



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO**

RAFAEL AUGUSTO DOS SANTOS

**O RÁDIO QUE ESCUTO E O RÁDIO QUE VEJO:
UMA ANÁLISE DA INTERAÇÃO DA RÁDIO 101 FM COM OS OUVINTES ATRAVÉS
DO FACEBOOK E YOUTUBE**

**CAMPINA GRANDE
2018**

RAFAEL AUGUSTO DOS SANTOS

**O RÁDIO QUE ESCUTO E O RÁDIO QUE VEJO:
UMA ANÁLISE DA INTERAÇÃO DA RÁDIO 101 FM COM OS OUVINTES ATRAVÉS
DO FACEBOOK E YOUTUBE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel.

Área de concentração: Radiojornalismo.

Orientador: Prof. Dr^a Maria do Socorro Tomaz Palitó Santos.

**CAMPINA GRANDE
2018**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S237r Santos, Rafael Augusto dos.
O rádio que escuto e o rádio que vejo [manuscrito] : uma análise da interação da rádio 101 FM com ouvintes através do facebook e youtube / Rafael Augusto dos Santos. - 2018.
73 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2018.
"Orientação : Prof. Dr. Maria do Socorro Tomaz Palitô Santos. , Departamento de Comunicação Social - CCSA."
1. Interação. 2. Rádio 10 FM. 3. Convergência midiática. 4. Redes sociais. I. Título
21. ed. CDD 070.194

RAFAEL AUGUSTO DOS SANTOS

**O RÁDIO QUE ESCUTO E O RÁDIO QUE VEJO:
UMA ANÁLISE DA INTERAÇÃO DA RÁDIO 101 FM COM OS OUVINTES ATRAVÉS
DO FACEBOOK E YOUTUBE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Comunicação Social da Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Área de concentração: Comunicação Radiofônica.

Aprovado em: 06/12/2018

BANCA EXAMINADORA

Mário do Socorro Tomaz Palito Santos
Prof. Dr. Mário do Socorro Tomaz Palito Santos (UEPB)
(Orientador)

Verônica Almeida de Oliveira Lima
Prof. Dr. Verônica Almeida de Oliveira Lima (UEPB)

Ada Kesseia Guedes Bezerra
Prof. Dr. Ada Kesseia Guedes Bezerra (UEPB)

Dedico este trabalho à Senhora Ana do Socorro dos Santos, minha mãe, que com muito esforço, persistência e coragem, dedicou sua vocação maternal a cuidar de mim. Sem dúvidas, a Graças de Deus nos acompanhou até aqui, portanto nada mais justo, dedicar este produto há quem muito fez por mim. Agraciados fomos, um ao outro pela providência Divina.

AGRADECIMENTOS

Ao bom Deus que em sua Infinita Misericórdia, Onisciência e Transcendência me mantêm com o sopro vital. Desde a minha concepção, até este momento, por mais que não mereça, Ele espargue seu Amor sobre meu ínfimo ser. Obrigado Senhor, pois me concedestes os recursos necessários para que eu chegasse aqui. Agradeço a Santíssima Virgem que perpetuamente tem cuidado de mim. A minha gratidão é respondida com o meu Sim!.

Cumprimento meus familiares e agradeço-vos por estimável criação, não nasci em berço de ouro, mas me fiz rico, em graça, amor e simplicidade, tarefas apreendidas no seio familiar. À dona Ana do Socorro, minha mãe, sua atitude para comigo, desde o primeiro momento em que me viu, foi senão, amar, amar, amar...

Ela tem um contributo enorme na minha formação, a ponto de dá razões a estas linhas. Agradeço a minha tia Maria, e à sua família de criação, a quem somos agregados. Aos demais familiares, torcedores de Rafael Augusto, obrigado, sintam-se importantes em minha vida.

Estendo meu agradecimento aos professores da instituição, todos aqueles que contribuíram com minha formação, de modo especial, agradeço à Professora Socorro Palitó, que me orientou neste trabalho e, mediante as dificuldades dadas de ambas as partes, sua orientação me permitiu enxergar os erros e seguir firme com a pesquisa. Gratidão!

Reservo um parágrafo para agradecer aos colegas do curso; foram 5 anos na labuta, aprendemos muito. A academia nos proporcionou amizades sinceras, as quais, levarei pra toda vida. Espero encontrá-los nas coletivas, redações, assessorias... sigamos!

Aos amigos da Pastoral da Comunicação da Paróquia Sagrada Família e da diocese de Campina Grande, muito obrigado por todos esses anos, nos quais trocamos experiências. À rádio Caturité e toda a Comunidade paroquial da qual faço parte, muito obrigado.

De modo especial à Natally Calixto, que quase que diariamente me perguntava: *“Augusto como você está? E o seu TCC?”* são simples gestos que nos fazem sentir queridos e amados. Grato também aos egrégios Renato Araújo e Gabriela Lucena, pessoas caras à minha existência, vossos apoios foram importantes demais! A Caio César, meu querido confrade, que da infância das praias de Camboinha, retribuiu-me com sua amizade perene até os dias de hoje. Vocês são dons de Deus, marcas do eterno.

“Como poderei retribuir a Yahveh todo o bem que me tem feito?” (Salmo 116, 12). Há uma pessoa que tem um dedo significativo neste processo de formação, o Superintendente da rádio caturité, Padre e amigo Adeildo da Silva Ferreira; Ao Senhor, Padre, minha gratidão

eterna, por tudo o que fizestes por mim. Sua vida é sinal e um modelo a ser seguido, o Senhor me inspira a ser melhor! Quero seguir nesta diaconia da comunicação servindo à igreja.

A todos que conhecem a minha história e que estão ao meu lado, certifiquem-se, da pétrea gratidão, e tomem nota, que ao lado de vocês me sinto uma pessoa fulgurante. Obrigado por compartilharem a existência comigo! Este TCC é vosso!

RESUMO

O presente trabalho se propõe a analisar o processo transformador que vive o rádio em Campina Grande. Nesse sentido, o estudo de caso é direcionado para uma análise da interação da rádio 101 FM com os seus ouvintes, mediante as plataformas digitais Facebook e Youtube, tendo como instrumento o Programa Atualizando. É trazido nesta pesquisa um aparato histórico da mídia sonora, desde a sua origem, passando pela sua fase de implantação no Brasil, na Paraíba e em Campina Grande. O objetivo principal é observar como as transformações na mídia sonora, levando em consideração o contexto da convergência midiática, causaram impactos na forma de fazer, produzir e consumir rádio. Para tanto, a Rádio 101 Fm, antiga rádio Cariri, que passou pelo processo de migração da Amplitude Modulada à Frequência Modulada, apresenta um novo paradigma nos formatos de seus programas. Com uma tendência completamente voltada a convergir para outras mídias na ambiência digital e correlacionar-se no tocante à sua difusão. Dessa maneira, um dos programas da nova grade de programação da 101 FM, o Programa Atualizando, se tornou objeto de estudo a fim de ser analisado para reforçar a ideia de que o rádio não é mais o mesmo e respira convergência. O método utilizado para compor a análise do programa, se deu na observância dos conteúdos postos nas plataformas Youtube e Facebook, que permitiram uma interpretação no que diz respeito às novas formas de interação. A importância deste estudo se fundamenta, portanto, nos novos formatos do rádio. Os resultados constatados demonstram como a Rádio 101 FM conseguiu inserir-se nas mídias digitais, a partir dos números e do feedback dos ouvintes, o que comprova a reconfiguração da emissora. Ademais, este estudo nos permite um olhar diferenciado para o novo rádio, a saber que de fato, ele se projeta para o futuro a partir do formato atual.

Palavras-Chave: Interação. Rádio 101FM. Convergência.

ABSTRACT

This paper proposes to analyze the transforming process that is happening on the radio in Campina Grande. In this sense, the case study is directed to an analysis of 101 FM Radio's interaction with its listeners through the digital platforms Facebook and Youtube, focusing the Programa Atualizando. This case study brings an historical sound media apparatus, since the source, through the period of deployment in Brazil, Paraíba and Campina Grande. The real objective is to note how the sound medias transformations impacted in the way of making, producing and listening to radio, taking into account the context of media convergence. Therefore, the 101 FM Radio, the old Cariri Radio, which passed through the migration from Amplitude Modulation to Frequency Modulation, shows a new paradigm on its program formats, with a tendency completely turned to converge to other media in the digital environment and correlate with its diffusion. Thus, one program from the 101 FM's new broadcast programming, the Programa Atualizando, became the object of study to be analyzed and reinforce the idea that the radio is no longer the same and it is converging. The method used to compose the program analysis was the observance of the content posted on the platforms Youtube and Facebook, which allowed an interpretation of the new interaction ways. The importance of this study is based on the new radio formats. The results show how the 101 FM Radio got insert itself in digital media, from the numbers and listeners feedback, confirming the broadcaster's reconfiguration. Furthermore, this study allows us to have a distinguished look to the new radio, knowing that it designs itself to the future from the current format.

Keywords: Interaction. 101 FM Radio. Convergence.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Números da Primeira edição Programa Atualizando	57
Figura 2 - Programa Atualizando (Presença de Bolsonaro)	59
Figura 3 - Programa Atualizando: Edição de número 200.....	62
Figura 4 - Programa Atualizando	63
Figura 5 - Análise do Programa Atualizando a partir do YouTube.	64

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Lista das web rádios contidas no aplicativo RadiosNet.....	36
Quadro 2 - WebRádios mais acessadas da Paraíba	38
Quadro 3 - Ranking	39
Quadro 4 - Emissoras mais acessadas via aplicativo.....	42

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 O Surgimento do Rádio e sua implantação no Brasil	15
2.2 O Rádio na Paraíba	20
2.2.1 A Rádio Cariri	22
2.3 O Rádio, as Novas Tecnologias e as Plataformas Digitais	26
2.3.1 Rádio 101: A primeira em Campina.....	31
2.4 Rádio WEB	34
2.4.1 Uma Análise a partir do Aplicativo Radios Net	37
2.4.2 Novas formas de interação	43
3. METODOLOGIA	49
4. O OBJETO DE ESTUDO – 101 FM	51
4.1 Programa atualizando, uma análise	53
4.1.1 A produção do Programa	53
4.1.2 A Interação no Programa Atualizando	54
4.1.3 A primeira Edição do programa Atualizando em 01/12/2017.....	55
4.1.4 Programa Atualizando do dia 22 de Junho de 2018 com a Presença do Jair Bolsonaro.	58
4.1.5 A edição de número 200 do programa Atualizando em 21/09/2018.....	61
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
REFERÊNCIAS	67
APÊNDICES	71

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo é fruto de uma análise da interação da Rádio 101 FM com os ouvintes através do Facebook e Youtube, no qual, por meio da observância acerca do novo estilo que o rádio vivencia inserindo-se a pesquisa no campo da convergência midiática. Sintonizar uma emissora radiofônica nesse arrojado mundo tecnológico, não significa mais depender de um aparelho de rádio. Conforme Lopez e Quadros (2014), o advento das tecnologias proporcionou uma transmutação desta mídia.

Dessa forma, o processo de reconfiguração do rádio em relação às plataformas digitais, nos põe à reflexiva sobre o processo de interação. É comum que o acesso a uma emissora seja feito mediante um aplicativo instalado em um aparelho celular, ou através de um software instalado em um computador. Essa facilidade causada pelas tecnologias tem impactado o novo formato do veículo, o que pode ser constatado nos levantamentos feitos no tocante à audiência das emissoras.

Nesta pesquisa são observados os novos formatos de interação a partir de uma análise das plataformas do Facebook e Youtube, nas quais a 101 FM está presente de maneira ativa, isto é, segundo Lopez e Quadros (2014), não basta estar presente, é necessário explorar as potencialidades. E a pesquisa constata, portanto, que a rádio 101 FM tem investido na produção de conteúdos, o que proporciona, ainda conforme os autores, o fortalecimento da interatividade.

Assim, justifica-se a pesquisa, visto que, a tendência do novo rádio é convergir, visto que Cebrian Herreros (2011) aponta a convergência como responsável por impulsionar o veículo à interação. Trazendo para a realidade de Campina Grande, a rádio 101 FM tem buscado inovações semelhantes às grandes rádios dos grandes centros, a exemplo da Rádio Jovem Pan, que costuma realizar transmissões via Youtube com um alto padrão de qualidade.

É a partir desse cenário que a emissora 101 FM, de maneira ousada, tem modificado as formas de transmitir seu conteúdo. É de se refletir sobre esse formato, pois até então não era visto com tanta qualidade em Campina Grande; as transmissões via plataforma digital é um novo fenômeno para o rádio local.

De modo mais amplo, esta pesquisa se propõe a analisar a conjuntura moderna do deste veículo em Campina Grande, contudo, é feita uma ressalva histórica a fim de que haja compreensão no que diz respeito aos avanços desta mídia, trazendo o ano de fundação de algumas rádios, o processo de migração e o formato na web.

A grande questão em destaque é saber os desafios do veículo na pós-modernidade: ele estaria morrendo ou se reinventando? Que processo é este de convergência midiática, e como se dão as novas formas de interação? São indagações que no decorrer da pesquisa, pouco a pouco, são esclarecidas. Esse novo formato do rádio implica em dizer que este é futuro dessa mídia?

Esta pesquisa tem como objetivo discutir e refletir acerca do ciber-rádio (Cebrian 2011), sua inserção na ambiência digital e, claro, os novos processos interativos. É neste campo que se dá a descoberta a partir do Programa Atualizando, e as mudanças consideráveis encontradas. É lançando um olhar para atuação da 101 FM que se permite analisar sua presença no Youtube por meio do seu canal e no Facebook, por meio de sua página de Fãs.

Considerando a importância da análise na ambiência digital, esta pesquisa se propôs a fazer este levantamento interpretando números e conversando com os produtores do Programa Atualizando, a fim de discutir as causas do sucesso da emissora e do programa. E o que se identifica, a partir do relato extraído da entrevista feita com os produtores Mateus Araújo e Milena Sousa, bem como, da constatação dos ouvintes nas plataformas, é que o rádio precisava atingir este novo público solidificado nas redes.

Para tanto, nesta pesquisa, além de conter capítulos que resgatem as origens do rádio, há um capítulo reservado para falar do processo de migração das rádios AM em Campina Grande, e todo esse contexto moderno. Encontra-se ainda um tópico que nos permite uma avaliação da audiência a partir do aplicativo RadiosNet, destacando-se o estudo do Programa Atualizando.

As considerações acerca da modernidade radiofônica, tomando por base a 101 FM, nos permite cogitar que a projeção futura está sendo construída agora. O rádio que se escuta e o rádio que se vê, é o aquele que dialoga com quem está nas redes sociais digitais. É isso que se espera, contudo, dentro de uma pista de solução para refletir acerca dessa nova fase, a emissora que souber apropriar-se bem das novas ferramentas com certeza terá um respaldo a longo prazo perante a sociedade.

Por fim, a pesquisa discute sobre a importância de uma visão mais científica e uma reflexão das mudanças tecnológicas que impactaram a radiofonia como um todo. Em Campina Grande, a 101 FM, tem muito a oferecer no campo da convergência.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O Surgimento do Rádio e sua implantação no Brasil

Este capítulo fará um recorrido histórico que visa mencionar os primeiros caminhos galgados pela radiofonia. Nesse sentido, trazemos um olhar sobre o rádio e seu impacto para as sociedades da época. Segundo Severo (2012), os primeiros ensaios arrojados no tocante aos avanços tecnológicos da época apontam para o século XVIII, quando as primeiras transmissões de mensagens à distância começaram a ser experimentadas.

Em 1753 Benjamin Franklin já propunha o uso da eletricidade para a transmissão de mensagens a distância, o que posteriormente viria a ser útil para o desenvolvimento do telégrafo (Samuel Morse, 1844), utilizando-se de princípios do eletromagnetismo para transmissão de informações, e do telefone (Alexander Graham Bell, 1876), transformador das vibrações da voz humana em som. É interessante citar que a primeira mensagem a distância através do telégrafo, em Código Morse, foi “Que Deus Seja Louvado”. (NEUBERGER, 2012, p. 49/50).

Em Benjamin Franklin encontra-se a proposta do estudo sobre as transmissões de mensagens via eletricidade, em James Clerck Maxwell, físico Inglês, encontra-se, mais tarde, em 1863, a teoria de que as ondas se propagavam no espaço sem a necessidade de um fio condutor (SOUTO MAIOR, 2015). Conhecido por sua teoria revolucionária, James, não aprofundou seus estudos, em decorrência do seu pouco tempo de vida, pois faleceu aos 48 anos.

Coube ao alemão Heinrich Rudolph Hertz aprofundar os estudos sobre as ondas eletromagnéticas. Em 1886 ele descobriu o fenômeno da centelha secundária, chegando ao princípio da propagação radiofônica. Após descobrir a liberação de faíscas em bolas de cobre, quando estas saltavam no ar, ele percebeu que havia ruído e luminosidade, o que lhe permitira, após inúmeras repetições dos experimentos, concluir que existiam ondas eletromagnéticas e que elas se propagavam. Assim, passou a estudá-las, contudo morreu em 1884. De acordo com Souto Maior (2015), os antigos quilociclos passaram a ser chamados de quilohertz, mega-hertz ou ondas hertzianas alusivos a suas descobertas.

É nesse contexto que surge um dos nomes protagonistas da história das radiocomunicações, o Italiano Guglielmo Marconi, conhecido como o pioneiro do rádio¹. A

¹Disponível em <https://educacao.uol.com.br/biografias/guglielmo-marconi.htm>.

partir de uma iniciativa dele surgiu a primeira companhia de rádio na cidade de Londres na Inglaterra (SOUTO MAIOR, 2015). Contemporâneo de Hertz, porém muito novo, o jovem Marconi chegou a acompanhar os experimentos do físico alemão, ao mesmo tempo em que se interessou em transmitir sinais a distância.

Neuberger (2012) destaca a importância do Italiano Marconi, quando este realiza experimentos exitosos e consegue por meio de código Morse² enviar sinais a distância da Inglaterra à França. Este feito lhe fez obter a patente da radiotelegrafia.

[...] enviou mensagens de Dover (Inglaterra) a Viemeux (França), em Código Morse, no ano de 1896, quando obteve a patente da radiotelegrafia. Ajudado pelo Governo de seu país, em 1899, utilizando uma antena muito avançada para a época (à qual deu o nome de Detetor), Marconi conseguiu enviar três sinais do telégrafo ‘S.O.S.’, realizando a primeira transmissão. Marconi provou assim a possibilidade de transmitir sinais pelo telégrafo sem fio. Estava concebida a radiotelegrafia. (NEUBERGER, 2012, p. 51).

No Brasil, existia outro sujeito que costumava desenvolver projetos, o Padre Roberto Landell de Moura, era um jesuíta brasileiro, do Rio Grande do Sul, apaixonado por experimentos físicos. Tavares (2014), a partir de seus estudos assegura seu posicionamento em defesa do Padre Roberto Landell. Isto porque o Padre Roberto foi desacreditado e tido como louco, devido aos seus experimentos, embora, fossem eles os primeiros ensaios, por assim dizer, da radiofonia.

[...] o inventor da radiodifusão não só no Brasil, mas como em todo o mundo, injustamente desacreditado em seu próprio país, onde foi tido como louco, praticante do espiritismo e bruxaria...Pacto com o demônio e outras alegações mais pejorativas. (TAVARES, 2014. P. 196)

Tavares (2014) defende a tese de que o Brasil poderia deter em suas mãos as patentes dos inventos do rádio, da televisão, do telégrafo sem fio, do telefone e da ressonância

² Desenvolvido em 1835, pelo pintor e inventor Samuel Finley Breese Morse, o Código Morse é um sistema binário de representação a distância de números, letras e sinais gráficos, utilizando-se de sons curtos e longos, além de pontos e traços para transmitir mensagens. Esse sistema é composto por todas as letras do alfabeto e todos os números. As mensagens são transmitidas por meio e intervalos de som (apito) ou luz (lanterna), podendo ser captadas por diversos aparelhos, como, por exemplo, o radiotelégrafo e o telégrafo. Esse meio de comunicação foi muito utilizado por marinheiros durante o século XIX. O primeiro registro de resgate marítimo depois de pedido de socorro utilizando o Código Morse ocorreu em 1899, no Estreito de Dover. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/codigo-morse.htm>

magnética. O autor destaca a importância que o Padre brasileiro teve no tocante à contribuição deixada no campo da radiofonia quando inicia, em 1894, as primeiras experiências com a radiofonia.

Marconi aparece um pouco depois de Landell, só em 1894. Antes do italiano, o Padre já arriscara seus ensaios neste campo da física, quando esteve no interior de São Paulo. Segundo Tavares (2014), o eclesiástico transmitiu e recebeu a palavra humana através do espaço, por meio da sua invenção, uma válvula amplificadora fabricada com três eletrodos.

Desta feita, essa nova e sensacional demonstração aconteceu da Avenida Paulista, local em que se situa hoje o MASP, para o alto de Santana, mais especificamente na Capela de Santa Cruz, onde mais tarde foi pároco, numa distância aproximada de oito quilômetros em linha reta. (TAVARES, 2014. P. 200)

O marco oficial das transmissões no Brasil se deu no dia 7 de setembro de 1922, na cidade do Rio Janeiro, data das comemorações do centenário da independência, onde dezenas de pessoas prestigiaram a solenidade e ouviram o discurso do paraibano e presidente da república, Epitácio Pessoa³ e os acordes da peça “O Guarani”, de Carlos Gomes. (SEPAC, 2003). Contudo, para Neuberg (2012), a pioneira da radiodifusão é a Rádio Clube de Pernambuco.

Alguns autores atestam, porém, que a Rádio Clube de Pernambuco, fundada por Oscar Moreira Pinto, em Recife, foi a primeira a realizar uma transmissão radiofônica no Brasil, no dia 6 de abril de 1919, com um transmissor importado da França (PRATA, 2008, p. 23).

Com o despontar da década de 20 o rádio começa a ganhar fôlego, as primeiras emissoras começam a ser implantadas, a exemplo da rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que foi fundada por Roquette Pinto e Henri Morize, com um cunho educativo (SEPAC, 2003). Com o caráter educativo tomado pela rádio Sociedade, considerada a primeira emissora do Brasil, Tavares (2014) acredita que o rádio nasce à sombra da cultura literária.

³ O Presidente Epitácio Pessoa entrou para a história como o primeiro brasileiro a falar numa emissora de rádio. A palavra presidencial foi ouvida no recinto da exposição e nas cidades de Petrópolis, Niterói e São Paulo, nos 80 aparelhos receptores distribuídos nessas cidades, pelo pessoal da Westinghouse. (SOUTO MAIOR. 2015. p. 25)

A década de 30 é marcante para a radiofonia brasileira, com o contexto político⁴, a inserção da publicidade e as dezenas de rádios que começam a surgir Brasil afora, inclusive na Paraíba, com a fundação da Rádio Tabajara. Em 1931, o Presidente Getúlio Vargas, passou a se importar com o rádio e regulamentou o seu funcionamento, proporcionando-lhes bases econômicas mais sólidas ao publicar o Decreto 20.047.

Segundo o Sepac (2003), as emissoras que operavam antes do Decreto tiveram suas licenças com base na regulamentação da radiotelegrafia, regulamentado pelo Decreto de 16.657 de 5 de novembro de 1924. Em decorrência do funcionamento por meio do Decreto de 1931, o Presidente Vargas, conferiu às emissoras a autorização para veicularem propagandas, através do Decreto de n. 21.111, que foi decisivo para alavancar o rádio pelas próximas décadas.

É nesse contexto, segundo o estudo do SEPAC (2003), que as emissoras começam a se organizar enquanto empresas, a fim de criarem um mercado. Com isso, o caráter educativo e cultural começou a perder espaço para os interesses mercantis, sob três vieses: a técnica, o status da emissora e a popularidade.

Ainda é nessa década que, devido ao crescimento substancial no número de emissoras, graças à publicidade, o rádio deixou de ser um mero instrumento amador e passou a ser profissional de maneira definitiva. Prosseguindo com a trajetória radiofônica da década de 30, apresentamos quatro características e atribuições importantes, sobretudo, extraídos dessa época, embasados no estudo do Sepac (2003):

1. O rádio e o poder de convencimento: o político Alemão Adolf Hitler⁵ dizia que temia mais uma rádio que um exército de 100 mil soldados;
2. A veiculação de propaganda política: a rádio Record de São Paulo introduziu em sua programação a propaganda política, sendo ela pioneira;
3. Remuneração: também foi a Record que introduziu o Cast⁶ tendo a remuneração mensal; a rádio contratava a peso de ouro, artistas e orquestras, esse sistema, serviu de modelo para as demais emissoras.
4. Programas governamentais: a Hora do Brasil começou em 1935, criado por Getúlio Vargas, se tornando o noticiário oficial do governo. Mais tarde se transformou na Voz do Brasil e existe até os dias de hoje.

⁴ A Revolução de 1930 foi um movimento armado, liderado pelos estados do Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Paraíba, insatisfeitos com o resultado das eleições presidenciais e que resultou em um golpe de Estado, o Golpe de 1930. O Golpe derrubou o então presidente da república Washington Luís em 24 de outubro de 1930, impediu a posse do presidente eleito Júlio Prestes e colocou fim à República Velha. Getúlio Vargas durante passagem por Itararé, em São Paulo, após vitória na Revolução de 1930. Disponível em: <https://www.sohistoria.com.br/ef2/eravargas/p3.php>

⁵ Biografia disponível em: <https://www.sohistoria.com.br/biografias/adolf/>

⁶ Cast faz referência ao elenco profissional (SEPAC, 2003. p. 14)

Ainda nessa reminiscência, chegamos ao que alguns autores tratam de Anos Dourados, ou Fase de Ouro do rádio que significou um momento de apogeu, visto que a década de 30 proporcionara uma construção para que as décadas vindouras tornasse o rádio um veículo popular.

Houve uma inclinação do rádio para o jornalismo, e essa fase iniciada em 1940, consolida a popularidade do veículo. O Repórter Esso⁷, por exemplo, é a marca transformadora desse período. O programa jornalístico revolucionou o rádio. Durante 27 anos esteve no ar, anunciando as principais notícias do Brasil e do mundo. O repórter Esso foi extinto no dia 31 de dezembro de 1968 (SEPAC, 2003).

Nesse período temos ainda o surgimento das radionovelas: a primeira delas foi *Em busca da Felicidade* de 1942, seguida de *O direito de nascer*. O estilo humorístico também marcou presença com o *Balança mas não cai*. Em 1942 a Rádio Tupi de São Paulo lançou o *Grande jornal Tupi*, em 1946, e *O Matutino Tupi*, ambos sob o comando do jornalista Corifeu de Azevedo Marques. Em 1947, a Rádio Panamericana (JOVEM PAN) transformou-se na Emissora do Esporte. (SEPAC, 2003, p. 16).

Nesse período algumas emissoras começam a ganhar notoriedade como as Rádios Tupi e a Panamericana, contudo, quem obteve mais sucesso e notoriedade nessa época foi a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, uma fábrica de astros e estrelas. Aguiar (2007) afirma que a Rádio Nacional foi a Rede Globo dos anos 1940 e 1950, ou, o que dá no mesmo, que a Rede Globo é, hoje, o que a Rádio Nacional foi no passado. As duas afirmações se justificam e, de certa forma, se completam.

De acordo com Calabre (2004), a Rádio Nacional, pelo formato e estilo abordado em sua programação, se transformou em um modelo a ser seguido pelas demais emissoras de rádios em todo o país. Foi a partir da Nacional, e por sua organização, que tantas outras emissoras copiaram e buscaram atrair o público.

⁷ O programa "Repórter Esso" foi ao ar pela primeira vez às 12h55m do dia 28 de agosto de 1941, pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro, quando a voz de Romeu Fernandes anunciou o ataque aéreo da Alemanha à Normandia, na França, durante a Segunda Guerra Mundial. O noticiário revolucionou o radiojornalismo brasileiro e foi apresentado durante quase 30 anos.

Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/testemunha-ocular-da-historia-reporter-esso-fez-sucesso-no-radio-na-tv-19930939#ixzz5ViNW14H6>

De fato, o rádio continuou a escrever sua história a partir das transformações tecnológicas. O Transistor⁸, por exemplo, dispositivo eletrônico surgido em 23 de dezembro de 1947, permitiu ao rádio a facilidade de não mais depender de uma tomada fixada à parede. Em meados da década de 50, o rádio já contava com inovação, reportagens eram feitas na rua, entrevistas podiam ser feitas fora do estúdio. O rádio estava pronto para seguir firme sem perder espaço para a Televisão.

Na década de 60, a faixa de frequência modulada, a FM⁹, começa a ser usada por emissoras. Inicialmente, a frequência passou a ser muito restrita, sendo acompanhada apenas por assinantes. As FMs direcionavam suas programações, sempre em estilo musical, uma de suas grandes marcas, ainda predominante nos dias de hoje. A primeira emissora a operar exclusivamente nas ondas Frequência Modulada foi a Difusora FM¹⁰ de São Paulo.

2.2 O Rádio na Paraíba

Já vimos como o rádio surgiu, sua implantação no Brasil, sua fase de ouro e agora, a abordagem é voltada para a Paraíba. Considera-se, assim, mais uma vez importante discorrer sobre o passado, haja vista que teremos muito mais sentido na compreensão do que o rádio é atualmente, conhecendo o que foi no passado.

A primeira estação de Rádio da Paraíba surgiu entre 1930 e 1931. Para Newton Monteiro, filho de José Monteiro (um dos fundadores da Rádio Clube da Paraíba), a penetração da Rádio Clube de Pernambuco-PRA-8 na capital paraibana era muito forte. Isso favorecia o comércio recifense, que tinha seus produtos como o sabonete Tabarra e os sabões da firma Alimonda Irmãos disseminados entre os consumidores pessoenses. A fundação da Rádio Clube da Paraíba teria sido uma forma de reagir à hegemonia econômica do vizinho Estado (SOUSA, 2003, p. 2).

⁸ O transistor é um componente de circuito elétrico, cujo nome vem do termo transfer resistor, ou seja, resistor de transferência, que se tornou popular nos anos de 1950, sendo ele o grande responsável pela revolução da eletrônica. Disponível em: <https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/fisica/transistor.htm>

⁹ Frequência Modulada – FM - é uma palavra de origem latina e quer dizer “tronco raiz”. É um serviço de radiodifusão que opera na faixa de 87,8 MHz a 108 MHz, com modulação em frequência (SILVA/MOTTA, 2011, p. 1).

¹⁰ A emissora Difusora FM de São Paulo, era do grupo Associados e surgiu em 1970. (FILHO/ PIOVESAN/ BENETON, 2004. p 105).

A primeira emissora oficial do estado da Paraíba, a Rádio Tabajara, foi fundada em 1937, por iniciativa do Governador Argemiro de Figueiredo¹¹. A emissora despontou no cenário brasileiro como PRI-4. Antes chamada de Rádio Diffusôra da Parahyba e também de Clube da Parahyba. Recebeu o nome de Tabajara, em homenagem aos índios Tabajaras, nativos do estado.

Segundo Souto Maior (2015), a Rádio Tabajara figura entre as 100 primeiras emissoras instaladas no Brasil. No nordeste é a 5ª emissora e a 6ª nas regiões Norte/Nordeste. Ela se destacou nas décadas de 40, 50 e 60, tendo notoriedade nacional. A programação de auditório impactou dando prestígio ao prefixo PRI-4, que tinha em seus quadros artistas renomados do Brasil e do Exterior.

Outra marca da Rádio Tabajara, de acordo com Souto Maior (2015), foi o radiojornalismo empreendido pela emissora, com noticiários de curta e longa duração que ainda são apresentados, além de um quadro de profissionais excelentes. Em 7 de agosto de 1999, a Radio Tabajara passou a operar também em Frequência Modulada, tendo o prefixo de 105.5 MHz.

Em 1950 surge a rádio Arapuan, 16 anos mais tarde a Rádio Correio. Tardiamente surge a CBN, Central Brasileira de Notícias, pertencente à Rede Paraíba de Rádio e Televisão. Hoje essas três emissoras integram três diferentes grupos de comunicação do estado.

A radiofonia campinense assume um protagonismo importante para as comunicações no estado, após o surgimento da Tabajara, Campina Grande se destaca por projetar três emissoras em um curto espaço de tempo de 3 anos, conseguindo dar ao estado serviços de radiodifusão, com a rádio Cariri, a Borborema e a rádio Caturité.

Foi nesse contexto que surgiram as difusoras na Rainha da Borborema, precisamente em 1944 com Hilton Motta, José Jataí e Gil Gonçalves, precursores e protagonistas do surgimento da mídia radiofônica em Campina Grande. Conforme Souto Maior (2015), Hilton Motta¹² e José Jataí, movimentaram o cenário midiático da Campina de outrora a partir da “Voz de Campina Grande”¹³ instalada do Edifício Esial, no centro da cidade.

¹¹ Argemiro de Figueiredo nasceu em Campina Grande em 09 de Março de 1901, onde também faleceu no dia 14 de dezembro de 1982. Foi um lendário político brasileiro, sendo governador interventor do estado da Paraíba entre 1935 e 1940. Ainda foi Senador por duas legislaturas, Deputado Federal e Estadual. Filho de Salvino Figueiredo e Luzia Figueiredo, ele foi um competente advogado, além de um excepcional orador (SOUTO MAIOR, 2015, p. 48).

¹² O jovem Hilton Motta, em 1944, aos 24 anos de idade, já se destacava como excelente locutor na Voz de Campina Grande. Quatro anos depois seria o primeiro locutor da rádio Cariri AM, a pioneira de Campina Grande. (SOUTO MAIOR, 2015, p. 37)

¹³ A Voz de Campina Grande tinha à frente além do proprietário José Jataí, o Jovem Hilton Mota. Ambos apresentavam da Sacada do Esial programas sobre futebol, política e, principalmente, programas culturais que

Através dessa difusora, que viria a revelar outros nomes para a radiodifusão campinense, eles transmitiram shows de famosos artistas nacionais e internacionais que se apresentaram na cidade, no auditório do velho Cine Capitólio (SOUTO MAIOR, 2015, p. 32).

Mas antes disso, um precursor sulista permitiu aos campinenses, por meio do serviço de alto-falantes, acompanharem a Copa do Mundo de 1938, trata-se de Jovelino Farias¹⁴, conhecido como o Gaúcho; ele foi responsável durante muitos anos por “A Voz de José Pinheiro”.

De acordo com o Blog Retalhos Históricos de Campina Grande¹⁵, em um artigo extraído da biografia de Jovelino Farias – escrita por ele próprio –, o Gaúcho, instalou seus primeiros equipamentos de um projetor de som, na Rua Cardoso Vieira, no centro da cidade, onde hoje seria o Calçadão. Essa afirmação é constatada também por Sampaio (2006).

(...) ali ele instalou inicialmente uma escola de danças, já que na época a moda era aprender a dançar tango. Juntamente com a escola de dança ele introduziu um sistema de som cujos “falantes” implantados na frente do prédio transmitiam a propaganda da referida escola. Ali foram transmitidos por vários anos programas que prestaram bons e relevantes serviços à coletividade campinense. Posteriormente, o serviço foi transferido para o bairro de José Pinheiro, tendo funcionado até os últimos dias de seu idealizador (SAMPAIO, 2006, p. 126).

2.2.1 A Rádio Cariri

A primeira em Campina, como dizia o seu Slogan, a Rádio Cariri¹⁶ foi a pioneira na cidade de Campina Grande, tendo começado suas transmissões em 13 de maio de 1948, o primeiro prefixo da emissora foi PRF-5. Seu proprietário era Eпитacinho Pessoa, filho do ex Presidente Eпитácio Pessoa. Inicialmente esteve instalada no bairro de Bodocongó, depois

eram prestigiados por centenas de pessoas. (A HISTÓRIA DA MÍDIA REGIONAL, O RÁDIO EM CAMPINA GRANDE. (SAMPAIO, 2006, p. 127)

¹⁴Jovelino Farias nasceu na cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul. Veio morar em Campina Grande na década de 30. José Pinheiro era o seu bairro querido, onde ele resolveu instalar a sua famosa difusora. (SOUTO MAIOR, 2015, p. 35.)

¹⁵ Uma plataforma digital que se preocupa em contar a história de Campina Grande, empreendida pelos professores Adriano Araújo e Emmanuel Sousa.

¹⁶ A Rádio Cariri, de denominação indígena, faz alusão aos primeiros povos que assumiram determinada área territorial, que posteriormente, deu origem à cidade de Campina Grande. (FRAGMENTOS DA HISTÓRIA DO RÁDIO EM CAMPINA GRANDE – PARAÍBA, 2011, p. 7).

migrou para o Centro. No início da década de 60 foi adquirida pelo grupo Associados¹⁷ e ficou sob o comando de Hilton Mota¹⁸.

Conforme Sampaio (2006), na década de 50, a Cariri passa a investir em programas culturais, focando na música e contratando artistas locais para integrar o *Cast* da emissora. Além dos Associados, a pioneira passou por outras mãos, até chegar ao controle da Família Ribeiro, que atualmente comanda a emissora, não mais Cariri, agora 101 FM. Souto Maior, agrega à sua obra informações importantes sobre a pioneira.

José Jataí, Hilton Mota e Gil Gonçalves começaram a história da PRF-5. Mas outros nomes merecem destaque. Muitos deles pertencentes ao quadro da rádio Borborema, mas que cumpriam algumas horas diárias na Cariri por um salário a mais. O que não deixava de ser bom para esses profissionais. As emissoras tinham estúdios no mesmo prédio: Edifício São Luiz, na Cardoso Vieira. Cariri e Borborema foram emissoras do grupo Associados durante muitos anos e, por essa razão, motivo de sobra para que muitos radialistas do grupo Associados trabalhassem nas duas estações (SOUTO MAIOR, 2015, p. 70).

A Rádio Borborema

Sendo a segunda emissora a ser fundada em Campina, e a terceira na Paraíba, logo a Borborema ganhou notoriedade e se tornou a preferida dos paraibanos. Quem a idealizou foi o magnata das comunicações, o paraibano Assis Chateaubriand¹⁹, que conforme aponta Sampaio, aportou na Rainha da Borborema em um momento de plena ascensão devido o comércio do algodão. Este seria o motivo para instalar a rádio.

A Rádio Borborema funcionou primeiramente no Edifício São Luiz, onde também funcionou a Rádio Cariri, e foi inaugurada em 08 de dezembro de 1949, dia da padroeira da

¹⁷ A história dos Diários Associados está intrinsecamente ligada à trajetória de seu fundador, Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, popularmente conhecido por Assis Chateaubriand – ou simplesmente Chatô, que nasceu no dia 5 de outubro de 1892 na cidade de Umbuzeiro, na Paraíba. De origem humilde, já aos 15 anos começou a atuar no jornalismo, área que desbravou e revolucionou. Disponível em: <https://ahistoriadosdiariosassociados.wordpress.com/>

¹⁸ O Jovem Hilton Motta em 1944, aos 24 anos, já se destacava como um excelente locutor na voz de Campina Grande. Quatro anos depois seria o primeiro locutor da Rádio Cariri AM, a pioneira em Campina Grande. (SOUTO MAIOR, 2015, p. 37).

¹⁹ Jornalista e empresário, Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melho (Assis Chateaubriand), paraibano da cidade de Umbuzeiro, Chatô, como ficou conhecido, foi dono de um conglomerado midiático, o sistema de comunicação, Rádio e Jornais Associados (SAMPAIO, 2006, p. 132).

cidade, Nossa Senhora da Conceição (SAMPAIO, 2006, p. 132). Souto Maior destaca o papel que a Borborema exerceu durante sua existência, inclusive criticou a perda do nome²⁰.

Nacionalmente conhecida, a Rádio Borborema recebia Scripts das produções do famoso Max Nunes²¹, de programas como ‘Balança, mas não cai’, ‘Uma pulga na Camisola’, ‘O Primo Rico e o Primo Pobre’, que eram gravadas com artistas da terra. (SOUTO MAIOR, 2015, p. 74).

Já para Sampaio (2006), a Rádio Borborema desempenhou um papel relevante na sociedade a ponto de mexer com os padrões de comportamento, isto porque famílias inteiras costumavam lotar o auditório da rádio para assistir aos programas.

Rádio Caturité

A caçula das emissoras AM’s em Campina Grande é a Caturité²², que nasce em 1951 em prol do progresso e da cultura, como atesta Sampaio (2006). Entretanto, ela surge em meio a um imbróglio político da época.

Tendo sido inaugurada oficialmente no dia 7 de abril de 1951, a Caturité nasceu de uma campanha política quando Argemiro Figueiredo, pela UDN e José Américo pela Coligação Democrática disputavam o governo do Estado, e o Ministro Pereira Lira disputava vaga para o Senado. A Caturité serviu de inspiração política para uma época em que o Brasil vivia a maior abertura para a democracia, os anos 50. (SAMPAIO, 2006, p. 161).

Conforme Oliveira (2006), que aborda o rádio e a política em Campina Grande, a autora defende a tese de que a Caturité surge das controvérsias políticas do cenário posto à época, enquanto a Borborema apoiava abertamente José Américo, o candidato democrata, Argemiro ficava “desprovido” desse prestígio midiático.

²⁰ 20 de agosto de 2008 marcou a troca do nome da Emissora para Rádio Clube AM, no edifício Rique. (SOUTO MAIOR, 2015, p. 73)

²¹ Max Nunes, o consagrado produtor da Tupi que chegou a elogiar a RB, segundo ele, era uma das poucas a utilizar o mesmo material apresentado pelos humoristas da emissora do Rio (SOUTO MAIOR, 2015, p. 74).

²² O nome da emissora é uma homenagem a um índio guerreiro chamado Caturité. A história ou lenda do índio Caturité foi anotada por Irineu Joffily da boca de um homem idoso, morador da Serra de Bodopita. Ela nos remete a segunda metade do Século XVII, quando os portugueses conquistam a Paraíba em lutas contra os povos Indígenas. **Caturité**, então, é uma referência a um chefe corajoso dos índios Cariris da Tribo Bodopitá. Conta-se que Caturité foi responsável pela resistência à invasão dos portugueses, coordenada pelo Capitão-mor, Theodosio de Oliveira Lêdo. (LIVRO II “SELEÇÃO DAS CRÔNICAS DE IRENEO JOFFILY”. 1977).

A Caturité e a Espinharas de Patos foram entregues às respectivas dioceses de onde estavam instaladas, em Campina Grande. Segundo Sampaio, em 1955, a Diocese a adquiri e quem “assume a gerência é o cônego Cristóvão Fonseca, em caráter provisório, posteriormente assume a direção Dom Manoel Pereira da Costa com o título de Superintendente” (SAMPAIO, 2006. p. 163). Acerca desse título de Superintendência da Caturité, Sampaio lista os demais nomes que sucederam o primeiro superintendente, foram eles: João Pessoa Sobrinho, Juarez Barreto, Stênio Lopes, José Cursino de Siqueira, e o Padre José Vanildo.

Como a obra de Sampaio é datada de 2006, elenco a continuidade da superintendência. Após o Padre Zé Vanildo, como era conhecido, a rádio voltou às mãos do bispo responsável, até então, Dom Manoel Pedreira da Cruz, sétimo bispo de Campina, que nomeou em 2017, o Padre Adeildo Ferreira para ser o Superintendente, este último foi responsável pelo processo de migração da rádio Caturité para a FM.

A FM e os novos tempos, a chegada da Campina FM 93.1

A chegada da Frequência Modulada em Campina Grande começou a desenhar um novo cenário de modernização para a radiofonia local. Se Campina deteve o título de ter sido a pioneira na implantação de uma televisão, que foi a TV Borborema²³, no rádio FM, esse feito também é dos campinenses; isto porque foi em Campina que se deu a implantação da primeira emissora FM do interior do Nordeste, a rádio Campina FM, como explica Sampaio.

Idealizada pelo espírito empreendedor de Hilton Mota, a primeira FM de Campina Grande, e da Paraíba, foi inaugurada no dia 21 de outubro de 1978 com o nome fantasia de Campina Grande FM. A emissora iniciou sua irradiação, funcionando já com um transmissor de 20 KW de potência, atuando na frequência 93.1 MHZ. A rádio era afiliada à Transamérica, de São Paulo, e na época contava com uma programação local. (SAMPAIO, 2006, p. 168).

Para Sampaio (2006), a Campina FM sempre diferiu das demais FMs, por trazer uma programação eclética, além de uma perspectiva salutar no jornalismo. O advento tecnológico,

²³ A primeira emissora de televisão da Paraíba e a primeira de todo o interior do Norte/Nordeste do Brasil. A TV entrou em fase experimental no dia 15 de setembro de 1963, mas foi oficialmente inaugurada no dia 14 de março de 1966. Fundada pelo jornalista e empreendedor Assis Chateaubriand como uma das emissoras da extinta Rede Tupi, atualmente a TV Borborema é afiliada do SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) e pertence ao Sistema Opinião de Comunicação. Disponível em: <https://tvborborema.op9.com.br/empresa>

aliado ao espírito inovador de Hilton Mota, fez da Campina FM uma rádio moderna, sendo a primeira emissora a se instalar no Parque do Povo, quando da realização do evento o Maior São João do Mundo, criando uma rádio caipira para difundir a cultura regional.

As outras FMs da cidade

Após o surgimento da Campina FM, foi a vez da Correio FM despontar no cenário local. Pertencente ao poderoso Sistema de Comunicação Correio, a 98.1 foi a segunda emissora de frequência modulada a operar em Campina Grande. Sua fundação se deu em 6 de julho de 1983.

A Panorâmica FM foi fundada em 1991, sendo a terceira a operar em Frequência Modulada. Foi idealizada pelo médico Damião Feliciano, que na época era médico de um dos mais vultos políticos do estado, o deputado federal Aluizio Campos que obteve concessão e depois transferiu os direitos para o médico cardiologista (SILVA; MOTTA, 2011).

Em Campina encontramos atualmente três emissoras de radiodifusão que operam na competência de rádios comunitárias: a Rádio Lagar FM, situada no bairro das Malvinas, maior bairro da cidade. A Rádio Da Mata FM, que atende o distrito de São José da Mata, e a rádio Shalom FM, situada no bairro do Jeremias, zona norte da cidade, todas elas operam em 87.9.

2.3 O Rádio, as Novas Tecnologias e as Plataformas Digitais

Ao determinar o conceito da pós-modernidade e toda essa gama pela qual vive e ultrapassa a radiodifusão com um todo, Magnoni e Betti (2012), problematizam a ruptura do velho formato do rádio para as plataformas digitais; no seguinte sentido: aquilo que se refere ao conteúdo, a linguagem e a produção no tradicional, passará por uma brusca reformulação, para se adequar completamente ao ciberespaço.

Do ponto de vista histórico, é fato que a discussão em torno das dificuldades pelas quais passaram o velho amigo sonoro, desde a sua implantação, a perda de seus artistas para a tevê, o próprio enfraquecimento com a chegada da televisão, os novos formatos em FM e agora esse processo convergente, colocam o rádio numa situação de crise.

Contudo, a história também nos mostra que, ele sempre se reinventou. Os autores Magnoni e Betti (2012) dirão que a existência do rádio é marcada por um cenário de mudanças conceituais e estruturais, tendo períodos de glórias, crises e reinvenções. Os mais

pessimistas acreditam na falência do veículo com a chegada da internet, outros, porém, souberam enxergar as possibilidades de reinvenção, é o caso de Cebrián Herreros (2011). “Muda a tecnologia, renova-se a sociedade, modificam-se os gostos, mas prevalece a comunicação mediada pela inovação tecnológica entre os membros da sociedade”. (HERREROS, 2011, p.72). Cebrian consegue explicar nitidamente o perfil do veículo nesta contemporaneidade

Desse pressuposto, Magnoni e Betti extraíram uma certeza: as empresas começaram a enxergar o novo jeito de fazer rádio, hoje ela dispõe de sites, blogs, twitter, serviços de SMS; os autores não citam, até mesmo porque a obra é datada de 2012, mas hoje, com o avanço significativo das redes sociais, podemos dizer que as empresas contam com o YouTube, Instagram, Facebook, e aliam o WhatsApp como uma ferramenta de interação impreterível.

Multiplicaram-se também as plataformas domiciliares e móveis: os computadores, televisores, aparelhos celulares e tocadores de mídia são dispositivos como os receptores (alguns com conexão são também emissores) que potencializaram o alcance das emissoras e introduziram modificações em formatos, linguagens e nas formas de fruição de conteúdos audiovisuais, que passam a ocorrer a cada dia mais, de modo não linear, individualizada e diferida (MAGNONI; BETTI, 2012, p. 2).

Ora, o que os autores afirmam nada mais representa que o novo contexto do consumo do rádio, no qual é possível “captar” inúmeras rádios em apenas um aparelho celular com tecnologia arrojada, smartphones, tablets, são aparelhos compatíveis aos aplicativos; por exemplo, para que a o usuário encontre essas rádios, é preciso que possua uma rede com conexão, e um aplicativo baixado, para que mediante a navegação encontre diversas emissoras, e isso, já uma realidade.

A informática, com suas redes ancoradas na teia do ciberespaço, subvertem a cada, os veículos e os padrões informativos, que foram disseminados em larga escala crescente, desde o princípio da Modernidade, como eficientes instrumentos “civilizadores” e indutores de novos modos produtivos, criadores de mercados e de novas necessidades e hábitos sociais convenientes. (MAGNONI; BETTI, 2012. p. 2).

E conforme a popularização da rede é alavancada, à medida que os públicos se inteiram nessa aldeia global, eles conseqüentemente passam a consumir também o rádio em plataforma digital; se no passado o transistor foi um disposto determinante para salvar o rádio, facilitando a sua portabilidade (MAGNONI; BETTI, 2012), hoje a internet e os novos

formatos com a presença do rádio, torna o processo de digitalização, uma realidade que prepara o rádio a longo prazo para uma possível transformação radical.

Com a expansão da Web, o rádio analógico passou a contar com a plataforma multimídia complementar, que serviu extraordinariamente para as emissoras conseguirem alcance mundial de sintonia e diversificarem a audiência ao disponibilizarem pela internet, conteúdos com acesso em tempo real ou diferido (MAGNONI; BETTI, 2012, p. 10).

Existe, no entanto, uma controvérsia ou resistência quando se fala em convergência, mas o que seria de fato convergência? Magnoni e Betti (2012) dizem que a convergência se caracteriza pelos seguintes fatores: multimídia, multilateralidade, interatividade, alcance mundial, portabilidade, etc. E tudo isso foi incorporado ao rádio, frente à digitalização, contudo, os autores reiteram que o rádio é uma mídia que continua, em sua essência, sendo auditiva.

No entanto, a possibilidade do rádio digital “Deixar de ser rádio” parece não preocupar mais os concessionários de emissoras e muitos profissionais do veículo, utilizamos como exemplo, a Jovem Pan, uma das mais tradicionais emissoras paulistas, que usou ostensivamente o Slogan “Rádio com imagens” para destacar ingresso da Panamericana na plataforma multimídia. (MAGNONI; BETTI, 2012, p. 11).

Essa afirmativa dos pesquisadores contraria substancialmente o que Porchat escreveu no Manual de Radiojornalismo da Jovem Pan, “O Locutor não vê o ouvinte e o ouvinte não vê o locutor.” (PORCHAT. 1989. p.98). Não implica dizer que o manual da jovem esteja obsoleto, ou totalmente em desuso, não é isso! Acontece que o rádio prega essas novidades e transformações conforme o avanço da modernização.

O uso da Internet no Brasil

Pesquisa realizada em 2017, desenvolvida pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, sobre o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros traçou um panorama dos brasileiros que usam internet no Brasil ; inclusive, tomada por base pela Agência Brasil.

Conforme a pesquisa, um terço dos brasileiros, estipulados em 39% levando em consideração os domicílios, não possui acesso à internet. Nela, estão contidos números

segmentados por classes, na qual as classes D e E tem números baixíssimos que correspondem à falta de acesso à Rede. Em contrapartida, as classes B e A, tem índices acima de 90% no que diz respeito ao acesso à internet de alguma forma em domicílios.

Ainda de acordo com a pesquisa, outro foco abordado foi acerca do acesso à Rede via um dispositivo, quase 50% dos brasileiros dependem de um celular para se conectar a internet. Curiosamente, esse número da conexão móvel está presente nas classes de menor renda.

A pesquisa realizada pelo TIC Domicílios do ano de 2017, produzida pelo Centro Regional de Estudos para Desenvolvimento da Sociedade (CETIC), tem um peso enorme para a análise do contexto digital nesta contemporaneidade. A pesquisa foi vinculada às Nações Unidas e ao Comitê Gestor da Internet²⁴ no Brasil.

Nesse intuito, tornamos a discutir acerca das redes sociais, um campo fértil para a disseminação de informações, notícias e diversos conteúdos. Lopez e Quadros afirmam que os assuntos que estão em voga são aqueles que possivelmente são encontrados via Redes Sociais e nos dispositivos que propiciam o acesso a elas.

Este potencial pode ser explorado pelos meios de comunicação como forma de reforçar o diálogo com as audiências, incorporando o caráter personalista das redes sociais e permitindo e efetiva concretização das relações através destes sistemas. Não basta, então, estar presente naquele espaço. É preciso explorá-lo de modo efetivo, permitindo que os sujeitos que falem tenham seu discurso reverberado e/ou escutado. (QUADROS; LOPEZ, 2014, p. 175).

O processo de migração das Rádios AM

Com o advento tecnológico e os paradigmas da modernização, os quais o rádio vivencia concomitantemente, desde 1997 se discute as frequências e o áudio das emissoras AM. Tavares, não diferentemente de como discorreu em sua obra, refere-se ao assunto do rádio digital.

Tudo fazia crer que nossas principais emissoras radiofônicas seriam contempladas com o que de mais moderno existe no universo da eletrônica, ou seja, o som digital que devolveria aos antigos prefixos de rádio AM, junto

²⁴ Informações sobre o Comitê disponível em: <https://www.cgi.br/sobre/>

ao seu incontável público radiouvinte, o seu prestígio e uma maior audiência, já que entendo que rádio e áudio e quem detiver um melhor som terá uma audiência muito maior sem mencionar o alcance, a potência de cada veículo. (TAVARES, 2014, p.650)

Conforme nos Estados Unidos e na Europa, onde a tecnologia do Digital está presente nas ondas médias, como assim assegura-nos Tavares (2014), o Brasil seria mais um país a usufruir desse artifício tecnológico, mas isso não se deu, graças a um decreto da então Senhora Presidente da República, Dilma Rousseff.

Em tom crítico, Tavares (2014) lamentou o decreto de Número 8.131 do corrente ano de 2013, que dispõe sobre as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, o que significou o sepultamento da frequência AM. Em compensação, a Presidente autorizou as emissoras que migrassem para a Frequência Modulada. “E o pior, na frequência das emissoras FM já não existe mais espaço para acomodar outros prefixos. Afinal, são quase 1.800 prefixos em AM que teriam de acomodarse na já saturada frequência de FM.” (TAVARES, 2014, p.651).

A ABERT, Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, tem auxiliado e esclarecido as dúvidas, por meio do seu site, sobre todo o processo da migração. Mas o que significa migrar a AM? Conforme pesquisa extraída do Site da ABERT, vamos ter o seguinte quando a questão é o processo de migração.

A Migração consiste no melhoramento do áudio das emissoras AM. Dessa forma elas perderão o sinal AM devolvendo ao Ministério das Comunicações e ocupando uma nova faixa na Frequência Modulada. De acordo com o Ministério das Comunicações, a dial FM não comportará todas as rádios que migrarão, com isso, mais de 400 emissoras terão que esperar o desligamento do sinal analógico da Tv para que se abra espaço e assim se realize a migração. Ainda de acordo com o site da ABERT, existe uma espécie de “linha do tempo” que explica o processo de migração das rádios AM para FM. Vejamos alguns pontos:

- Em maio de 2010, a Agência Nacional de Telecomunicações publicou um estudo sobre a viabilidade técnica da migração do rádio AM para a faixa de FM, usando os canais 5 e 6 de televisão em Santa Catarina;
- Em junho de 2011, membros do Conselho de Rádio da ABERT e presidentes das associações estaduais de radiodifusão fecharam questão sobre a mudança, com a destinação desses canais para o rádio AM em todo o país.
- O ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, anunciou em junho de 2012, durante o 26º Congresso Brasileiro de Radiodifusão, decisão do governo de proceder aos estudos para a migração do rádio AM;

- No início de 2013, o Conselho de Rádio da ABERT e as associações estaduais de radiodifusão discutiram as premissas da mudança de faixa. O documento foi entregue ao Ministério das Comunicações;
- O texto foi remetido em setembro de 2013 para a análise técnica da Casa Civil;
- Em outubro de 2013, durante a 43ª Assembleia da Associação Internacional de Radiodifusão, realizada no Rio de Janeiro, o ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, confirmou a data para assinatura do decreto;
- A presidente Dilma Rousseff assinou o decreto da migração em 7 de novembro de 2013, Dia do Radialista, durante cerimônia no Palácio do Planalto;
- No dia 12 de março de 2014, o ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, assinou portaria que regulamentou a migração do rádio AM para a faixa de FM;
- No dia 25 de agosto de 2014, o ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, assinou as primeiras autorizações para a migração do rádio.
- Em outubro de 2015, na abertura do 27º Congresso Brasileiro de Radiodifusão, o ministro das Comunicações, André Figueiredo, afirmou que a definição dos valores da migração seria a prioridade do seu mandato;
- No dia 24 de novembro de 2015, o ministro das Comunicações, André Figueiredo, assinou a portaria nº 6.467 que definiu os preços da migração do rádio AM para o FM.

A migração das Rádios AM em Campina Grande

Como vimos ao longo deste estudo, a partir de um aparato histórico, as três emissoras que em Campina Grande começaram os trabalhos propriamente ditos na radiofonia, foram: a rádio Cariri, implantada em 13 de maio de 1948; a rádio Borborema, de 8 de dezembro de 1949 e por fim a Rádio Caturité, datada a sua fundação em 7 de abril de 1951.

2.3.1 Rádio 101: A primeira em Campina

Seguindo a lógica das fundações de outrora, curiosamente, o processo de migração também se deu com a Cariri sendo a pioneira neste processo. Ela migrou em 01 de dezembro de 2017, passando a construir uma nova história²⁵, com novos programas, uma roupagem completamente moderna, no tocante à convergência midiática, e no quadro profissional, nomes consolidados do rádio campinense, como Morib Macedo, Romildo Nascimento, Abílio José, Kleber Oliveira, entre outros.

Mas o que também desperta a atenção nesta nova fase da emissora, é que o empresário Artur Bolinha, que deteve boa parte dos direitos da emissora, mantendo ainda parcerias com a

²⁵ História da emissora em: https://www.facebook.com/pg/r101fm/about/?ref=page_internal

família Ribeiro, resolveu acreditar em novos talentos na comunicação radiofônica, podemos citar, por exemplo: Milena Sousa, Erivaldo Laurindo, Matheus Araujo, jovens promessas que aos poucos começam a se consolidar no cenário.

O grande destaque dessa nova fase da Cariri, que também muda de nome, passando a ser oficialmente apenas 101 FM, é no que diz respeito à inclusão das mídias digitais, com seus dois principais programas, o Jornal da 101 e o **Atualizando** (objeto a ser estudado adiante nesta pesquisa). As novas ferramentas, portanto, constroem o novo cenário da emissora, que passa de modo profícuo a atuar na ambiência digital.

A rádio CBN FM

Dois meses após a migração da Cariri para 101 FM, foi a vez de Campina Grande ganhar mais uma emissora, a Rádio CBN, do Grupo Globo. Ela se encaixa no contexto da migração, uma vez que os proprietários da Rede Paraíba de Comunicação, adquiriram os direitos por 5 anos da faixa que até então pertencia à Rádio Borborema, do sistema Opinião de Comunicação.

Por esse motivo, a CBN configura-se como uma emissora que compreende esse processo de migração. Ela foi inaugurada no dia 18 de fevereiro de 2018. Sua primeira transmissão foi o Clássico Tradição do futebol paraibano, Treze x Botafogo, quando na ocasião, o Belo goleou o Treze por 4 a 2, em pleno colosso da Borborema, o Amigão.

O seu slogan, a Rádio que Toca Notícia, segundo Souto Maior, está relacionado com o padrão que essa rede iniciou, com o jornalismo All News, um estilo diferente de fazer radiojornalismo que conquistou o país inteiro. Ainda de acordo com o professor Souto Maior, a CBN trabalha a notícia a ponto de oferecer aos ouvintes a boa e bem elaborada notícia, com o lead completo. (SOUTO MAIOR, 2015).

Embora ainda tímida no que tange ao quadro de profissionais, pois emissora ainda está galgando seus passos iniciais, a emissora conta com um programa jornalístico, o CBN Campina, que vai ao pela manhã e é apresentado por Waléria Assunção, além de ter na equipe, Silas Batista e Iago Bruno.

A emissora ainda tem o Bate Bola Campina, um programa de esportes, apresentado por Silas Batista e Mário Aguiar, contendo ainda na equipe, o Bruno Rafael (setorista do Treze) e o Felipe Costa (setorista do Campinense). Recentemente a Rádio CBN manteve uma parceria com a Universidade Estadual da Paraíba, e um novo programa passou a ser apresentado, o CBN Universidade, produzido pelos alunos de Comunicação Social da UEPB.

A Rádio Caturité FM

A rádio Caturité foi a terceira emissora de Campina Grande, conhecida como a caçula das AMs, não diferentemente desse processo de migração, das três AMs, ela também foi a terceira a migrar. E sua migração de fato se deu em 3 de novembro de 2018, quando na ocasião, o Jornal da Manhã, apresentado diariamente por Anchieta Araujo, Arimatéia Souza, Monica Victor e Rayane Araujo, receberam diversas autoridades, entre elas, o Bispo diocesano, Dom Dulcênio Fontes de Matos.

O processo de migração da Caturité foi árduo. De acordo com o Padre Adeildo Ferreira, atual Superintendente, a emissora encontrou inúmeras dificuldades no tocante às burocracias e à questão financeira. Os antigos transmissores situados no distrito de Jenipapo, com o processo de migração, ficaram obsoletos e, novos transmissores, assim como uma nova antena – que contém 60 metros de altura – precisaram ser instalados.

As dependências do local de transmissão também mudaram, hoje, todo o sistema de transmissores está situado no Santuário da Divina Misericórdia, que fica localizado no bairro dos Cuités, um dos pontos mais altos de Campina Grande. A rádio migrou para operar em 104.1 Megahertz sob uma potência de 15 mil Watts.

No dia 1 de novembro, a Caturité desligou oficialmente o seu sinal AM. Temos o texto que lido pelo jornalista Arimatéia Souza, seguido do Hino de Campina Grande. Confira o texto na íntegra produzido pela Diretora comercial Lucia Duarte e o Superintendente Padre Adeildo Ferreira.

“Meio-dia em ponto em Campina Grande. Neste momento, a Rádio Caturité AM, após 67 anos de serviços prestados à sociedade campinense e paraibana, realiza o desligamento do seu sinal em amplitude modulada. Esse ato é como o que sucede com a semente, que morre para que outra planta floresça em seu lugar, propiciando assim o renovado milagre da vida. Esse prefixo 1.050 fez muito bem a incontáveis ouvintes e a várias gerações. Mas a história é permanente e segue com a nova 104.1 FM.

Aproveitamos para informar a todos que de agora em diante, até às primeiras horas deste sábado, nosso som estará momentaneamente suspenso, para os ajustes finais da migração. Renovamos o convite para a celebração da inauguração da Caturité FM às 7 horas deste sábado, no Jornal da Manhã, sob a presidência do bispo diocesano Dom Dulcênio e com a participação de outros bispos que passaram por Campina Grande e pelo comando dessa emissora.

Que Deus abençoe e continue iluminando a trajetória de nossa querida Caturité! É o comunicado que tinha em nome de sua direção. Até às 7 horas deste sábado. Você é sempre o nosso convidado especial²⁶.

Acerca da nova emissora, uma roupagem nova nas vinhetas, alguns programas novos, como o Conexão Caturité que passou a substituir o Dramas da Cidade. O novo programa é idealizado pelo jornalista Arimatéia Souza que traz consigo Monica Victor, Rayssa Kelly e Jhonatan Samuel, esses dois últimos jovens promessas do jornalismo local.

Ficou mantida, e aperfeiçoada, a programação religiosa, assim como, os programas culturais, compondo o novo quadro, um programa de música clássica, apresentado por Assis Costa, além da permanência do Postal Sonoro, que há mais de 50 anos figura na programação, sendo, inclusive, patrimônio Imaterial da radiofonia paraibana.

A rádio Arapuan, 107.3, a FM que surge no contexto moderno do rádio

Recente no cenário radiofônico de Campina, a Arapuan, do Sistema Arapuan de Comunicação, é a nova emissora FM. Dentro dessa conjuntura contemporânea ela não entra no hall do contexto da migração, porque já surge na frequência Modulada, operando em 107.3. Há cerca de um ano, ela vinha em fase experimental e no dia 28 de Julho deste corrente ano de 2018, inaugurou seus estúdios que ficam localizados no bairro da Palmeira.

A Arapuan, em Campina Grande, surge dentro de um contexto moderno compreendido pela convergência das mídias, isto é, os programas produzidos já compreendem esta natureza convergente. O Paraíba Verdade e o Resumo Paraíba, dois radiojornais com formatos modernos produzidos também para o público das plataformas digitais, podem ser citados como exemplo.

2.4 Rádio WEB

Um pequeno adendo a esta pesquisa, é uma referência mínima sobre o Radio via Web²⁷ a partir de Neiva (2012), que faz uma colocação acerca dessa formação moderna de veiculação de áudio via rede mundial de computadores.

O rádio web é uma realidade contemporânea, muito fácil de ser encontrada em plataformas digitais, a exemplo de sites e blogs. Essa tecnologia gera áudio em tempo real,

²⁶ Texto cedido pela emissora e disponível em: <https://paraibaonline.com.br/2018/11/radio-caturite-desliga-definitivamente-o-sinal-de-am-escute-como-foi/>

²⁷ Web é uma palavra inglesa que significa rede. Disponível em <https://www.dicio.com.br/web/>

havendo possibilidade de se produzir e apresentar um programa. Neiva aponta que as características que identificam o rádio tradicional quase não são vistas nesses novos formatos, que ficam apenas com a função de colocar mais opções de músicas.

Contudo, o surgimento da tecnologia Streaming²⁸ facilitou enormemente esse campo da propagação radiofônica, e aproximou o público; Neiva vai dizer que esse tipo de serviço “Significa disponibilizar informações através de diferentes plataformas de rede – celular internet – e das mais variadas maneiras, som, vídeo, de forma interativa ou não” (NEIVA, 2012, p. 27).

Corroborando com essa afirmativa de Neiva, compreendendo, portanto, o significado do serviço Streaming, é cabível dizer que inúmeros serviços desta natureza estão cada vez mais modernos e presentes na sociedade, por exemplo, o serviço da Netflix (plataforma digital de filmes), que também é abrangido pelo serviço Streaming.

Neiva (2012) situa duas condições para a operacionalização das rádios via rede internet: primeiro, são emissoras tradicionais que já operam no dial, de maneira convencional e disponibilizam em seus respectivos sites a programação na íntegra. Segundo, emissoras concebidas somente para transmissões via internet – web rádio – com poucos equipamentos, e software, uma rádio pode ser montada e manipulada.

O autor destaca ainda que esses tipos de operações via internet permitem ao ouvinte, estar fora da área geográfica determinada pela abrangência no caso das emissoras convencionais. Esse formato de emissora é comum em empresas e organizações que pretendem interagir como o seu público.

Os novos formatos em Campina Grande

Os novos cenários ou plataformas digitais desta segunda década do século XXI demonstram a rapidez dos avanços da tecnologia, por exemplo, em Julio Azevedo e Carlos Madeiro(2017), compreende a reconfiguração do rádio a partir do expansionismo midiático.

²⁸ A tecnologia streaming é uma forma de transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo através de redes. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html>

Quadro 1 - Lista das web rádios contidas no aplicativo RadiosNet¹

Categoria Eclética/musical, 24 web rádios	Segmento Gospel, 15 web rádios
1) Borborema Web Rádio; 2) Campina Web; 3) Dance Balance Rádio Ge Net Online; 4) Estação Jovem; 5) Interativa Hits; 6) Portal São João de Campina ²⁹ *; 7) Rádio Borborema*; 8) Rádio Estação Campina; 9) Rádio Forryorando; 10) Rádio Fusão Musical; 11) Rádio Hiran Barbosa ³⁰ ; 12) Rádio Ink; 13) Rádio Página1 PB; 14) Rádio PB; 15) Rádio Sete Web; 16) Rádio Web Serra Mix; 17) Rádio Web UEPB*; 18) Rede Dakota FM 2*; 19) Rede Primeiro Minuto; 20) Super Músicas*; 21) Virtual Web Rádio Campina Grande; 22) Web Rádio Nordeste*; 23) Web Rádio Sintab ³¹ .	24) Rádio CETE Espírita; 25) Rádio Chamas de Cristo; 26) Rádio Chico Xavier; 27) Radio Divina Misericórdia; 28) Rádio Gospel Fé; 29) Rádio Jovem Alegria; 30) Rádio Manancial de Vida; 31) Rádio Missão Evangelizadora; 32) Rádio Paróquia Nossa Senhora de Fátima*; 33) Rádio Porto Seguro*; 34) Rádio Semeadores; 35) Rádio Vamos Celebrar; 36) Rádio Verbo Web; 37) Web Rádio Mais Alegria (rede fé); 38) Web Rádio Ministério Casa do Oleiro.

Fonte: Elaboração própria, 2018.

²⁹* Juntamente com a Web Rádio Portal São João e as demais que estão marcadas com o asterisco, não encontramos vestígio de som.

³⁰ Hiran Barbosa é um radialista da imprensa campinense.

³¹ Foi idealizada por Napoleão Maracajá, Presidente do Sintab.

2.4.1 Uma Análise a partir do aplicativo Radios Net

Nesse artigo dos autores supracitados, é possível entender como o rádio se transforma a passos rápidos e como a reconfiguração nas novas plataformas e ambientes digitais tem formado novos públicos, e uma nova audiência.

Além de ouvir pela rede, o meio digital propiciou experiências até então impossíveis para o ouvinte de rádio, como os recursos de pausar a programação ou mesmo gravar um programa escolhido para ouvi-lo a qualquer momento. Muitas emissoras também já se utilizam dos recursos de seus podcasts e disponibilização de áudios históricos, a exemplo de gols, notícias e entrevistas, criando assim uma opção para o usuário ouvir em outro momento a programação (AZEVEDO; MADEIRO, 2017, p. 119/120).

Nesse cenário, por exemplo, outra realidade são os aplicativos, nos quais dezenas de plataformas permitem o acesso a centenas de rádios, sejam elas convencionais ou rádios Web. O aplicativo RadiosNet, talvez o mais popular e usado pelo público, lista uma série de rádios web em Campina Grande, ao todo 41, inclusive contendo a rádio da Universidade Estadual da Paraíba.

Ver, pois, essa porção de rádios web, propriamente ditas, nos coloca uma reflexão: o rádio tem chegado a novos horizontes e formado novas plateias, novos ambientes e novos diálogos. A partir do aplicativo RadiosNet, por exemplo, chegamos à lista acima na qual dezenas de rádios web já são realidades digitais na plataforma. A quantidade de emissoras, de segmentação religiosa constitui aquilo que Giraldi (2014) chama de igreja Virtual, isto porque, as web rádios de segmento religioso, se configuram como extensões dos púlpitos e presbitérios.

O mergulho e a reconfiguração do novo rádio nas plataformas digitais permite uma nova perspectiva, voltada para o público. O novo sujeito usufrui do rádio a partir dos novos mecanismos que tem a seu favor, como smartphones, computadores, tablets. É a revolução tecnológica que propiciou a convergência ao rádio.

De acordo com Azevedo e Madeiro (2017), o site que gera o aplicativo RadiosNet, é o radios.com.br, que até junho de 2016, obtinha em sua plataforma, a geração de mais de 5.459 rádios. Um dado curioso, gerado pelo site, são as estatísticas de acesso, como será disponibilizado, a seguir, a partir do site, uma listagem das dez rádios web mais acessadas aqui no estado da Paraíba.

No estado o site contabiliza 396 web rádios, isto representa, 1,7 para cada município paraibano, haja vista, são 223 cidades no estado. Selecionei as trinta melhores colocadas em audiência que é medida pelo número de acessos, contabilizados no mês de outubro.

Quadro 2. WebRádios mais acessadas da Paraíba

Posição	Rádio	Cidade / UF	Visitas
1º	Rádio Brega Show	João Pessoa / PB	9938
2º	ForroWeb	João Pessoa / PB	8135
3º	Rádio Chico Xavier	Campina Grande / PB	7264
4º	Rádio Estação Campina	Campina Grande / PB	5968
5º	Rádio Poesia Verso e Viola	Araruna / PB	5565
6º	FM Rural	Cajazeiras / PB	5123
7º	A Voz de Pocinhos	Pocinhos / PB	4650
8º	Borborema Web Rádio	Campina Grande / PB	4158
9º	Rádio Jovem Guarda	Alagoa Grande / PB	3456
10º	Rádio Forroriando	Campina Grande / PB	2366
11º	Rádio Tropical Grotão	João Pessoa / PB	2335
12º	Rádio M.C.R Web	Cabedelo / PB	2288
13º	Portal São João de Campina	Campina Grande / PB	2284
14º	Rádio Raízes Do Nordeste	Alagoa Nova / PB	2059
15º	Rádio Melodia Cristã	Bayeux / PB	1909
16º	Rádio Pauta Gospel	João Pessoa / PB	1795
17º	Rádio A Porta	João Pessoa / PB	1775
18º	Rádio O Melhor Do Forró	Patos / PB	1742
19º	Rádio Balacobaco	Dona Ines / PB	1703
20º	Nação Forrozeira	João Pessoa / PB	1648
21º	Rádio CETE Espírita	Campina Grande / PB	1510
22º	Rádio Brasilvox	João Pessoa / PB	1310
23º	Rádio Torre de Davi	João Pessoa / PB	1298

24°	Lance FM	Patos / PB	1215
25°	Web Rádio Cajá Ccb	Cajazeiras / PB	1213
26°	Rádio Paulo Sérgio Para Sempre	Alagoa Grande / PB	1191
27°	Paroquia de Fátima Campina Grande	Campina Grande / PB	1185
28°	Freestyle Mania Brasil	João Pessoa / PB	1176
29°	Rádio Big	Cajazeiras / PB	1158
30°	Rádio Borborema	Campina Grande / PB	1029

Fonte: Radios.com.br / Relatório gerado em: 11-11-2018 às 18:35

Esses números, portanto, proporcionam a ideia de como o rádio tem se transformado. Outro quadro de acessos via o site radios.com.br, com foco desta vez para as rádios convencionais, mostra o índice de audiência das emissoras cada vez que são acessadas pelo aplicativo. Abaixo uma lista do mês de outubro contendo as rádios AM e FM, no estado da Paraíba.

No site encontramos um ranking com 180 rádios postas nas duas frequências em nosso estado. Segue a lista das 20 primeiras, com relatório gerado, do início de outubro até o dia 01 de novembro de 2018.

Quadro 3. Ranking

Posição	Rádio	Cidade / UF	Visitas
1°	<u>Rádio Arapuan 95.3 FM</u>	João Pessoa / PB	64443
2°	<u>Rádio Difusora 1070 AM</u>	Cajazeiras / PB	52904
3°	<u>Rádio 98 Correio FM</u>	João Pessoa / PB	52549
4°	<u>Rádio Sousa 104.3 FM</u>	Sousa / PB	44605
5°	<u>Rádio Alto Piranhas 650 AM</u>	Cajazeiras / PB	22050
6°	<u>Rádio Caturité 104.1 FM</u>	Campina Grande / PB	21042
7°	<u>Rádio Campina FM 93.1</u>	Campina Grande / PB	18792
8°	<u>Rádio 98 FM Correio</u>	Campina Grande / PB	18680
9°	<u>Rádio Arapuan 107.3 FM</u>	Campina Grande / PB	17057
10°	<u>Rádio Arapuan 98.5 FM</u>	Cajazeiras / PB	14369

11°	<u>Rádio 101 FM</u>	Campina Grande / PB	14268
12°	<u>Rádio Tabajara 1110 AM 105.5 FM</u>	João Pessoa / PB	14179
13°	<u>Rádio Arapuan 93.9 FM</u>	Patos / PB	13633
14°	<u>Rádio Cidade Esperança 1310 AM</u>	Campina Grande / PB	12197
15°	<u>Rádio Líder 97.1 FM</u>	Sousa / PB	12027
16°	<u>Rádio Mais 95.3 FM</u>	Uirauna / PB	11727
17°	<u>Rádio CPAD 96.1 FM</u>	João Pessoa / PB	10162
18°	<u>Rádio Cabo Branco 91.5 FM</u>	João Pessoa / PB	9693
19°	<u>Rádio Mix 93.7 FM</u>	João Pessoa / PB	9318
20°	<u>Rádio Constelação 92.1 FM</u>	Guarabira / PB	8725

Fonte: Radios.com.br / Relatório gerado em: 11-11-2018 às 18:40

Nota-se que dessas 20 emissoras mais acessadas via plataforma digital, apenas quatro rádios são AMs, as quais estão destacadas, e aparecem em detrimento dessa colocação dos 20 primeiros; são elas: Difusora de Cajazeiras com 52 904 acessos, seguida da Espinharas também de Cajazeiras, com 22 050 acessos, depois a Rádio Tabajara AM de João Pessoa, que merece uma observação.

O Site Radios.com.br, trouxe a contagem da Radio Tabajara considerando-a AM e FM, e apresentou no mês de outubro 14 179 acessos. O site não deixa claro como é feita a coleta desses dados, porque a Tabajara tem uma programação musicalizada na Frequência Modulada, enquanto, nas ondas médias, ela trabalha mais pelo viés da informação, de notícias e esporte.

Por fim, dentro dessa seleção das 20 melhores ranqueadas na plataforma RadiosNet, a Rádio Cidade Esperança, que opera em 1310 Quilo Hertz, aparece com 12 197 acessos. O site ainda colocou-a como sendo de Campina Grande, embora tenha um estúdio na Rainha da Borborema, a sede da emissora fica na cidade de Esperança no brejo do estado.

A observância desses números do mês de outubro, levando em consideração as rádios convencionais que tem site e estão disponíveis para escuta nos aplicativos, como o RadiosNet, nos evoca justamente a dizer que a Frequência Modulada parece ter uma maior aceitação do público que o consome, levando em consideração também que esses ouvintes que acessaram o site são ouvintes compreendidos também como internautas.

Logo, fala-se de uma convergência atestada nos números, como norte, Azevedo e Madeiro (2017) citam a PlayStore³² que registra atualmente 5 milhões de downloads.³³ Ou seja, isto representa a presença do público na plataforma digital, o novo sujeito, o novo ouvinte, o novo auditório que acompanha via Streaming.

Agora reparemos os números contidos no site, pelo segmento de região, na Paraíba, escolhemos aquela região que compreende a cidade de Campina Grande, a Zona do Agreste Paraibano. A proposta segue no intento de reparar apenas o mês de outubro, dado ao momento em que se produz esta pesquisa, e seguindo a lógica do quadro anterior, dispomos as 20 primeiras emissoras mais acessadas via aplicativo. Ao todo, o RadiosNet ranqueou 40 emissoras neste segmento.

Quadro 4. Emissoras mais acessadas via aplicativo

Posição	Rádio	Cidade / UF	Visitas
1°	<u>Rádio Caturité 104.1 FM</u>	Campina Grande / PB	21042
2°	<u>Rádio Campina FM 93.1</u>	Campina Grande / PB	18792
3°	<u>Rádio 98 FM Correio</u>	Campina Grande / PB	18680
4°	<u>Rádio Arapuan 107.3 FM</u>	Campina Grande / PB	17057
5°	<u>Rádio 101 FM</u>	Campina Grande / PB	14268
6°	<u>Rádio Cidade Esperança 1310 AM</u>	Campina Grande / PB	12197
7°	<u>Rádio Constelação 92.1 FM</u>	Guarabira / PB	8725
8°	<u>Rádio Cultura 790 AM</u>	Guarabira / PB	7581
9°	<u>Rádio Talismã 99.3 FM</u>	Belem / PB	6910
10°	<u>Rádio Panorâmica 97.3 FM</u>	Campina Grande / PB	6396
11°	<u>Rádio Rural 850 AM</u>	Guarabira / PB	5948
12°	<u>Rádio 89 FM</u>	Cuite / PB	4997
13°	<u>Rádio Integração 102.3 FM</u>	Bananeiras / PB	4404

³² Loja de aplicativos da Google.

³³ Se diz deu um recurso da [Informática] Descarregar, transferir. Copiar arquivos e informações contidas num computador remoto para um computador específico. Mesmo que, Baixar um arquivo da rede. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/download/>

14°	<u>Rádio Guarabira 90.7 FM</u>	Guarabira / PB	3815
15°	<u>Rádio Serrana 590 AM</u>	Araruna / PB	3243
16°	<u>Rádio Itabaiana 105.1 FM</u>	Itabaiana / PB	3075
17°	<u>Rádio Rede Fé 102.7 FM</u>	Campina Grande / PB	2822
18°	<u>Rádio Lagar 87.9 FM</u>	Campina Grande / PB	2207
19°	<u>Rádio Queimadas FM 87.9</u>	Queimadas / PB	2206
20°	<u>Rádio Ban 87.9 FM</u>	Esperanca / PB	1959

Fonte: Radios.com.br / Relatório gerado em: 11-11-2018 às 19:12

Desse grupo das 20 melhores, apenas três rádios AM aparecem e a mais acessada, é a Rádio Cidade Esperança AM 1310 com 12 197 acessos, seguida da rádio Rural de Guarabira AM 840, a rádio foi ouvida ou acessada via internet 5 948 vezes. Por último, a Rádio Serrana AM 590, da cidade de Araruna, com 3 243 acessos.

É preciso que se diga também que a primeira colocada é a rádio Caturité, contudo, no mês de outubro a rádio estava em fase experimental na frequência 104.1, assim como, vinha operando em AM 1050. De certo, o aplicativo começou a contabilizar, a cada acesso na Caturité, que ao menos na plataforma digital, desde outubro se apresentava como FM.

Ferrareto e Kischinhefsky discutem acerca desse contexto midiático e como as rádios tem colhido resultados significativos a partir de novas plataformas e produções, visto que são dispostos PodCasts³⁴ e estes tem revolucionado o mercado e a forma de fazer rádio.

A utilização da internet, passada a fase inicial dominada pelos pequenos empreendedores, desperta a atenção de grandes grupos empresariais. Emissoras tradicionais buscam expandir seus serviços para a rede mundial de computadores e vêm colhendo resultados promissores. A CBN, com sede em São Paulo, que detém audiência média de 25 mil ouvintes por minuto, somadas suas frequências em AM e FM, já contabiliza mais de 70 mil assinantes de podcasts de seus principais comentaristas. Outro indício desta aproximação crescente pode ser verificado na WHTZ, emissora em FM de Nova Iorque que funciona com o nome fantasia Z100. Operando no formato Top 40 (CHR)⁶, com 5 milhões de ouvintes e o site mais acessado entre as estações dos Estados Unidos, apresenta intervalos comerciais diferenciados

³⁴ Podcast é uma forma de transmissão de arquivos multimídia na Internet criados pelos próprios usuários. Nestes arquivos as pessoas disponibilizam listas e seleções de músicas ou simplesmente falam e expõem suas opiniões sobre os mais diversos assuntos, como política ou o capítulo da novela. PodCast é um arquivo gravado que fica salvo numa determinada plataforma, podendo ser acessível no tempo que for. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/1252-o-que-e-podcast-.htm>

para o público que acompanha as transmissões via computador: o áudio de alguns spots – em geral, de anunciantes com presença global, como cartões de crédito e indústrias automobilísticas – faz referência a imagens e a textos de banners, um procurando interagir com o outro. (FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2010, p. 177)

2.4.2 Novas formas de interação

Nessa nova perspectiva das mídias, fala-se de uma nova interação a partir das redes sociais, como sendo canais, que popularizam (QUADROS; LOPEZ, 2014.); o Twitter³⁵, o Facebook³⁶, o Instagram³⁷, a plataforma de Youtube³⁸, e o aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp³⁹ são canais que permitem essa interação.

À medida que a internet começou a ganhar força e promover mudanças na sociedade, oferecendo novas ferramentas para comunicação mediada pelo computador, tais redes sociais migraram do mundo físico para o ambiente da web, configurando as redes sociais na internet. (QUADROS; LOPEZ, 2014, p. 173).

No entanto, esses canais, podem ser entendidos também como comunidades virtuais como aponta Pierre Levy (1999), os ciberespaços, onde o sujeito está presente. Para Lopez e Quadros (2014), a identidade das redes sociais consiste na construção da própria pessoa em um ambiente virtual. Essas redes sociais disponibilizam por meio de um perfil ou página a identificação do ator.

Em razão da observância do rádio na convergência midiática, cujo vem adequando-se às novas performances tecnológicas, faz-se necessário lançar um olhar acerca dos processos

³⁵ O Twitter é uma rede social e um serviço de microblog para comunicação em tempo real usado por milhões de pessoas e organizações. Tweets consistem em 280 ou menos caracteres e podem contar ideias e vários tipos de informação, como fotos, vídeos e links para artigos. Disponível em: <https://www.lenovo.com/br/pt/faqs/pc-faqs/que-e-twitter/>

³⁶ **Facebook** é uma **rede social** lançada em 2004. Este termo é composto por *face* (que significa cara em português) e *book* (que significa livro), o que indica que a tradução literal de facebook pode ser "livro de caras". Disponível em: <https://www.significados.com.br/facebook/>

³⁷ O **Instagram** é uma das maiores redes sociais da atualidade e faz sucesso absoluto em várias partes do mundo. Atualmente, o serviço pertence ao **Facebook**, que também comprou outros aplicativos de grande popularidade, como o **WhatsApp**. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2016/02/o-que-e-o-instagram.html>

³⁸ A palavra “youtube” foi feita a partir de dois termos da língua inglesa: “you”, que significa “você” e “tube”, que provêm de uma gíria que muito se aproxima de “televisão”. Em outras palavras seria a “televisão feita por você”. Essa é justamente a principal função do fenômeno da internet. Disponível em <https://brasilescola.uol.com.br/informatica/youtube.htm>

³⁹ **Whatsapp** é um **software** para **smartphones** utilizado para troca de mensagens de texto instantaneamente, além de vídeos, fotos e áudios através de uma conexão a *internet*. Disponível em: <https://www.significados.com.br/whatsapp/>

de interação entendido por Costa (2005) como uma via de múltiplos sentidos. Assim como o meio sofre alteração por ser inserido noutras mídias, assim também mudam os processos de interação.

Entendendo o processo de interatividade⁴⁰ do rádio, que ao longo da história constatou o desejo da presença do ouvinte junto à sua programação como um ouvinte assíduo e o desejo de ser participante da vida radiofônica, Lopez e Quadros falam da permanente busca do rádio pela interação com o seus ouvintes.

Contrariando sua natureza massiva, mesmo que ainda não da forma como sonhava Brecht, o ouvinte é uma presença constante na programação radiofônica no Brasil desde o início das transmissões, na década de 1920. Seja por meio do envio de cartas, da participação em programas de auditório, de ligações telefônicas, do contato direto em visitas às emissoras ou mais recentemente através das plataformas e dispositivos de comunicação móvel e digital, o rádio ao longo de sua história em buscado explorar diferentes ferramentas com o intuito de manter um contato direto com seus ouvintes. (LOPEZ; QUADROS, 2015, p.168)

De acordo com Bianco (2012), o processo de informatização levou 77% das emissoras de rádio a se instalarem na internet, o que na visão da média dos radiodifusores consideram a participação na rede como um espaço de interação, o que atesta o potencial de uso da rede. O autor ainda salienta que a partir dessa realidade do rádio inserido na internet o processo de interação é modificado.

Percebe-se, no entanto, o surgimento de novas formas de interação entre ouvintes e emissoras, bem como dos ouvintes entre si, sobretudo via mídias sociais e microblogs, extensões dos fóruns e chats dos primórdios da internet. Nas principais praças do país, é difícil encontrar um programa ou um comunicador de emissoras AM/ FM que não utilizem perfis em mídias sociais e serviços de microblogging para interagir com os ouvintes, muitas vezes substituindo completamente os antigos contatos via telefone fixo, numa modalidade mais sofisticada de filtro. (DEL BIANCO, 2012, p. 56)

O estudioso analisa como se dá a forma dessa interação e faz um paralelo com as formas de interação do passado; hoje as mensagens são lidas no ar de maneira instantânea

⁴⁰ Segundo Quadros e Lopez, o termo interatividade por si só é difuso. A maior parte das partes das reflexões a respeito do conceito aponta para uma origem nas ciências sociais, na noção de interação social e reciprocidade. A interatividade surgiria com o desenvolvimento da computação, quando a interação une-se à informática, por volta dos anos de 1960 (Fragoso, 2001). Contudo, a interatividade é também atribuída ao rádio, que desde seus primórdios surge como mídia com potencial para a comunicação de dupla-via. (LOPEZ, QUADROS. 2015. P. 165)

quando antes o processo interativo acontecia mediante cartas postadas nos correios. Nessa perspectiva, o autor analisa que as redes mais acessíveis para interação são facebook e twitter. A partir delas os conteúdos se potencializam na capacidade de ser compartilhado, o que propicia o aumento da interação.

Em perfis pessoais ou dos programas que comandam, interagem com seus ouvintes, recebendo informações, comentários, críticas, divulgando promoções, em suma, ampliando seus canais de comunicação com público e fontes. Estas ferramentas propiciam não apenas novas formas de interação, mas também franqueiam a circulação de conteúdos radiofônicos, produzidos tanto por emissoras AM/FM quanto por web rádios ou podcasters individuais e veiculados em ondas hertzianas ou diretamente via internet (DEL BIANCO, 2012, p. 56).

Quando o foco é direcionado para a internet no campo interativo, Lopez e Quadros (2014) analisam que a inserção das emissoras na rede é crucial no que diz respeito à produção e atualização para as plataformas digitais, isto se dá porque o consumidor passará a acompanhar de maneira fiel aquilo que é publicado. Para tanto, é possível afirmar que a rádio 101 mantém uma constância nesse entendimento de postagens diárias, o que acaba por fidelizar o consumidor.

Sobre esse processo de informação, Lopez fala de uma democracia nas redes e enfatiza uma interação assíncrona, com um espaço interativo controlado e filtrado. Todavia, Lopez explica que os filtros acontecem ao fato das linhas editoriais.

O rádio de então, massivo por excelência, passa a adotar estratégias de interatividade assíncrona que oferecem ao ouvinte um pequeno espaço na programação. Este espaço, no entanto, é controlado. A participação apresenta filtros determinados tanto pelo perfil editorial do meio quanto pelo espaço de antena e pelo tempo que tardava a carta a chegar à redação. A evolução das tecnologias de comunicação interpessoal, com a difusão e popularização do telefone fixo, do celular e depois das tecnologias digitais, passaram a oferecer novos caminhos para o estabelecimento deste diálogo. (LOPEZ; QUADROS, 2014, p.169).

A partir de novos diálogos, da formação de novas plateias, o rádio e a sua reconfiguração com a convergência das mídias, abarca um novo tipo de usuário, é o que aponta Lopez e Quadros (2014), um novo sujeito, novos tipos de ouvintes. Os autores vão chamar esses novos consumidores de ouvinte-internauta, que não mais é um ouvinte passivo, mas ativo, que sente o desejo de contribuir e participar das ações radiofônicas.

Para os autores Lopez e Quadros (2014), este novo perfil de ouvintes é fruto da convergência midiática, e de um novo cenário cultural, donde provém a audiência. As novas relações estabelecidas nesses novos espaços, segundo os autores, desenham novas ações e características demandadas pela audiência e pelo contexto comunicacional.

Acerca do novo perfil discutido por Lopez e Quadros (2015), e do novo contexto no qual o rádio se insere, a partir da apropriação das características e ferramentas próprias da internet, as autoras tratam de colocar o rádio em uma situação de adequar-se às novas plataformas, isto porque, surge um novo processo de interatividade. Havendo, por exemplo, a possibilidade do internauta comentar, curtir, compartilhar, criticar, fazer do espaço interativo uma ação ativa.

Cebrían Herreros (2011) fala de modelos de interatividade, nos quais os ouvintes, além de escutarem os programas, tomam outras decisões de navegarem no vasto conteúdo da rede. Ele cita um avanço na interação, que concerne na saída de uma interação escrita para uma interação sonora. Isto, por sua vez, já acontece, haja vista a inserção do WhatsApp como recurso e ferramenta plausível de interação.

Em Lopez e Quadros (2015), encontramos tipos de interatividade radiofônica mediante um contexto e uma ambiência digital; por meio de uma proposta para melhor entender os processos da interação digital, as autoras tratam de 5 tipos de interatividade e de dois tipos de participação interativa.

A priori, é levantada pelas estudiosas, uma classificação de interação, sendo elas: Dialógica Simples, Dialógica Ampliada, Dialógica Imediata, Reacional Simples e Reacional Ampliada. Sobre a forma de participação interativa, as autoras apresentam a Participação Espontânea Simples e a Espontânea Ampliada. De modo mais enfático, a fim de seccionar o entendimento dessas classificações, será pontuado a seguir os tipos de interatividade e participação interativa.

Interatividade:

- Dialógica Simples – Corresponde à forma de interação entre o rádio e o ouvinte, para as autoras, essa modalidade não interfere na programação sonora e acontece de maneira digital, isto é, nas plataformas das redes sociais.
- Dialógica Ampliada – semelhantemente à dialógica simples, este formato coincide justamente na interferência sonora, talvez, ela seja uma das mais atuais do momento, isto porque, a interação acontece via plataforma e o comunicador responde-a no ar;

aquilo que é escrito, é mencionado na programação. Por exemplo, um abraço a um ouvinte que interagiu via WhatsApp.

- Dialógica imediata – vejamos, para as autoras, esse tipo de interação tem interferência na programação sonora, e pode acontecer mediante uma ligação telefônica. Uma reportagem ao vivo, um flash, é um exemplo; hoje pode-se conceber a ideia de áudios via WhatsApp, recurso que as rádios tem sabido usar com altivez.
- Reacional simples – aqui se destaca a maneira do ouvinte reagir a uma publicação ou convite à interação da rádio. Exemplo: quando o programa Atualizando (objeto de estudo desta pesquisa) da 101 FM está prestes a começar, os administradores da página publicam uma legenda ou uma arte convidativa e se houver algum tipo de reação, isso já pode ser considerada uma condição reacional simples.
- Reacional Ampliada – para as autoras, a característica reacional ampliada apenas diverge da anterior no tocante a forma de reação, aqui há uma referência à interação no conteúdo sonoro. Segundo as autoras, é comum este tipo de interatividade nas enquetes de sites de rádio (embora nem todas as emissoras optem por mencionar os resultados em sua programação).

Como se percebe, existem algumas maneiras, do ponto de vista de Lopez e Quadros, nas quais as trocas comunicacionais nas plataformas configuram tipos de interação. São modos de interagir de forma pública ou privada com ou sem influência no conteúdo sonoro da emissora.

Participação interativa

- Participação espontânea simples – são manifestações espontâneas do ouvinte, sem que necessariamente, esteja reagindo a uma provocação. Não há diálogo com as emissoras. Se acaso a emissora responder, esse tipo de característica passa ser dialógica. É simples, por não ter influência no conteúdo sonoro.

Para entender melhor essa característica de participação simples, é muito comum, internautas nas redes sociais, fazerem menção aos perfis das emissoras, uma vez que, o internauta, manifesta o desejo de emitir uma mensagem, opinião, crítica, seja ela o que for, através da marcação ou menção a determinado programa ou perfil de uma emissora.

- Participação espontânea ampliada – tem semelhança à característica anterior, contudo, difere, a partir do momento em que a manifestação do internauta interfere no conteúdo radiofônico. É muito comum no programa Atualizando a equipe está tratando de

algum assunto, e um ouvinte mandar uma mensagem via WhatsApp ou interagir por outra plataforma, tentando de alguma maneira ser partícipe do debate com algum comentário que possa ser contributo para a programação.

Este processo de adequar-se aos meios digitais, conforme Lopez e Quadros (2014), ao tratarem do rádio, é na verdade uma defesa das autoras no que tange a participação do rádio nestas novas plataformas, a fim de que ouvinte e comunicador dialoguem mais e constantemente no aprimoramento destas novas ferramentas.

Cebrian (2011) também defende ao dizer que as rádios conseguiram ampliar sua cultura de diálogo neste campo da internet, com os ouvintes e com qualquer pessoa da sociedade civil.. Ele ainda menciona que esse processo de convergência midiática corrobora para o crescimento do meio, pois segundo Cebrian, uma plataforma converte-se em apoio e reforço da outra.

3. METODOLOGIA

Os caminhos metodológicos traçados nesta pesquisa pautam-se na compreensão de um estudo de caso, isto é, um estudo de um ou poucos objetos que permita seu amplo e detalhado conhecimento (Gil, 2008). A saber, a análise em questão discutida neste trabalho diz respeito à interação da Rádio 101 FM com os seus ouvintes, especificamente no programa Atualizando, objeto a ser estudado, que segue um padrão moderno e inovador.

Acerca dos tipos de pesquisa, (Gil, 2008) destaca dois formatos diferentes na forma de abordagem e de coleta de informações. Ele distingue os objetivos e os procedimentos técnicos. No tocante aos objetivos, esta pesquisa ganha forma por apresentar características ou níveis, como trata Gil (2008), exploratórias e descritivas.

Como justifica o estudioso, o nível exploratório envolve aproximação com o objeto estudado, contém um levantamento bibliográfico, além de ser munido de entrevistas com pessoas que respondam a respeito da pesquisa. Outra característica que torna este trabalho compreensível do ponto de vista da metodologia é o caráter descritivo, por apresentar descrições sobre determinados fenômenos (GIL, 2008).

Neste estudo, que trata-se da análise da interação da emissora 101 FM com os ouvintes, é possível compreender, partindo de autores que discutem a Convergência das mídias, na qual o rádio está inserido, como se dá os novos formatos de interação analisados via plataforma digital.

Este trabalho monográfico tem característica qualitativa, isto porque, de acordo com Duarte (2011), o estudo de caso apresenta condições capazes de identificar fenômenos históricos em oposição a fenômenos contemporâneos, que estão dentro de um contexto da vida real. Dessa forma, entende-se o peso da característica, quando neste estudo está contido um aparato histórico do rádio e todo o percurso trilhado até chegar ao contexto atual e moderno da mídia radiofônica.

Para estudar as novas formas de interação e analisar as edições do programa Atualizando, foi preciso uma revisão na literatura histórica, a exemplo de Tavares (2014) e um aprofundamento nas literaturas mais atuais, a exemplo de Lopez e Quadros (2014/2015), além de Herreros (2011).

Esta pesquisa começou a ser realizada entre Julho e Agosto, quando começamos a fazer um levantamento dos programas de rádio da cidade de Campina Grande, a fim de encontrar algum programa do campo jornalístico, que se enquadrasse na performance da

convergência midiática. Observando o arrojado empreendimento da rádio 101 FM, decidiu-se trabalhar um dos programas da grade da emissora, o Programa Atualizando.

No mês de setembro houve a separação das literaturas e o começo do levantamento histórico, ao mesmo tempo em que contactávamos os produtores do programa Atualizando, Milena Sousa e Mateus Araujo, explicando o desejo e motivo da pesquisa. Entre outubro e novembro, a pesquisa se voltou à página da 101 FM, bem como, outros adendos eram pesquisados, por exemplo, a medição de audiência das emissoras via aplicativo.

Ao final de outubro e começo de novembro foram colhidas imagens e entrevistas com os produtores do Programa Atualizando. A entrevista foi feita com Mateus Araújo e Milena Sousa, através de um gravador de voz. O roteiro da entrevista teve como objetivo extrair dos produtores as informações necessárias sobre o processo de produção e apresentação do Programa Atualizando. O foco foi abordar as motivações para a existência do Programa e saber acerca da interação.

A impressão causada, a partir da entrevista e da análise das edições do programa nas plataformas digitais, sinaliza para resultados interpretativos. O rádio evidencia-se em um novo contexto em sua natureza midiática, a exemplo das transformações vividas no cenário campinense, com a migração e o modelo proposto pela 101 FM.

4. O OBJETO DE ESTUDO – 101 FM

A nova roupagem da 101 FM, antiga rádio Cariri, que passou pelo processo de migração no primeiro dia de dezembro de 2017, escrevendo nas páginas da história da radiofonia local, um momento importante, incisivo e determinante para as gerações futuras, chegava à serra da Borborema para reconstruir sua história traçada por autores e exímios comunicadores, testemunhas de um épico momento em que Campina viveu com o surgimento da Cariri.

A primeira, diga-se de passagem, a empreitar novos horizontes em 13 de maio de 1948 e a pioneira, também sob nova perspectiva, contexto e conjuntura, no processo de migração para a Frequência Modulada. Nesse intento, ressurgiu a Cariri, com um novo padrão, novo nome, uma mescla no quadro de funcionários, prezando pela inovação.

Consigo, além da gama profissional, vieram os programas repaginados e retocados com doses de modernidade, sofisticação e aparatos de Convergência Midiática. A pioneira em Campina, também na migração, surge, por assim dizer, em um momento, no qual a cultura da imagem está em alta e o fenômeno dos aplicativos, redes sociais, domina a preferência das massas.

É pensando nessa nova ambiência que a 101 FM dá as boas vindas à Campina e a convida para mais uma vez ser plateia de auditório digital, desta vez, para acompanhar e participar do arrojado empreendimento de Artur Almeida⁴¹. Assim nasce a 101 e com ela, novos programas, sendo um deles, foco desse estudo, o programa Atualizando.

Ela inovou no esporte, aperfeiçoou na cultura, renovou o jornalismo e adentrou definitivamente as novas plataformas digitais, aos novos auditórios. Ela continuou a dialogar com o velho, porém também com o novo público. Essa diferença é notada a partir de uma análise dos canais de interação, neste caso a Página de Fãs no Facebook⁴² que além de servir para massificar a marca da 101, é uma ferramenta de aproximação com o público ouvinte.

Atualmente a página da 101 possui um número superior a três mil curtidas, isto significa dizer, que esses perfis pessoais que curtem a página da rádio recebem em suas linhas do tempo os conteúdos gerados pela emissora. Ainda em curta análise da página de fãs,

⁴¹ Empresário campinense que arrendou boa parte da emissora, dividindo-a com a Família Ribeiro que ainda detém parte da programação.

⁴² Página de Fãs do Facebook, ou Fanpage. Uma fanpage é uma página criada **especialmente para marcas**, empresas, blogs e etc. Diferente de uma conta comum e pessoal, é um espaço que reúne **fãs, ao invés de amigos**, e pode criar uma **comunidade fiel** à sua empresa, além de fortalecer a presença e a impressão que os outros possuem dela. Disponível em: <https://marketingdeconteudo.com/fanpage/>

verificou-se que de uma pontuação de avaliação de 0 a 5, ela recebe 4,8. Até o momento, 105 pessoas responderam às questões geradas (automaticamente) pela página a fim de conhecer o grau de satisfação dos internautas.

Desses números, é cabível afirmar que parcela significativa se refere ao programa *Atualizando*, que vai ao ar de segunda a sexta, das 17h às 19h, horário compreendido no rádio jornalismo como sendo um horário estratégico. Inclusive, é o que propõe Ferraretto em *Técnicas de Redação Radiofônica*, ao estabelecer um quadro de horários (FERRARETTO, 1992).

Com propriedade no que concerne a proposta da convergência, de ser uma plataforma de multimídia (MAGNONI; BETTI, 2012.), o aspecto de difusão radiofônica realizado pela 101, via sua mídia convencional, as ondas sonoras e, sobretudo, via internet, coloca a emissora em um patamar de destaque, preparando-a frente às exigências mercadológicas e estruturais.

Lopez e Quadros, ao comentarem sobre o sentido da presença na plataforma digital, insistem em dizer que não basta apenas a presença no contexto sócio midiático, é preciso ser efetivo ao permitir que os sujeitos tenham o seu discurso reverberado, isto é, ser claro e fazer-se notar (QUADROS; LOPEZ, 2014.).

Dessa maneira, a 101, não apresenta-se de maneira aleatória, assim como o programa *Atualizando*, que é gerado na página de fãs dá rádio, também não está à toa nas redes, eles cumprem seu papel social, função terminantemente radiofônica, até mesmo porque reproduz o conteúdo aplicado no convencional, e faz surtir efeito ao menos na plataforma digital, algo a ser constatado, por está documentado.

Entretanto, o Programa *Atualizando* não está apenas de segunda a sexta no Facebook, mas também, no YouTube, outra plataforma de grande alcance. São vias, canais, meios, que estrategicamente, a 101 vai consolidando no novo território, que ao que nos parece, o rádio tenta se solidificar.

4.1 Programa atualizando, uma análise

A primeira edição do programa Atualizando foi ao ar no dia 1 de dezembro de 2017, mesmo dia em que a rádio inaugurou seus serviços em Frequência Modulada. Surge com uma proposta diferente, de discutir, debater e interagir acerca dos principais fatos da atualidade, como sugere o nome dado ao programa inspirado no programa da Globo News, Manhattan Connection.

De acordo com seus produtores, Milena Sousa e Mateus Araujo, a ideia do Atualizando surgiu a partir do programa da Globo News, sendo idealizado por Arthur Almeida, empresário que arrendou a 101. Bolinha, como é mais conhecido na sociedade campinense, pensava em trazer algo diferenciado para a cidade e o Atualizando se tornou uma realidade.

Um jornalismo coerente, opinativo, disposto a tocar os assuntos do dia, sobre diversas perspectivas, ângulos, visões, que além de apresentar essa característica do gênero informativo no aspecto da entrevista (SEPAC 2003.); desperta a atenção porque a estrutura e todo o planejamento desenvolvido pela produção do programa torna-o, de fato, um programa jornalístico, se levarmos em conta os estudos.

4.1.1 A produção do Programa

Pautados pela linha editorial da emissora, mas livres para inovarem, os produtores Milena e Mateus chegam cedo da tarde e começam a “farejar” as notícias que estão em evidência no momento. Contudo, é pertinente dizer que existe um cronograma anual com todos os entrevistados e temas possíveis para serem abordados.

Já mencionado anteriormente, o Atualizando, assim como outros programas da 101, destacam pela presença nas mídias e por trabalhar com materiais querequerem um apelo imagético. Nesse sentido, a produção trabalha em cima dos fatos, e quando estes proporcionam imagens, isso é levado ao ar, de que forma?

Como existe a transmissão via Facebook e Youtube, que veicula em tempo real o programa, enquanto na bancada se lê ou se comenta o fato, na live⁴³ das plataformas o fato é coberto com imagens, o que no telejornalismo chamaríamos de “ilustra”, um recurso que

⁴³ Transmissão ao vivo via Facebook, YouTube, Instagram

cobre a fala. Dessa maneira, a produção do *Atualizando* permite que simultaneamente a 101 se configure como uma emissora que se ouve e se vê.

4.1.2 A Interação no Programa *Atualizando*

Como uma das grandes propostas da emissora e do próprio programa está direcionada e focada para atingir o público que se encontra na ambiência digital, o programa *Atualizando*, traz o diferencial no tocante à interação. Não obstante ao padrão mais tradicional, no qual as interações aconteciam mediante a linha telefônica, o *Atualizando*, se rejuvenesce nesse aspecto e traz consigo outras opções de interação.

De acordo com seus produtores, o telefone da linha convencional praticamente não toca e a interação acontece via mensagens instantânea no WhatsApp e no facebook, o que será analisado adiante nas edições que serão observadas. Para Milena Sousa, produtora do *Atualizando*, a interação do programa nesses moldes de plataformas midiáticas é uma quebra na perspectiva. “Sentimos uma quebra na perspectiva do público tradicional, não existe mais tanta interação por telefone, as pessoas interagem mais pela rede social. É uma tendência comprovada aqui na rádio e as redes sociais têm funcionado nesse sentido”, explica a produtora.

Faz-se necessário uma colocação: quando a produtora Milena diz que o programa *Atualizando* consegue receber uma grande audiência, o quê é evidentemente comprovado pelas lives no facebook, nos abre à discussão acerca de uma das características trazidas pelo SEPAC, o regionalismo.

Nesse ponto, o SEPAC diz que “O regionalismo é um marca fundamental do rádio, pois dá visibilidade às informações locais. Esse princípio dinamiza as relações entre rádio e comunidade” (SEPAC, 2004,. p. 22). A partir desse pressuposto, ao trazer essa reflexão para reinterpretar o público webtelespectador do *Atualizando*, encontram-se duas perspectivas.

Primeiro, no passado, o rádio convencional, embora falasse para multidões, tinha uma abrangência limitada à região da cidade ou estado, o que era um fator determinante para dizer que certa emissora tinha caráter local. Com a chegada e a inserção do rádio nas novas plataformas, o conteúdo transmitido numa rádio, ao ser retransmitido para a internet, para a rede, faz dele um rádio que se comunica com outros públicos, e o descaracteriza no quesito regionalismo.

Quando em conversa com os produtores do programa, acerca dessa “medição ou constatação” da audiência, eles foram precisos ao dizerem que no mês outubro internautas acompanhavam o programa em Portugal, assim como em outros estados.

Na segunda, o público que interage na Fan Page da 101 FM, ao que parece, é um público genuinamente campinense, isto porque as interações, no que tange a pedidos de abraços, ou mesmo menções de onde acompanham, são da cidade, fazendo-a adquirir também uma característica regionalista. .

Mateus Araujo, também produtor do programa, confirmou em entrevista que as pessoas que interagem pelo WhatsApp geralmente são os ouvintes mais tradicionais e que apenas estão acompanhando via rádio convencional. Já as pessoas que interagem na Fan Page pelo Facebook, acompanham propriamente a partir daquela plataforma.

Com isso, podemos dizer que o rádio que se ouve, é o rádio que se vê, agora na plataforma digital. E essa característica do sensor visual acarreta numa série de implicaturas no que tocante à postura dos apresentadores, e de todos que circundam o estúdio; pois agora o ouvinte “visualiza”, o que facilita a identificação de erros e grafes .

E como o rádio não é mais composto apenas pela sonoridade, mas conta também com o recurso de imagem, a estética dos locutores, repórteres, apresentadores em geral, é algo levado em consideração, pelo menos, essa é a orientação que o produtor Mateus passou. Se antigamente a voz era um pré-requisito para adentrar ao rádio, hoje, a aparência conta bastante. Aparência no sentido de estética e formalidade ao se vestir.

4.1.3 A primeira Edição do programa Atualizando em 01/12/2017

A primeira edição do programa Atualizando foi ao ar no dia primeiro dia de dezembro de 2017. Neste mesmo dia, Campina recebia o mais novo empreendimento radiofônico, a rádio 101 FM, como já mencionado. Atendendo a proposta do programa, no que diz respeito ao gênero, dentro da competência de informativo, o programa de debates teve apresentação de Kleber Oliveira que conduziu uma roda de conversas.

O primeiro tema a ser debatido foi Redes Sociais com o convidado e especialista, Felipe Félix, além do advogado Cláudio Kila que é torcedor do Treze e ficou conhecido por escrever para um portal do estado, sendo porta-voz da torcida alvinegra; e uma convidada pertinente para falar sobre o sucesso das redes sociais, a *Social Influencer*, Raynnara Lira, que atualmente é seguida por mais de 56 mil internautas nas redes sociais.

Na bancada estiveram presentes neste primeiro programa, Gustavo Ribeiro, filho e um dos mandatários da casa, além de Bento Souto, este que ao decorrer das edições fez-se presente na colaboração dos debates trazidos pela equipe do programa.

Na primeira edição do programa Atualizando, às 18h, o programa abriu um espaço para o momento de reflexão e expressão de fé, trazendo a oração da Ave Maria na voz de Elba Ramalho, que semanas depois lançou o seu novo projeto musical *Eu Sou o Caminho*⁴⁴, no qual a música Ave Maria é a faixa principal. Enquanto a oração da Ave Maria era executada, na plataforma digital, a equipe técnica colocou a imagem da Virgem Maria, com uma ilustração.

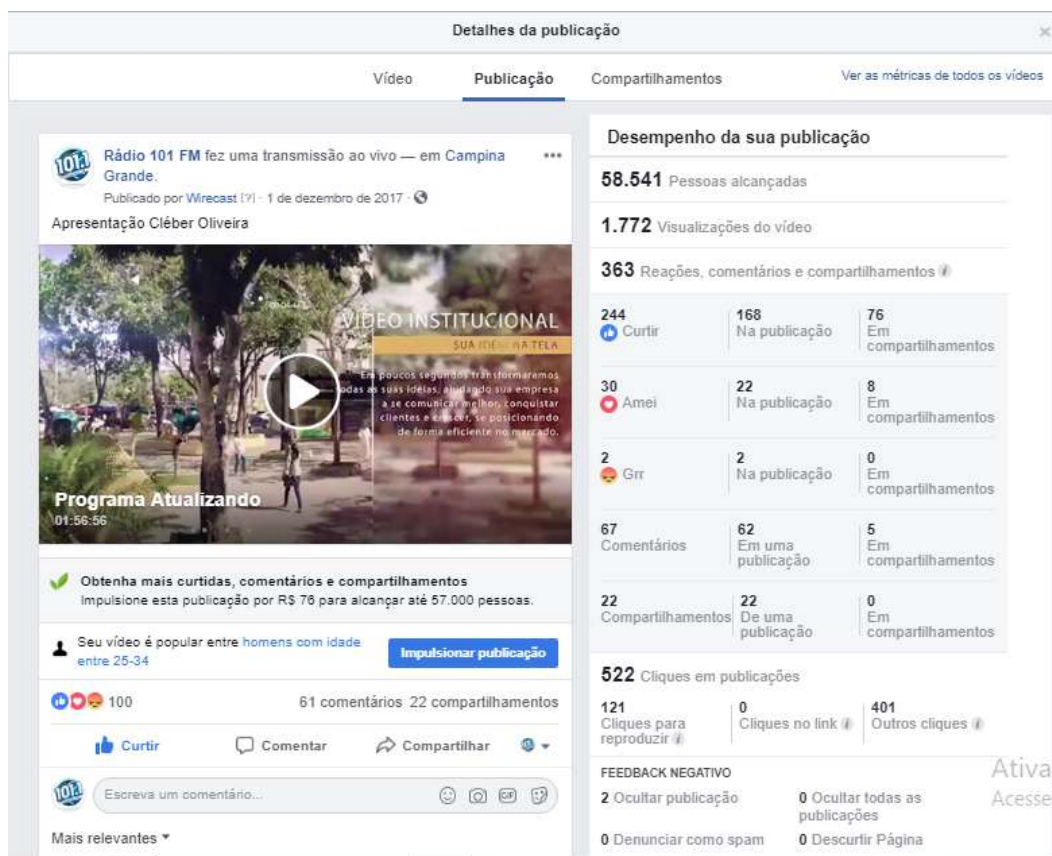
Este primeiro programa, analisando do ponto de vista interativo, teve números consideráveis e bastante significativos. O que se pode extrair em números a partir dos dados coletados da Página de Fãs da 101 FM, é que 58.541 pessoas foram alcançadas na primeira edição do programa, 1.772 pessoas assistiram ao vídeo completo, dessas 61 comentaram a live.

Acerca dos comentários, outro adendo importante, pessoas que assistiam de outras cidades, bem como, de muito próximo, interagiram: há um comentário de um internauta que diz está na esquina da rádio e acompanhando via Facebook. O que chama atenção nos comentários é o foco voltado para a pessoa do apresentador, Kléber Oliveira, o que atesta ser uma figura carismática.

Além dessas interações via Facebook, a primeira edição do programa Atualizando contou com participações de ouvintes que interagiram mediante o WhatsApp, além do Instagram. Abaixo um recorte dos números extraídos da Fan Page cedidos pela produção do programa.

⁴⁴ Devota confessa de Nossa Senhora, a cantora Elba Ramalho professa mais uma vez a fé em seu mais recente trabalho. Lançado às vésperas do Natal nas plataformas digitais, o álbum *Eu sou o caminho* traz uma série de mensagens sobre amor e renovação.

Figura 1- Números da Primeira edição Programa Atualizando



Fonte: <https://www.facebook.com/r101fm>

Quando a análise situa-se no youtube, uma plataforma muito explorada neste contexto da nova ambiência, pela proposta de dispor de vídeos nos canais, a primeira transmissão encontrada no canal da 101 FM data do sexto dia de dezembro de 2017, o que significa dizer que o primeiro programa Atualizando não foi transmitido nessa plataforma.

A primeira transmissão via plataforma Youtube foi do Jornal 101, o noticiário radiofônico da emissora que vai ao ar no horário matinal das 6h. Teve duração de duas horas e quarenta minutos, com 151 visualizações, nove likes e um dislike⁴⁵, e apenas um comentário de um internauta que parece criticar os jornalistas que discutiam o preço dos combustíveis. Percebem-se números relativamente baixos se comparados aos do Facebook.

⁴⁵ Like e Dislike são formas inglesadas no Youtube para preferenciar a curtida de um vídeo ou não.

4.1.4 Programa Atualizando do dia 22 de Junho de 2018 com a Presença do Presidenciável Jair Bolsonaro.

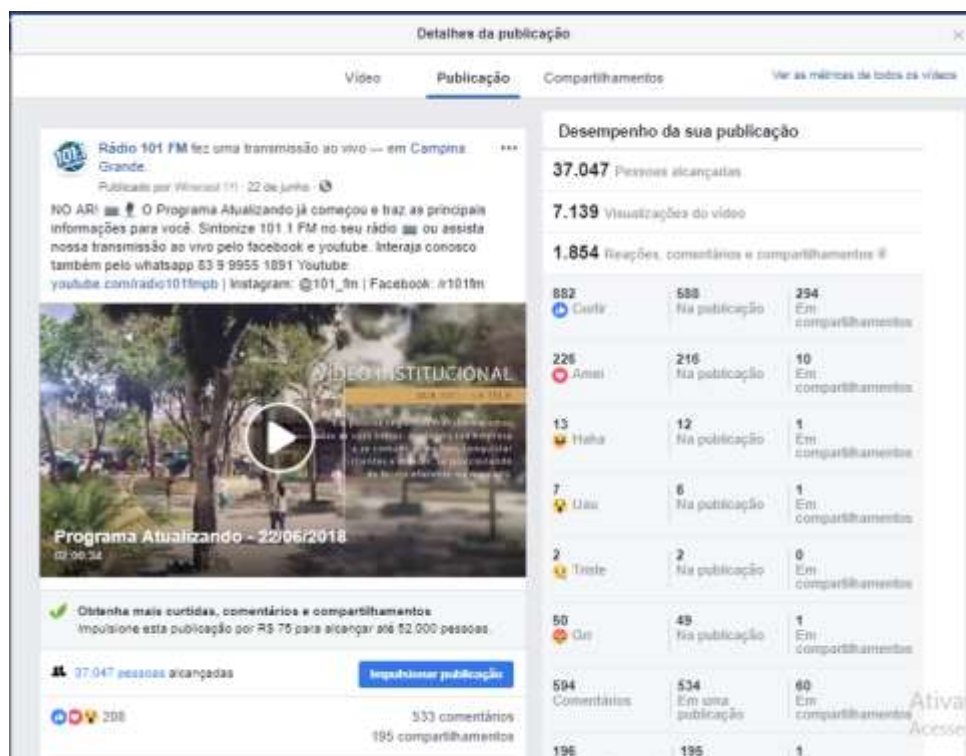
Em clima de Copa do Mundo, às vésperas do auge do Maior São do Mundo, festa popular de Campina Grande, o Programa Atualizando recebeu o então pré-candidato à presidência da República, Jair Messias Bolsonaro, que conseguiu se eleger no mês de outubro, Presidente do Brasil. A passagem do candidato por Campina Grande, reservava sua presença no programa da 101, que por sinal registou uma das maiores audiências, se medida a partir das redes.

Os números da Fan Page, com essa edição em que recebeu Bolsonaro para entrevista, foram bem diferentes dos números do Youtube. A priori, lanço um olhar para o Facebook, que cada vez mais surpreende com seus estupendos números de audiência. Nesse dia, por exemplo, o programa Atualizando conseguiu atrair à página da emissora, mais de 7 mil visualizações, um alcance de 37.047 mil contatos, com mais de 1 800 reações à publicação.

Os números a serem analisados, são compreensíveis, quando postos à figura do entrevistado; um candidato bem pontuado nas pesquisas, polêmico em declarações, até então, um fenômenos midiático, sobretudo, nas mídias digitais e com surpreendente apoio popular. Parte massiva dos eleitores, seguidores e simpatizantes de Bolsonaro, pararam para assistir a essa entrevista.

Um fator que influenciou o alcance dos altos números registrados pelo Facebook nesse dia se deu também porque a Fan Page do então candidato Bolsonaro, compartilhou a entrevista. Os números contabilizados a partir da Fan Page de Bolsonaro, automaticamente são transferidos para o canal originário, que no caso é o perfil da rádio 101 FM.

Figura 2 - Programa Atualizando (Presença de Bolsonaro)



Fonte: <https://www.facebook.com/r101fm>

Outro detalhe que se pode apontar para essa transmissão via Facebook está na legenda da publicação, pois, há a característica convergente no momento em que disponibiliza outras opções para se acompanhar a transmissão, a legenda dizia o seguinte: “Sintonize a 101.1 FM no seu rádio ou assista nossa transmissão ao vivo pelo Facebook e Youtube. Interaja conosco também pelo WhatsApp 83 9 9955 1891. Youtube: [youtube.com/radio101fmpb](https://www.youtube.com/radio101fmpb) | Instagram: @101_fm | Facebook: /r101fm”.

Vejamos a riqueza dessa legenda: um convite para sintonizar o rádio, uma proposta para assistir via Facebook ou Youtube e quatro opções de interação, sendo o Instagram, os próprios Facebook e Youtube e o whatsapp, outra ferramenta importantíssima que aproxima o público ouvinte à transmissão. Por esse formato, é cabível afirmar, partindo de Cebrian, acerca das transformações transversais, que internet e telefonia móvel agregam novas formas de comunicação.

A internet e a telefonia móvel são as duas grandes plataformas de maior inovação. Ambas criaram dois universos que inicialmente apareceram como separados e que atualmente é possível comprovar cada vez mais sua vinculação e ampliação recíproca de campos. Tudo o que aparece na internet fixa passa atualmente para a internet móvel. Além disso, cada uma delas

explora outros campos próprios e cada uma de adapta às necessidades de cada usuário. (CEBRIAN, 2011, p. 75).

Ainda nessa análise que o programa *Atualizando* provoca, Lopez e Quadros (2014), reinterpretam Cebrian (2011) no tocante à mutação das transmissões radiofônicas; exemplo muito característico, o próprio objeto de estudo, o programa *Atualizando*, que abdica de um uso de interação mais tradicional e parte em busca de outros campos, a saber, das plataformas do Facebook, do Youtube, além do Instagram e do WhatsApp.

O diálogo que as ferramentas permitem deve ser visto pelas emissoras de rádio de maneira mais complexa, como parte do ecossistema comunicacional e não deve apresentar o mesmo uso e papel das ferramentas tradicional de contato com o ouvinte, como o telefone ou as cartas. Trata-se de repensar não somente o veículo, mas todo o contexto em que se insere, e observar como as mutações pelas quais as tecnologias e a sociedade passam podem afetar a constituição do meio. (QUADROS; LOPEZ, 2014, p. 175).

Retomando a análise da edição do dia 22 de junho, o programa *Atualizando* apresentou apenas nessa postagem mais de 500 comentários e 195 compartilhamentos, demonstrando o potencial dessa edição que recebeu o candidato Bolsonaro. Comentários elogiando a equipe do programa pela entrevista e outras dezenas de comentários em prol do entrevistado.

Desperta a atenção os comentários na fan page, precisamente na postagem do programa, porque o espaço dos comentários se torna democrático; os internautas, contrários ao então pré-candidato discordaram, e os internautas apoiadores, retrucavam, gerando um conflito de opiniões. A partir desse diálogo massivo, pode-se dizer que o rádio, por meio de uma mídia convergente, proporcionou a discussão do povo. No passado, isso não era possível.

Ainda sobre essa proximidade do público, vale salientar, que os mais de 500 comentários, vistos e analisados, além de gerar um debate entre os internautas a partir do que se discutia no rádio, havia o público interessado em também participar da bancada, isto porque tiveram perguntas que foram lançadas via Facebook para serem respondidas por Jair Bolsonaro. Dessa forma, o Facebook, enquanto ferramenta midiática propiciou a interação do público com os que estavam na bancada.

Em comparação, no Youtube, os números foram bem ínfimos,, apenas 579 visualizações (um dos maiores números do canal da 101 no Youtube), 46 likes e 3 deslikes, com apenas 4 comentários, pois o Youtube reserva uma caixa de bate papo durante as lives, e

nessa caixa de bate papo, apenas 22 comentários instantâneos foram contabilizados, incluindo um comentário da rádio respondendo a um internauta que fez uma crítica.

Um dos comentários nas mensagens instantâneas no Youtube era de um internauta que acompanhava do bairro do Alto Branco: – *Boa noite meu nome é Eduardo do Alto Branco tô ligado na líder de audiência.*

Dos 4 comentários do vídeo, no caso, abaixo da postagem, dois chamam atenção, um sobre os apresentadores e outro para a pouca visibilidade no Youtube.

- Repórteres que deixam o candidato falar!!! Que fazem perguntas consistentes!!!! É o q todos querem saber!!! PARABÉNS.
- Foi uma luta pra acessar esta entrevista. Surpreende a pouca visibilidade para o público. Seguimos na luta "O Brasil acima de tudo e DEUS acima de todos". Obrigada Rádio 101_FM abço.

No conteúdo deste programa, o primeiro bloco reservou o momento para comentarem o resultado do jogo do Brasil, que tinha vencido a Costa Rica, pela segunda rodada da fase de grupos da Copa do Mundo. Kleber Oliveira, Kennedy Sales, Milena Sousa e Artur Bolinha comentaram o resultado de 2 a 0. No Segundo, terceiro e quarto blocos foram discutidas as diversas temáticas que foram bandeira do então pré-candidato Jair Bolsonaro.

4.1.5 A edição de número 200 do programa Atualizando em 21/09/2018

Prosseguindo a análise do programa Atualizando, dadas as justificativas do contexto convergente midiático, o qual vive a rádio 101, o estilo do fazer radiojornal, no programa Atualizando, contemplando a frente informativa, com enfoque para a entrevista, chegamos à análise da edição de número 200 edições que discutiu a essência da Rádio, trazendo à bancada estudiosos da Comunicação Social para discutirem esse processo de convergência.

O programa de número 200, em perspectiva de números, ficou aquém das edições discutidas anteriormente, contudo, é preciso considerar o tema de cada programa, o primeiro programa por si só, atraía uma gama massiva de internautas. A segunda edição analisada, trouxe à bancada um pré-candidato à Presidência da República, e o terceiro em análise adentra a esta pesquisa, ao fato do significado de números de edições, embora os números não tenham sido tão expressivos, visto o assunto ser muito restrito.

Em números exatos, registrados pela Fan Page da 101 FM, o programa de número 200, obteve um alcance de 1491 contatos, 394 visualizações e 127 reações, de internautas que interagiram de forma escrita, tecendo comentários, ou de outra maneira, curtindo a publicação

nas opções de reação que o Facebook permite. Os números representam, portanto, a relação com o ouvinte, a partir daquilo que é abordado pelo programa.

O assunto discutido nesse programa foi convergência e as transmutações que ultrapassa o rádio, para tanto, a professora de Comunicação da Universidade Estadual da Paraíba, a jornalista Silvana Torquato, discutiu ao lado de Diogo Flávio, Bento Souto e o mediador Cleber Oliveira, o processo de reconfiguração do veículo sonoro.

Figura 3 - Programa Atualizando: Edição de número 200



Fonte: <https://www.facebook.com/r101fm>

Uma das pautas trazidas pela professora Silvana Torquato nesse programa foi justamente falar da aproximação com o público internauta nesse contexto de convergência e como a rádio 101 tem proporcionado isso, com uma aproximação e uma nova interação. Partindo desse discurso por ela levantado, destaca-se, por exemplo, algumas interações na publicação do programa.

Figura 4 - Programa Atualizando



Legenda: Análise dos comentários no programa de Edição 200

Fonte: <https://www.facebook.com/r101fm>

Na ducentésima edição, como visto na figura, o público interagiu elogiando o programa, tendo-se que dos 33 comentários – poucos é verdade – obtidos nesta publicação, quase todos foram manifestações em favor do programa. O que, por essa margem de reação, é cabível afirmar acerca da plausibilidade e credibilidade que o programa tem frentes aos seus webtelespectadores e ouvintes.

O rádio por si só tem uma natureza massiva, como afirma Quadros e Lopez (2015, p. 168). Tal popularidade também foi aceita nesse novo processo de adaptação às plataformas. Constata-se ao longo desses três programas analisados, que a rádio 101, sobretudo, o

programa Atualizando, por meio das redes sociais, tem buscado manter o contato próximo com o ouvinte, seja ele também internauta.

A medida em que o rádio se insere e se apropria de elementos da comunicação medida pelo computador, suas próprias características se alteram, moldando-se à nova realidade. Desta forma, também a interatividade no meio se modifica, ampliando através das tecnologias digitais as formas de interação entre ouvinte e emissora, e passando a considerar outros ambientes onde está presente: seu site institucional, sites de redes sociais, aplicativos para celular, programas de bate-papo virtual, entre outros. (QUADROS; LOPEZ, 2015, p. 165).

Ainda relacionado à edição de número 200, as formas de acompanhamento também se estenderam ao Youtube, porém nessa plataforma de vídeo, o índice foi um pouco menor. Foram apenas 109 visualizações, nenhum comentário na postagem, apenas 3 comentários instantâneos, e 8 curtidas. Embora, implique dizer, partindo de Lopez e Quadros, que existe uma interação ampliada. É muito provável que o público que assista no youtube seja diferenciado do que acompanhe na rede social do Facebook.

Figura 5 - Análise do Programa Atualizando a partir do YouTube



. Fonte: <https://www.youtube.com/channel/UCqyChJ8ih8t8NX-YY3G2FiQ>

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo levantado nesta pesquisa abordou as nuances postas pela convergência midiática quando o assunto é o Rádio. Para se chegar à compreensão dos avanços tecnológicos e do quanto esse novo contexto tem impactado a mídia radiofônica, foi preciso trabalhar o seu contexto histórico e as transformações causadas, as quais surtiram efeito no cumprimento social do veículo.

Isto é, o Rádio, enquanto meio de comunicação de massas, voltado para a sociedade, tendo uma série de atribuições e finalidades, sempre buscou estar próximo do público ouvinte, assim como o público também sempre desejou esta proximidade. Sob este pressuposto, o trabalho se propôs estudar as novas formas e os novos engajamentos da população no que tange à interação com a mídia sonora.

Assim, percebendo o cenário atual de Campina Grande perante as emissoras de Rádio, a 101 FM destacou-se por um padrão sofisticado começando a evidenciar sinais de como será o futuro da velha engenhoca auditiva. O Rádio que escuto não é mais o mesmo, ele tem buscado reconfigurar-se, isto porque, permitiu-se ultrapassar os limites das ondas sonoras, e aliado ao advento da tecnologia, tem se aperfeiçoado e convergido a outras plataformas.

Discutiram-se ao longo dessa monografia, as novas formas de interação, foi trazido um novo aspecto do Rádio do século XXI, que não mais se limita a um aparelho de som, mas está acessível a outros aparelhos, a exemplo de celulares, tablets e computadores. Sua sintonia não necessita mais de uma procura no dial, pois basta conectar-se à internet, que a Rádio pode ser sintonizada.

O Rádio que escuto e o Rádio que vejo, parece algo contraditório, mas não é! Nesta literatura, a pesquisa demonstra os avanços da mídia radiofônica, do passado ao presente e a sua projeção futura. A partir do momento em que o programa Atualizando, objeto estudado, passa a ser analisado via plataformas digitais nos permite pensar acerca da cultura da comunicação e dos novos fenômenos causados pela tecnologia.

Para tanto, buscou-se refletir sobre essa nova era do Rádio em Campina Grande, marcada, além da inserção das emissoras às plataformas digitais, pelo processo de modernização. As AMs, genuínas de Campina, todas migraram para FM. E as que já operavam nesta frequência têm buscado meios de fincarem suas presenças na ambiência digital.

A grande discussão foi em cima da análise dos novos formatos de interação; e o levantamento feito na pesquisa aponta e atesta que essas novas formas são meios que

aproximam o rádio do público ouvinte, hoje, também internauta. É inconcebível tocar esse estudo sem atentar-se para essa reconfiguração radiofônica, aqui em Campina, assim como em todo o mundo. O Rádio, por si só, é convidativo a analisá-lo de maneira mais direta e aprofundada.

Em Campina Grande, a rádio 101 FM, provoca esse olhar mais científico, visto que eles têm inovado na forma de pensar, produzir e fazer o rádio. Espera-se com esta pesquisa, ao menos duas coisas: primeiro que a academia busque incentivar o alunado a seguir pesquisando nessa área da convergência das mídias. Segundo, os dados trazidos, os apontamentos feitos e elencados neste estudo, podem servir de cunho documental para a Rádio 101 FM, uma vez que ela pode anexar esta pesquisa ao seu acervo histórico.

A pesquisa permitiu descobrir, por meio da análise do Programa Atualizando, como o público é participativo, crítico e ao mesmo tempo solícito com os conteúdos que são publicados na Página de Fãs da Rádio. Ademais, de maneira mais ampla, permitiu encontrar números medidores de audiência que até então não se tinha.

O contato com os produtores e apresentadores do Programa Atualizando, bem como a busca pelos números, levou-nos a uma reflexão; da mesma maneira que o rádio avança, se transforma, assim também devemos nós, enquanto jornalistas e pesquisadores na área das comunicações sociais. Este estudo tende a contribuir, sobretudo, no entendimento de que o jornalista não pode mais ser como antes. Ele precisa também se reinventar e isso começa na formação acadêmica.

É necessário, porém, dizer que esta pesquisa restringiu-se praticamente à rádio 101 e ao Programa Atualizando, existindo ainda um leque amplo a ser explorado, partindo daqui mesmo de Campina Grande, pois assim como a 101 FM, outras Rádios tem buscado o caminho e feito a experiência de mergulharem neste novo ambiente digital.

Portanto, considero que este estudo deve ser tocado em frente a fim de descobrir mais sobre o novo rádio, afinal, o rádio que escuto e o rádio que vejo, tem se projetado ao futuro com essas novas formas ser.

REFERÊNCIAS

- ADOLF HITLER. **Só História**. Disponível em:
<https://www.sohistoria.com.br/biografias/adolf/>. Acesso em 25 de outubro de 2018.
- AGUIAR, Adriana. O que é, como criar e administrar uma Fanpage: O guia definitivo. **Marketing Conteúdo**. Disponível em: <https://marketingdeconteudo.com/fanpage/> Acesso em 14 de novembro de 2018.
- AGUIAR, Ronaldo Conde. **Almanaque da Rádio Nacional**. Edição ampliada. Rio de Janeiro/RJ: Casa da Palavra, 2007.
- ALENCAR, Felipe. O que é instagram?. **Tech Tudo**. Disponível em:
<https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2016/02/o-que-e-o-instagram.html>
Acesso em 12 de Novembro de 2018.
- A NOSSA HISTÓRIA. **Página de Fãs da 101 FM**. Disponível em:
https://www.facebook.com/pg/r101fm/about/?ref=page_internal. Acesso em 09 de Novembro de 2018.
- AZEVEDO, Júlio Arantes; MADEIRO, Carlos. **Audiência no rádio expandido**: uma análise do aplicativo RadiosNet. *Rádios Leituras*, Agosto 2017. Disponível em:
<https://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras/article/viewFile/881/902>.
Acesso em 12 Novembro de 2018.
- CALABRE, Lia. **A Era do Rádio**. Segunda edição. Rio de Janeiro/RJ: Jorge Zahar, 2004.
- COUTINHO, Mariana. Saiba mais sobre streaming, a tecnologia que se popularizou na web 2.0. **Tech Tudo**. Disponível em:
<https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html>. Acesso em 12 de Novembro de 2018.
- DANTAS, Tiago. Youtube, **Brasil Escola**. Disponível em
<https://brasilecola.uol.com.br/informatica/youtube.htm>. Acesso em 12 de novembro de 2018.
- DEL BIANCO, Nélia (Org.). **O Rádio na era da convergência**. São Paulo: Intercom, 2012.
- DOWNLOAD. **Dicionário online de português**. Disponível em:
<https://www.dicio.com.br/download/>. Acesso em 09 de Novembro de 2018.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2º Edição. São Paulo/SP: Atlas, 2011.
- FERRARETTO, Luiz Artur, KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e Convergência: Uma abordagem pela economia política da Comunicação. **Revista Famecos**, v. 17, n. 3, 2010. Disponível em:
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8185/5873>.
Acesso em Outubro de 2018.

FILHO, André Barbosa; PIOVESAN, Angelo; BENETON, Rosana. **Rádio Sintonia do Futuro**. São Paulo/SP: Paulinas, 2004.

FRANCISCO, Wagner de Cerqueira e. Código Morse. **Brasil Escola**. Disponível em <https://brasilescola.uol.com.br/geografia/codigo-morse.htm>. Acesso em 23 de Setembro de 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
GIRALDI, Paulo. **Igreja Virtual comunicar para Transcender**. 1º Edição. Brasília/DF, 2014. Dissertação de Mestrado. Universidade de Universidade Estadual Paulista, Brasília: CAPES, 2014.

GUGLIELMO MARCONI. **Brasil Escola**. 2015. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/biografias/guglielmo-marconi.htm>. Acesso em 23 de Setembro de 2018.

HERREROS, Mariano Cebrian. **O rádio no contexto da Comunicação Multiplataforma**. Rádio Leituras, Ano II. Edição Julho. Dezembro 2011. Disponível em: <http://radioleituras.wordpress.com>. Acesso em 15 de Outubro de 2018.

LÉVY, Pierrri. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo/SP: Editora 34, 1999.

MAGONONI, Antônio Francisco; BETTI, Juliana Gobbi. **As Interfaces do Rádio na Era da Digitalização e Convergência**. Fortaleza/CE: Intercom, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1119-1.pdf>. Acesso em 08 de Novembro de 2018.

MARTINS, Elaine. O que é Pod Cast?. **Tech Tudo**. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/1252-o-que-e-podcast-.htm> Acesso em 12 de novembro de 2018.

MARTINS, Nair Prata Moreira. **Webrádio: Novos Gêneros, Novas Formas de Interação**. Belo Horizonte/MG: Faculdade de Letras da UFMG, 2008.

NEIVA, Lenício Souto. **Representação Identitária do homem nordestino em Spots e Jingles de Rádio**. Monografia. Campina Grande/PB. Faculdade Cesrei. 2012.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na Era da Convergência das Mídias**. Cruz das Almas/BA: UFRB, 2012.

O QUE É O TWTITTER?. **Lenovo**. Disponível em: <https://www.lenovo.com/br/pt/faqs/pc-faqs/que-e-twitter/>. Acesso em 12 de Novembro de 2018.

O É FACEBOOK?. **Significados**. Disponível em: <https://www.significados.com.br/facebook/>. Acesso em 12 de Novembro de 2018.

O É WHATSAPP?. **Significados**. Disponível em: <https://www.significados.com.br/facebook/>. Acesso em 12 de Novembro de 2018.

O EMPREENDEDOR DAS COMUNICAÇÕES. **Wordpress**. Disponível em: <https://ahistoriadosdiariosassociados.wordpress.com/>. Acesso em 03 de Novembro de 2018.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de Radiojornalismo na Jovem Pan**. 2ª Edição. São Paulo/SP: Ática, 1989.

QUADROS, Mirian Redin de; LOPEZ, Debora Cristina. **Rádio e Redes Sociais: Novas ferramentas para velhos usos?** Intexto. Porto Alegre/RS: UFRGS, 2014. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/47574>. Acesso em 14 de Agosto de 2018.

QUADROS, Mirian Redin de; LOPEZ, Debora Cristina. **O rádio e a relação com o ouvinte no cenário da Convergência:** uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. ResearchGate, 2015. Disponível em: <http://researchgate.net/publication/283891993>. Acesso em 20 de novembro de 2018.

REVOLUÇÃO DE 30. **Só História**. Disponível em: <https://www.sohistoria.com.br/ef2/eravargas/p4.php>. Acesso em 25 de outubro de 2018.

RÁDIOS. Relatórios relacionados. **Rádios**. Disponível: <https://www.radios.com.br/relatorios>. Acesso em 11 de novembro de 2018.

RÁDIO 101 FM. **Rádio 101.1 FM - A primeira em Campina**. Disponível em: <https://www.youtube.com/radio101fmpb>. Acesso em 21 de Novembro de 2018.

SANTOS, Marco Aurélio da Silva. Transistor. **Mundo Educação**. Disponível em: <https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/fisica/transistor.htm>. Acesso em 02 de Novembro de 2018.

SEPAC, Serviço à Pastoral da Comunicação. **Rádio a arte de falar e ouvir:** (laboratório). Pastoral da Comunicação: Teoria e prática. Série Manuais. São Paulo/SP: Paulinas, 2003.

SILVA, Maria de Fátima; MOTTA, Vera Lúcia Barreto. Fragmentos da história do Rádio em Campina Grande – Paraíba. **Revista Tema**, v.30, n.17,. Campina Grande/PB: CESED, 2011.

SOBRE A TV BORBOREMA. **Tv Borborema**. Disponível em: <https://tvborborema.op9.com.br/empresa>. Acesso em 10 de Outubro de 2018.

SOBRE O CGI.BR. **Comitê Gestor da Internet**. Disponível em: <https://www.cgi.br/sobre/>. Acesso em 10 de Novembro de 2018.

SOUSA, Moacir Barbosa de. **As Primeiras Transmissões de Rádio na Paraíba**. 1º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. Porto Alegre/RS: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/1o-encontro-2003/1/as%20primeiras%20transmissoes%20de%20radio%20na%20paraiba.doc>. Acesso em 10 de Outubro de 2018.

SOUTO MAIOR, Gilson. **Rádio: História e Radiojornalismo**. João Pessoa/PB: A União, 2015.

SOUZA, Antônio Clarindo Barbosa; OLIVEIRA, Flavianny Guimarães de; SAMPAIO, Goretti Maria de Freitas. **História da Mídia Regional: O rádio em Campina Grande.** Campina Grande/PB: EDUFPG/EDUEP, 2006.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o Rádio Não Contou: Do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo.** 3ª edição. São Paulo/SP: Paulus, 2014.

TAVARES, Ana Cristina. Testemunha Ocular da História, Repórter Esso fez sucesso no rádio e na TV. **O Globo.** Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/testemunha-ocular-da-historia-reporter-esso-fez-sucesso-no-radio-na-tv-19930939#ixzz5YMT8PySU>. Acesso em 02 de Novembro de 2018.

TUDO SOBRE A MIGRAÇÃO DO AM-FM. **ABERT.** Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/index.php/tudo-sobre-a-migracao-do-radio-am>. Acesso em 08 de Novembro de 2018.

WEB. **Dicionário online de português.** Disponível em: <https://www.dicio.com.br/web/>. Acesso em 09 de Novembro de 2018.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Programa Atualizando – Rádio 101 FM

Figura 1. Programa Atualizando 01/12/2017



Fonte: <https://www.facebook.com/r101fm>

Figura 2. Bastidores do Programa Atualizando (03/11/2018).



Fonte: Elaboração própria, 2018.

Figura 3. Bastidores do Programa Atualizando (03/11/2018).



Legenda: Cabine onde acontece a produção do Programa. Mateus Araujo, o Produtor.

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Figura 4 - Estúdios da Rádio 101. Programa do dia 03/11/2018.



Legenda: Cabine de Produção. Técnico Léo Montanha.

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Figura 4 - Estúdios da Rádio 101. Programa do dia 03/11/2018.



Legenda: Produtores: Milena Sousa e Mateus Araújo.

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Figura 6 - Estúdios da Rádio 101. Programa do dia 03/11/2018.



Legenda: Apresentação: Kleber Oliveira; Participação de Bento Souto (camisa vermelha), Artur Omeritche. Na Técnica Nalmi Andrade.

Fonte: Elaboração própria, 2018.

PESQUISA TCC – PROGRAMA ATUALIZANDO 101

Perguntas:

- Da onde partiu a ideia?
- teve inspiração em algum outro programa?
- Quando começou o programa?
- Em que consiste o programa?
(gênero) / (quadros)
- Como se dá a produção do programa?
- Nesse contexto de convergência que vocês atuam, vocês conseguem notar uma diferença do público que está nas redes para o público “Tradicional”?
(Quem mais fiel o dá rede ou o tradicional)
- Qual é o tipo de público?
- O formato do programa corresponde ao planejamento que tiveram?
(tem recebido algum respaldo do público)
- O Atualizando, pode ser considerado um programa moderno?
- Qual edição do programa vocês destacariam?
(o que ele teve de especial?)
- Compreendendo que o Rádio passa por uma transformação, a partir da convergência com outras mídias, pode ser um modelo a ser seguido, por quê?

Equipe:

Produção:

Reportagem:

Apresentação:

Sonoplastia:

Programa diário

tempo de duração: