para transmitir notícias com o repórter na rua. Ele fala olhando para a câmera, como faz, normalmente, um repórter de TV. Essa mudança de comportamento introduziu, nos gêneros das rádios tradicionais, possibilidades narrativas que extrapolam o *dial*, realizando um processo que sinaliza para um fenômeno social do rádio que não é só ouvido e sentido, mas, sobretudo, visto por canais criados em redes sociais e plataformas digitais, inseridos no novo ecossistema das emissoras que atuam em Caruaru, no Agreste de Pernambuco. O que contribui para fidelizar o público mais tradicional, que consome o conteúdo radiofônico, e expandir a programação para os mais jovens, que passam a se conectar com as emissoras por meio dos aplicativos e das redes sociais, sinalizando para a força que o rádio tem no interior de Pernambuco, Estado da Região Nordeste do Brasil.



## 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, Martin W.; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2002.
- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J. e BARROS, A. (org.) *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005, p. 64-82. FIGUEIREDO, Carolina et al. Panorama do rádio no Recife. IN: PRATA, Nair (org.). *Panorama do rádio no Brasil*. V. 1. Florianópolis: Insular, 2011.
- IBGE: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Censo: 2022: panorama, 2023*. Página inicial. Disponível em: <<https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>>. Acesso em: 27 de nov. 2023.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GRENN, Joshua. *Cultura da conexão*. São Paulo: Aleph, 2014.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008. 428p.
- 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.
- PATERNOSTRO, Vera Iris. *O texto na TV: manual de telejornalismo*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.
- PRATA, Nair. *WEBrádio: novos gêneros, novas formas de interação*. Florianópolis: Insular, 2012.
- SANTOS, Rayanne Elisa da Silva; SILVA, Leticia Maria de Souza; 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.

Artigo enviado em 12/09/2023 e aceito em 06/12/2023.

