



CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

IVONE MARIA MONTANARI

RÁDIO DIFUSORA DE CAXIAS DO SUL: UMA HISTÓRIA DE 56 ANOS
SERVINDO À COMUNIDADE

CAXIAS DO SUL
2015

IVONE MARIA MONTANARI

**RÁDIO DIFUSORA DE CAXIAS DO SUL: UMA HISTÓRIA DE 56 ANOS
SERVINDO À COMUNIDADE**

Monografia de conclusão do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul, apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel. Orientadora: Profa. Me. Leyla Maria Portela Coimbra Thomé

CAXIAS DO SUL

2015

IVONE MARIA MONTANARI

Monografia de conclusão do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul, apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel.

_____ em dezembro/2015.

Banca Examinadora

Prof. Me. Leyla Maria Portela Coimbra Thomé (Orientadora)
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof. Me. Ana Laura Paraginski
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. Me. Marliva Vanti Gonçalves
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Dedico este trabalho à minha
família.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, criador de todas as coisas. Meus pais Antônio e Ida Montanari “*In Memoriam*”, meu irmão Percy e sua esposa Norma, suas filhas Adriana e Luciana, aos meus genros Ermani e Valdecir e meu neto Leonardo.

Agradeço à Frispit Webrádio e toda equipe que trabalhou comigo na época que fiz o meu estágio, contribuindo muito para meu aprendizado. A equipe era formada pela professora Leyla Coimbra Thomé, os técnicos Marcell Bocchese e Miguel Zamboni, e colegas de estágio Ana Romani, Fernanda Aguiar, Franciele Lorenzetti, Yasminne Borges e Matheus Oliveira.

À profa. Leyla Coimbra Thomé, por ter me orientado na produção deste trabalho e pela parceria na conclusão desta monografia.

Aos entrevistados que me auxiliaram da melhor maneira possível para a reconstrução da história da emissora Rádio Difusora Caxiense.

E, por fim, a todos que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho.

Fica minha eterna gratidão!

*Você pode sonhar, criar,
desenhar e construir o lugar
mais maravilhoso do mundo.
Mas é necessário ter pessoas
para transformar seu sonho em
realidade.*

Walt Disney

RESUMO

A presente monografia fala sobre a Rádio Difusora AM 1250 de Caxias do Sul e conta a história da emissora, desde quando surgiu, como também fala de sua maneira de fazer a sua programação. A questão norteadora desta pesquisa quer saber o que faz a Rádio Difusora se manter no ar por 56 anos em AM, apesar da concorrência. O objetivo deste trabalho é mostrar a trajetória da Rádio Difusora em Caxias do Sul e o seu papel na sociedade caxiense. Para isto, além da fundamentação teórica, as entrevistas realizadas serviram de base na construção do trabalho, visto que não existiam registros sobre a história da emissora. O método analítico e a pesquisa qualitativa foram usados na metodologia, permitindo que fossem observados e analisados pontos relevantes sobre a rádio. Para apoiar o método, utilizou-se o estudo de caso e a entrevista semiestruturada. Através disto e, principalmente, por meio das entrevistas realizadas, pode-se verificar os motivos que fazem a Rádio Difusora permanecer por tantos anos no ar.

Palavras-Chave: Rádio. História. Programação radiofônica.

ABSTRACT

The following monograph talks about Difusora AM 1250 Radio from Caxias do Sul and tells the history of the broadcaster, since the beginning, as the way that they do the programming. The guiding question of this research wants to know what Difusora Radio does to keep itself on air for 56 years in AM, despite competition. The objective of this work is to show Difusora Radio's trajectory in Caxias do Sul and its part at Caxias' society. To do this, besides the theoretical foundation, the interviews served as the basis of this work, since there were no records about the history of the station. The analytical method and qualitative research were used in the methodology, allowing them to be observed and analyzed relevant points on the radio. To support the method, case study and semi-structured interviews were used. Through this and mainly through interviews, could verify the reasons that make Difusora Radio remain for many years on the air.

Keywords: Radio. History. Radio programming.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 ASPECTOS HISTÓRICOS DO RÁDIO E DA RADIODIFUSÃO	12
2.1 A CHEGADA DO RÁDIO	12
2.2 OS PAIS DA RADIODIFUSÃO	13
2.3 AS PRIMEIRAS EXPERIÊNCIAS DO RÁDIO	15
2.3.1 Um passo para a radiodifusão	16
2.4 RADIODIFUSÃO NO BRASIL	17
2.5 PUBLICIDADE NO RÁDIO	18
2.6 MEIO DE COMUNICAÇÃO EM MASSA	19
2.7 FIM DA HEGEMONIA	22
2.8 RADIODIFUSÃO NO RIO GRANDE DO SUL	23
2.8.1 Fim da Hegemonia	25
2.9 RADIODIFUSÃO EM CAXIAS DO SUL	26
2.10 TENDÊNCIAS DO RÁDIO PARA SÉCULO XXI	28
2.11 MIGRAÇÃO AM PARA FM	36
3 PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA	40
3.1 O QUE É A PROGRAMAÇÃO	40
3.2 TIPOS DE PROGRAMAÇÃO	42
3.3 GÊNERO, FORMATO E PROGRAMA	43
4 A RÁDIO DIFUSORA	52
4.1 METODOLOGIA	52
4.2 OS ENTREVISTADOS	54
4.2.1 Roberto Renato Calabro	54
4.2.2 José Alves dos Santos	55
4.2.3 Abelino Gomes Cardoso	56
4.2.4 Marçal Ferreira Rodrigues	57
4.2.5 Milton Antunes Domingues	58
4.2.6 Ilton de Almeida França	60
4.2.7 Alaor de Oliveira	62
5 ANÁLISE	64
CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
ANEXO A – PROJETO DE MONOGRAFIA	78
ANEXO B – CD ENTREVISTAS	98

1 INTRODUÇÃO

A escolha em falar de rádio vem 50, desde quando minha família comprou um aparelho de rádio, exatamente no ano de 1957. Por ser muito nova, a chegada do aparelho não tinha me chamado a atenção. Meus pais eram apaixonados por rádio, quem o comprou foi minha mãe. O rádio tem a marca Invictus e o guardo até os dias de hoje como uma lembrança.

O rádio além da novidade, fazia sucesso entre nossos vizinhos e parentes. Uma vez por semana parentes, vizinhos, juntamente com meus pais, sentavam ao redor daquela caixa para ouvir o Programa Venha pra Cancha Amigo. O programa, além das músicas gaúchas, tinha um diferencial: as trovas ao vivo. Quando um dos trovadores elaborava uma resposta provocadora ao adversário, o público ouvinte em minha casa aplaudia o feito.

Então, junto com a família, comecei a tomar gosto por aquele aparelho quadrado, de madeira e que criança não podia mexer. Passei a me inteirar mais pela música, informação e esporte, e ser torcedora de paixão pelo Grêmio. O rádio trouxe a política para dentro de casa, entre os eventos políticos, o Golpe Militar. Lembro do conjunto The Beatles, também conhecidos como os quatro cabeludos de Liverpool e Elvis Presley, na onda do lê-iê-iê.

O Rádio fez parte da minha vida e a Rádio Difusora de Caxias do Sul faz parte dela, por isso a escolha do tema para minha pesquisa. Aqui, vou contar sua história, as transformações que sofreu e como conseguiu sobreviver a todas as mudanças, principalmente as de tecnologia.

Na minha adolescência, falava que meu sonho era ser jornalista. O sonho está sendo realizada, mas para fechar o ciclo precisa produzir o TCC. Então escolhi escrever sobre o rádio, já que o rádio foi o primeiro veículo a entrar na minha vida. Visitei vários rádios na cidade de Caxias e Vacaria, além de muitos profissionais da área, que me incentivaram conhecer a fundo a história do veículo em questão. A Rádio Difusora foi a segunda emissora que veio a se instalar na cidade.

A presente monografia vai tratar sobre a Rádio Difusora AM 1250 de Caxias do Sul e vai falar sobre a história da emissora, desde quando surgiu, sobre a linguagem e sua maneira de fazer a programação. A questão

norteadora desta pesquisa é saber por que a rádio Difusora se mantém no ar há 56 anos em AM, apesar da concorrência.

O objetivo deste trabalho é mostrar a trajetória da Rádio Difusora em Caxias do Sul e o seu papel na sociedade caxiense. Desta forma, os objetivos específicos visam em descrever a história da radiodifusão no Brasil e demonstrar a história da rádio no Brasil, Rio Grande do Sul e Caxias do Sul. Em seguida, contar a trajetória da rádio Difusora na cidade.

A pesquisa vai ser separada da seguinte maneira: no capítulo 2, será tratado o tema do rádio, com foco na história do meio de comunicação, o aparecimento no Rio Grande do Sul e Brasil, além da migração do AM para o FM, com base em autores como Luiz Artur Ferraretto (1984, 2001, 2002, 2007) e Ortriwano (1985). No capítulo 3, será abordada a programação radiofônica, com formatos, gêneros e programas. O capítulo utilizará conhecimento de autores como Mcleish (2001) e Hausman et al (2010).

Já no capítulo 4, serão apresentados alguns participantes da rádio Difusora e sua experiência trabalhando na emissora. São eles: Roberto Renato Calabro, José Alves dos Santos, Abelino Gomes Cardoso, Marçal Ferreira Rodrigues, Milton Antunes Domingues, Ilton de Almeida França e Alaor de Oliveira. No capítulo 5, será feita a análise da programação da Difusora com base nas entrevistas realizadas para responder a questão e as hipóteses do trabalho. A primeira hipótese traz como ponto forte a música gaúcha e como ganhou o público com esta seleção musical. Com a potência de 15 kw, a emissora aumentou sua penetração nos lares campeiros. Cada peão com seu rádio de pilha ouve a rádio caxiense por ser líder na boa música gaúcha. E a última hipótese traz outro ponto forte da emissora, o rádio jornalismo, além de uma programação dinâmica. A pesquisa será concluída no capítulo 6.

Para isto, além da fundamentação teórica, as entrevistas realizadas serviram de base na construção do trabalho, visto que não existiam registros sobre a história da emissora. A pesquisa será a qualitativa, tendo como métodos o analítico. Tudo isso para que fossem observados e analisados pontos relevantes sobre a rádio. Para apoiar o método, utilizou-se o estudo de caso e entrevistas semiestruturadas com pessoas trabalham e com antigos funcionários que não estão mais na emissora.

2 ASPECTOS HISTÓRICOS DO RÁDIO E DA RADIODIFUSÃO

O presente capítulo vai tratar da história do rádio e da radiodifusão, trazendo alguns aspectos históricos importantes e o conceito de radiodifusão.

2.1 A CHEGADA DO RÁDIO

O rádio chegou à casa dos brasileiros em 1922, trazendo consigo uma novidade que fazia sucesso entre os vizinhos e parentes daqueles que tinham aquele estranho objeto de madeira. Entre músicas, radionovelas e trovas, o público começava a se apaixonar por este aparelho, que até hoje faz sucesso.

As primeiras décadas do século XX foram marcadas por inovações tecnológicas que influenciaram de forma significativa a sociedade e a vida de cada pessoa. Os meios de comunicação, em especial o rádio, tiveram um papel importante na divulgação de ideias e na formação de opiniões. Encurtando distâncias e transmitindo informações e entretenimento, o rádio mantinha as pessoas a par dos acontecimentos. (MENEGUEL, 2011, p. 25).

Mas é claro que, como toda tecnologia, o rádio foi sendo substituído aos poucos, mas não totalmente, pela televisão. O aparelho chegou à casa dos brasileiros em 1950, trazido por Assis Chateaubriand, fundador do primeiro canal de televisão no país, a TV Tupi. O rádio, até 1960, era o principal meio de comunicação em massa no Brasil, e a televisão, mesmo depois de sua primeira transmissão em 1950, só conseguiu um alcance significativo depois dos anos 60, devido principalmente ao elevado custo. Nos anos 90, a indústria praticamente parou a fabricação destes aparelhos, mas apesar disso pode-se ver um crescimento no setor, já que a acessibilidade ao rádio se tornou cada vez mais fácil, devido aos aparelhos celulares, *ipod's* e mp3.

Segundo pesquisas, 87,9% dos domicílios brasileiros têm rádio, índice este, que pode ser maior, já que a pesquisa não contabiliza *ipod's*, mp3, etc. Além disso, o mercado dos rádios comerciais FM cresceu 36% nos últimos cinco anos. Em 2005, o total de emissoras outorgadas era de 1.915 e, em 2010, alcançou a marca de 2.602. No mesmo período, as receitas do rádio cresceram 18,5% em termos reais (crescimento total menos a taxa de inflação). A análise

histórica do período de 10 anos revela números ainda mais expressivos: a quantidade de emissoras FM passou de 1.322 em 2000 para 2.602 em 2010, um aumento de 97%¹. Outro estudo revelou que as pequenas rádios são maioria no país. As rádios de potência de 1KW representam mais de 50% do total de rádios AM, em populações com até 150 mil habitantes. A mesma tendência foi vista em rádios FM. Somando rádios comerciais e comunitárias, as emissoras de potência menor ou igual a 10KW representam 96% do total das emissoras².

Uma das grandes razões do sucesso que o rádio teve e ainda tem é que ele é um aparelho de fácil operação, baixo custo e grande alcance. Além disso:

Ao mesmo tempo, desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um. No caso da televisão, a decodificação das mensagens também se dá ao nível sensorial, só que a imaginação é limitada pela presença da imagem. No caso dos veículos impressos, a sensorialidade está muito mais contida, permitindo uma decodificação ao nível racional, sem envolvimento emocional que são criados pela presença da voz. (ORTRIWANO, 1985, p. 80).

2.2 OS PAIS DA RADIODIFUSÃO

Muito se especula a respeito de quem foi o pioneiro na invenção do rádio. A versão mais conhecida é a do italiano Guglielmo Marconi que, em 1896, recebeu a patente sobre o telégrafo sem fio³. A história menos conhecida é a do padre brasileiro Roberto Landell de Moura, que realizou com sucesso a primeira transmissão de voz sem fios, dois anos antes, entre 1893 e 1894.

Marconi desde muito cedo mostrou interesse pela telegrafia e foi através de um amigo, Netto Marchetti, que aprendeu o alfabeto Morse. Segundo Ferraretto (2001), Marconi começou a acompanhar experiências e ensinamentos de outros cientistas como Hertz e Maxwell.

[...] o professor de Física James Clerck Maxwell demonstra no ano de 1863, por deduções matemáticas, que o efeito combinado da eletricidade e do magnetismo manifesta-se no espaço, originando, um campo o qual se propaga sob forma de vibração ondulatória com a

¹ Dados do estudo "Tudo o que você precisa saber sobre rádio e televisão – licenças, outorgas, taxa de penetração, receitas e receptores", divulgado pela Abert. (2005- 2011).

² Dados do IBGE.

³ O rádio era visto como um telégrafo na época, e tinha como objetivo ser um aparelho de transmissão de mensagens.

velocidade da luz [...]. A teoria de Maxwell é ratificada experimentalmente em 1887, pelo físico alemão Heirinch Ruldolf Hertz. Com o tempo, as ondas previstas pelos cálculos de Maxwell e confirmadas pelas experiências de Hertz passariam a ser conhecidas como hertzianas. (FERRARETTO, 2001, p. 81).

Outro experimento que Marconi utilizou em seus estudos foi o *Cohere*⁴, de Augusto Righi⁵. A partir daí, Marconi começou a realizar as primeiras transmissões de rádio a curtas distâncias, até conseguir desenvolver sinais mais fortes. Entre 1890 e 1900, Marconi buscou apoio do governo italiano, mas não obteve sucesso. Foi na Inglaterra que conseguiu apoio e onde fundou sua empresa. Seu experimento foi utilizado primeiramente para coordenar viagens de navio de longa distância. Mais tarde, sua companhia começou a fabricar equipamentos que transmitiam mensagens.

Padre Roberto Landell de Moura, apesar ter sido considerado o “pioneiro” das telecomunicações no Brasil, não obteve o sucesso merecido pelos seus inventos, além de não ter recebido o apoio do governo brasileiro ou da igreja Católica. Diferente de Marconi, Landell não teve a patente de sua experiência documentada e oficializada, apenas em 1901, este conseguiu sua oficialização e a patente sobre o seu equipamento.

A questão central, no aspecto da primazia do invento, é que não existe prova documental de que Landell de Moura efetivamente realizou a experiência de 1893/1894, na Avenida Paulista, em São Paulo. Há registros em jornais da experiência desenvolvida em 1900, no mesmo local, e com a presença do Sr. Lupton, representante do Governo Britânico no Brasil. (HAUSSEN; CUNHA, 2003, p. 179).

Segundo Ferraretto (2002), Landell foi um gênio e conseguiu realizar invenções que antes não eram nem cogitadas como a invenção da lâmpada⁶ de três eletrodos, peça importante para o desenvolvimento da radiodifusão. Mas a falta de documentos que comprovassem suas criações foi um grande impedimento para o seu sucesso.

O brasileiro, em realidade, não inventou o rádio ou a televisão, que são criações coletivas, o que não diminuiu em nada a sua importância, a de grande pioneiro das comunicações, sem dúvida o

⁴ Era um tubo de material isolante, utilizado para detectar ondas de rádio

⁵ Augusto Righi foi um físico italiano. Segundo Ferraretto (2002), Marconi se aconselhava com o físico, e foi a partir de um aperfeiçoamento do *coherer* de Righi que foi possível realizar pequenas transmissões.

⁶ Lâmpada semelhante a inventada por Lee De Forest.

mais importante deste canto do planeta chamado Brasil. (FERRARETTO, 2001, p. 14).

O reconhecimento do Padre Landell de Moura pelo governo brasileiro só aconteceu em 2012 quando seu nome foi incluído no Livro Heróis da Pátria do Brasil.

2.3 AS PRIMEIRAS EXPERIÊNCIAS DO RÁDIO

Muito antes de Moura e Landell, vieram outros nomes importantes que tiveram um grande papel para desenvolvimento da radiodifusão. Entre eles: Samuel Morse (1791-1872) e Alexander Graham Bell (1847-1922). Samuel Morse (1791- 1872) foi um pintor e inventor americano. Estudou em Yale, onde se dedicou aos estudos de eletricidade. Fundou em Nova York a Sociedade das Belas artes e a *National Academy of Design*. Foi através dos experimentos de Benjamin Franklin, que começou a ter as primeiras ideias a respeito do telégrafo. Em 1838, com ajuda do inventor Alfred Vail, ele organizou a primeira demonstração pública de seu invento que transmitia mensagens criptografadas (código Morse) através do telégrafo. Segundo Ferraretto (1984), sua invenção funcionava assim:

[...] constante, inclusive de uma fita de papel passando entre dois cilindros e sobre o qual a ponta de um lápis acionado, em sequência, pela abertura e fechamento da corrente elétrica, deixava no papel uma série de traços curtos e longos e, segundo as combinações inventadas, ele lia as diferentes letras do alfabeto. (FERRARETTO, 1984, p. 30).

Alexander Graham Bell (1847-1922), nasceu nos Estados Unidos na cidade de Edimburgo. Bell era doutor em medicina e tinha uma escola para formar instrutores de surdos e mudos. Foi depois de ver a invenção de um professor alemão, Philip Reis, batizada de telefone, que Bell começou a ter suas primeiras ideias, imaginando que a eletricidade poderia aperfeiçoar este invento. Depois de muitos testes e experimentos, em 1876, Bell conseguiu adquirir a patente para seu aparelho. Em 1915, foi lançada a primeira linha transcontinental. Segundo Ferraretto (2002), foi o telefone de Bell que permitiu o requinte da transmissão da voz humana com seu microfone. E foi através da

criação do telégrafo de Morse e do telefone de Bell, que surgiram as primeiras pesquisas e estudos que mais tarde tornaria possível a radiodifusão.

2.3.1 Um passo para a radiodifusão

Outra grande invenção surgiu depois daquela criada por Marconi, e conseguiu transformar o rádio em um aparelho de uso mundial. Lee de Forest quem obteve esta façanha ao criar a válvula de três eletrodos, conhecida como *Tríodo*.

[...] em 1907, apresentou sua invenção da válvula a vácuo com três eletrodos, intitulada Audion e atualmente mais conhecida por Tríodo. Isto aconteceu no dia 31 de dezembro de 1906, data memorável em que Lee De Forest teve a ideia de inserir na válvula de Fleming, entre o filamento e a placa, um terceiro elétrico (grade) em forma de espiral, ligada a uma antena de recepção. (SAMPAIO, 1984, p. 55).

De Forest obteve o registro da patente de sua invenção em 1907 e, nos anos seguintes, buscou melhorar a válvula, montando um sistema que propagasse ondas em longas distâncias. Seu primeiro teste ocorreu em Paris, na Torre Eiffel. Segundo Ferraretto (1984), foi possível alcançar transmissões com distâncias de 700 quilômetros do local que em seu aparelho estava instalado. De acordo com Ferraretto (1984), as válvulas proporcionavam mais estabilidade das oscilações ondulatórias, o que resultou em um maior alcance das transmissões e simplificação das antenas. Anos mais tarde, Le Forest descobriu outras funções para a sua válvula tríodo.

Em 1906, construiu e pôs em funcionamento uma estação de rádio experimental. Outros imitadores surgiram para gáudio dos novos ouvintes que se foram multiplicando. Estava nascendo se bem que desordenadamente, o rádio broadcasting. (FERRARETTO, 1984, p. 56).

Assim como discorre Ferraretto (1984), surge o rádio *broadcasting*, que significa transmitir. No Brasil, chamamos de radiodifusão, que é o processo pelo qual se transmite ou difunde determinada informação, tendo como principal característica que a mesma informação está sendo enviada para muitos receptores ao mesmo tempo.

2.4 RADIODIFUSÃO NO BRASIL

A primeira demonstração pública de radiodifusão no Brasil aconteceu em 1922, no Rio de Janeiro, e foi realizada pelas empresas *Wesinghouse International Company* e a *Western Electric Company*, em uma exposição comemorativa ao centenário da Independência. Na ocasião, foi transmitido o discurso do presidente da República, Epitácio da Silva Pessoa, e de outras autoridades civis e militares. Nesta transmissão, 80 receptores foram instalados no Corcovado, transmitindo as primeiras ondas eletromagnéticas, que mais tarde levariam informação e entretenimento para a sociedade brasileira.

Segundo Ortriwano (1985), antes mesmo da primeira transmissão no Brasil, haviam documentos comprovando que alguns amadores tiveram feito experiências. Para ele, a primeira transmissão no Brasil aconteceu em Pernambuco, no dia 6 de abril de 1919, com a Rádio Clube de Pernambuco, de Oscar Moreira Pinto.

Depois do experimento realizado no Rio de Janeiro, os equipamentos foram retirados e, somente no ano seguinte, no dia 23 de abril, é que surgiria a primeira emissora regular do Brasil. Com potência de 500 watts, a emissora foi adaptada à radiodifusão. Foi neste período que surgiram nomes como Edgard Roquette Pinto e Henrique Morize, considerados os pioneiros da radiodifusão sonora brasileira, ambos fundares da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.

Em seus primeiros meses de funcionamento a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro operou sem uma programação definida e com emissões esporádicas. Em outubro começa a ser organizada uma sequência de programas com notícias de interesse geral, conferências literárias, artísticas e científicas, números infantis, poesia, música vocal e instrumental. (FERRARETTO, 2001, p. 96).

As primeiras transmissões tinham programas regulares. “[...] a programação apresentava um nível erudito e cultural. Nada de publicidade nem música popular.” (SAMPAIO, 1984, p. 114).

2.5 PUBLICIDADE NO RÁDIO

No início, o rádio era tido como um meio de comunicação voltado para a elite, e para adquirir um destes aparelhos era necessário buscar no exterior. Além disso, a manutenção financeira tinha como base uma contribuição mensal:

[...] ao ingressar na Rádio Sociedade, cada sócio pagava mais cem mil-réis de joia, a título de reserva. O custo dos aparelhos também era alto. Mesmo um rudimentar receptor de galena fabricado em casa dependia da compra de fones de ouvido que, na época custavam cinquenta mil-réis. (FERRARETTO, 2001, p. 99).

Em 1924, surge a Rádio Clube do Brasil, pioneira na implantação de espaço publicitário no rádio. Segundo Ferraretto (2000):

O rádio começa, embora lentamente, a ganhar contornos massivos em 1924, quando Elba Dias populariza as transmissões, lançando a Rádio Clube do Brasil, no Rio de Janeiro. A indústria fonográfica já existia no país desde o final do século 19. O rádio começa, de forma embrionária, a compartilhar interesses com a produção de discos e de espetáculos. Deste modo, o popular vai substituir o erudito e o interesse comercial passa, sem seguida, a ocupar o espaço do idealismo dos pioneiros Edgar Roquette Pinto e Henry Moritze. (FERRARETTO, 2000, p. 23).

Mas é só a partir do Decreto nº 21.111, em 1932, que a publicidade é autorizada. “Com o dinheiro as emissoras investiram em equipamentos e, principalmente da formação de quadros de funcionários, com a contratação de músicos e cantores.” (JUNG, 2004, p. 26). Foi a partir deste decreto que as emissoras de rádio passaram a deixar de lado as transmissões, que antes eram voltadas a educação, informação e arte e passaram a ser mais comerciais, com consequência disso se tornaram mais populares.

Com o advento da publicidade, as emissoras trataram de se organizar como empresas para disputar o mercado. A competição teve, originalmente, três facetas: desenvolvimento técnico, status da emissora e sua popularidade. A preocupação “educativa” foi sendo deixada de lado e, em seu lugar, começaram a se impor os interesses mercantis. (ORTRIWANO, 1985, p.15).

2.6 MEIO DE COMUNICAÇÃO EM MASSA

A partir de 1930, o rádio começa a se tornar um meio de comunicação de massa. “O rádio começa a se estruturar, não mais como novidade, mas sim se constituindo em um veículo de comunicação que, ao buscar o lucro, volta-se para a obtenção constante de anunciantes e de público.” (FERRARETTO, 2001, p. 102).

Em 1931, em São Paulo, surge a primeira emissora voltada para o lucro, a rádio Record. Junto com essa emissora, destacou-se o locutor César Ladeira, que inovou na organização da programação, além de ter criado para a Mayrink Veiga, do Rio de Janeiro, audições com apresentações de cantores como Carmem Miranda e Silvio Caldas.

Outro comunicador importante que surgiu no rádio foi Adhemar Casé. Foi o seu programa, chamado Programa Casé, que tornou-se uma das principais atrações do país, fazendo a publicidade ganhar notoriedade. “Nele surge o primeiro jingle do Brasil, criado pelo composto, radialista e desenhista Antônio Gabriel Nássara para a Padaria Bragança.” (FERRARETTO, 2011, p. 106).

A partir daí o rádio começou a ganhar grande notoriedade, e se tornou um meio de comunicação de massa, assumindo assim um grande papel na vida política e econômica do país. Na vida política, o rádio teve um papel importante na Revolta Constitucionalista de 1932, que teve César Ladeira como locutor oficial desta Revolução⁷.

E o rádio brasileiro vai encontrando seu caminho, definindo sua linha de atuação e assumindo um papel cada vez mais importante na vida política e econômica do país. Getúlio Vargas foi o primeiro governante brasileiro a ver no rádio grande importância política. E passa a utilizá-lo dentro de um modelo autoritário. (ORTRIWANO, 1985, p. 17).

A única emissora que fazia transmissões contrárias à ditadura de Vargas⁸ era a Rádio Record, de São Paulo, já que a programação radiofônica estava sendo controlada por censores.

⁷ A Revolta Constitucional, eclodiu em 1932, e foi um movimento que tinha como objetivo a derrubada do governo de Getúlio Vargas.

⁸ Getúlio Vargas foi presidente do Brasil por duas vezes, entre 1930-1945 e 1950-1954.

No estado Novo, a partir de 1937, Getúlio se utilizou do rádio para fazer propaganda da sua ideologia política e criou até um programa A voz do Brasil, na época Hora do Brasil, para ser o divulgador oficial do governo, principalmente dos discursos presidenciais. (PRATA, 2008, p. 24).

A partir dos anos 40, o rádio entra em uma grande fase, conhecida como “fase de ouro do rádio”. Foi nesta fase que começaram a surgir programas de auditório, programas humorísticos e rádio jornalismo. Além disso, esta época foi marcada pela influência de agências norte americanas, que passaram a divulgar seus produtos no mercado nacional.

Outra característica recorrente foi a popularização das emissoras, que gerou uma concorrência entre elas, e atraiu anunciantes e público. E foi também neste período, que surgiu o IBOPE (Instituto Brasileiro de opinião pública e estatística), cujo intuito é promover relatórios a fim de verificar a audiência alcançada pelas emissoras.

Sobre isto, Ortriwano (1985), escreveu:

É a guerra pela audiência, com as emissoras concorrendo entre si para garantir o faturamento. Cada uma delas procura mostrar maior popularidade, fator importante para que os anunciantes se decidissem pelo investimento de suas verbas. E também a concorrência entre o rádio e os veículos impressos começa a ser discutida. (ORTRIWANO, 1985, p. 20).

E em 1941, com a II Guerra Mundial, o rádio passa a se tornar um veículo de difusão, sendo importante na divulgação de notícias. Com isto surge o Repórter Esso. Segundo Ortriwano (1985), o programa foi um marco na história da radiodifusão.

Algumas emissoras começam a especializar-se em determinados campos de atividade. A Rádio Panamericana, de São Paulo, a partir de 1947, transforma-se na “Emissora dos Esportes”, conseguindo liderança na audiência e introduzindo muitas inovações nas transmissões esportivas. É também a fase em que o radiojornalismo começa a surgir como atividade mais estruturada, com o lançamento de alguns jornais que marcaram definitivamente o gênero. Entre eles, merecem destaque o “Repórter Esso”, o “Grande Jornal Falado Tupi” e o “Matutino Tupi”. (ORTRIWANO, 1985, p. 20).

O Repórter Esso estreou no dia 28 de agosto de 1941, no Rádio Nacional do Rio de Janeiro, tendo como slogan “Testemunha ocular da

história”. Segundo Klöckner, este programa de rádio apresentou um estilo novo de informação, com um noticiário mais ágil, vibrante e sucinto, em apenas cinco minutos de duração. Desenvolvendo, assim, uma linguagem própria e definindo conceitos de locução, credibilidade e pontualidade.

Outra parte fundamental da história do rádio foi o surgimento das radionovelas. A primeira transmissão de radionovela no Brasil aconteceu em 1941, através de uma adaptação do texto do cubano Leandro Blanco, *Em busca da Felicidade*. Foi a Rádio Nacional a primeira emissora a levar as radionovelas para a casa das famílias brasileiras, chegando a transmitir 14 novelas diariamente em 1945.

Segundo Calabre (2004):

A linguagem da radionovela tinha que ser simples, e a temática deveria ser abordada de forma a sensibilizar o ouvinte, gerando consumo do universo imaginário. Como hoje com as telenovelas, as radionovelas entraram no cotidiano das pessoas despertando sentimentos diversos, provocando debates e até manifestações extremadas de partes dos ouvintes. Aguardando o episódio seguinte, o público comentava os fatos ocorridos, concordava ou censurava atitudes tomadas pelos personagens, criando com estes laços de admiração ou aversão. Existem vários registros de ouvintes indignados apoiando as ações de determinados personagens. (CALABRE, 2004, p. 37).

Nos anos 50 as radionovelas começaram a serem substituídas pelas novelas transmitidas pela TV, além disso, as emissoras de TV estavam se moldando e planejando seus programas, de acordo com o que já fazia sucesso no rádio.

A “época de ouro” do rádio termina, coincidentemente, com o surgimento no Brasil de um novo meio: a televisão. Quando surge, ela vai buscar no rádio seus primeiros profissionais, imita seus quadros e carrega com ela a publicidade. Para enfrentar a concorrência com a televisão, o rádio precisava procurar uma nova linguagem, mais econômica. (ORTRIWANO, 1985, p. 21).

2.7 FIM DA HEGEMONIA

Em 1950 surge a primeira emissora televisiva da América Latina, a TV Tupi-difusora, criada por Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo⁹. Esse novo de comunicação foi o marco do fim da “era de ouro do rádio”, e foi necessário que o rádio se adaptasse a essa mudança.

No início, foi reduzido à fase do vitrolão. [...] Como o faturamento era menor, as emissoras passaram a investir menos, tanto em produção, quanto em equipamento. [...] O rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública. [...]. Começa a acentuar-se a especialização das emissoras, procurando cada uma delas um público específico. (ORTRIWANO, 1985, p. 21-22).

Segundo Ferraretto (2001), em busca de audiências massivas, em 23 de dezembro de 1947, três cientistas da *Bell Telephone Laboratories*, em Nova Jersey, nos Estados Unidos, apresentaram o transistor. Conforme Prata (2008), a tecnologia eliminou fios e tomadas dos aparelhos, criando uma forma nova de comunicação, que poderia estar com o ouvinte em qualquer lugar.

Para se manter diferente do que estava sendo apresentado na televisão, o rádio adquiriu uma nova estrutura, dando um passo importante no radiojornalismo, transformando-se em um meio de comunicação mais atuante, baseado no esporte, jornalismo e serviço à população.

Lança um tipo de programa que seria depois adotado pelas emissoras de todo país: os serviços de utilidade pública. A inovação foi introduzida pelo jornalista Reinaldo Jardim, que teve como objetivo restabelecer o diálogo com os ouvintes. Inicialmente, o Serviço de Utilidade Pública surgiu nas rádios divulgando notas de “achados e perdidos”. Posteriormente, os serviços vão se ampliando, chegando a criar setores, exclusivos dentro das emissoras. (ORTRIWANO, 1985, p. 22-23).

A partir de 1970, a radiodifusão ganha outro impulso, com a implantação das emissoras FM (Frequência Modulada). Edwin Howard Amstronng foi o

⁹ O império de Chateaubriand englobava 33 jornais, 25 emissoras de rádio, 22 estações de TV, uma editora, 28 revistas, duas agências de notícias, três empresas de serviço, uma de representação, uma agência de publicidade, três gráficas e duas gravadoras de disco.

criador desta tecnologia, desenvolvida em 1939. O modelo adotado no Brasil foi o mesmo modelo do padrão norte-americano e proporcionou uma qualidade sonora superior, mas com um raio de alcance menor. Segundo Ferraretto (2001), dentre os objetivos estavam a estratégia de interiorizar a radiodifusão, dotar as cidades de uma estação e garantir a chegada do rádio em cidades que o AM (Amplitude Modulada) não alcançava.

Esse tipo de transmissão ficou conhecido como música ambiente e era necessário o pagamento de uma assinatura mensal para usufruir deste serviço. A primeira emissora a adotar este sistema foi a Radio Imprensa, no Rio de Janeiro, seguida pela Rádio Difusora FM de São Paulo, que tinha uma programação voltada para a classe média.

A partir de meados de 70, começa a transformação para que o rádio conseguisse sair definitivamente do marasmo em que caiu a partir dos anos 50. A tendência à especialização mostrou-se cada vez maior. As emissoras passaram a identificar-se com determinadas faixas sócio-econômico-culturais, procurando dirigir-se a elas e buscando sua linguagem nos próprios padrões das classes que desejavam atingir. (ORTRIWANO, 1985, p. 24).

Em 1989, surgem as redes via satélite, permitindo que as emissoras começassem a produzir e distribuir conteúdo via rede. Foi através da Embratel, que criou no país o *Radiosat*, foi desenvolvida uma rede que interligasse diversos pontos do Brasil e do mundo. As pioneiras neste formato foram a Bandeirantes AM de São Paulo e a Rádio Gaúcha AM.

2.8 RADIODIFUSÃO NO RIO GRANDE DO SUL

A implementação do rádio no Rio Grande do Sul não foi muito diferente do resto do Brasil. Foi uma tarefa árdua, já que o rádio era considerado um meio de comunicação elitista, muito caro e os aparelhos receptores eram grandes. Para funcionar, os aparelhos precisavam estar conectados em redes de energia elétrica que não chegavam a toda população.

A primeira rádio no estado foi inaugurada em 1924 em Porto Alegre. A Rádio Sociedade Rio-Grandense foi uma emissora que seguiu nos mesmos moldes de outras rádios brasileiras da época e cobrava uma taxa mensal de seus ouvintes.

Apesar de sua curta duração, no entanto, a Rádio Sociedade Rio-Grandense foi, sem dúvida, a primeira tentativa de repetir em Porto Alegre as experiências levadas a cabo na época em outros centros. Mais que isto, aumentou a curiosidade a respeito do novo veículo de comunicação. (FERRARETTO, 2002, p. 52).

De acordo com Haussen (2003), depois da Rádio Sociedade Rio-Grandense surgiram outras emissoras que tiveram grande importância na história da Radiodifusão do Rio Grande do Sul. Foram elas: a Rádio Sociedade Pelotense (1925) da cidade de Pelotas, e, na capital, a Rádio Sociedade Gaúcha (1927), Rádio Difusora Porto-alegrense, (1934), e a Rádio Farroupilha (1935).

A Rádio Pelotense (1925) foi a primeira rádio do interior gaúcho e sua programação era baseada nas transmissões das rádios argentinas. Segundo Thomé et al (2001):

Foi assim que surgiu nossa primeira emissora, instalada em Pelotas, que era então a cidade de mais alto nível cultural do estado e, também, onde se concentravam as maiores fortunas. Estavam ali reunidos os dois ingredientes que dariam sustentação à ideia: a cultura e dinheiro. (THOMÉ et al, 2001, p. 10).

Logo depois do surgimento da Rádio Pelotense, surgiu, em Porto Alegre, a Rádio Sociedade Gaúcha (1927), sendo a segunda rádio gaúcha com caráter comercial do Rio Grande do Sul e a primeira a realizar uma transmissão de um jogo de futebol (1931). Além de ser a pioneira em realizar uma transmissão fora de Porto Alegre (1932), durante a primeira edição da Festa da Uva em Caxias do Sul.

No início de suas transmissões, a Rádio Gaúcha cobrava uma taxa de seus ouvintes, já que, naquela época, ainda eram proibidas as transmissões de propaganda. Além disso, a programação era voltada para um público mais elitista e intelectual, transmitindo cultura e educação.

Para alavancar a audiência, surgiu a criação de espaços comerciais e de programas patrocinados, depois do Decreto n. 21.111 (1932), que permitia que 10% da programação fosse preenchida por reclames. Foi a partir desta época que os anúncios publicitários se tornaram a principal fonte de renda das

emissoras, deixando de lado a cobrança de uma taxa de seus ouvintes e começando a ser popular entre as massas

Dois anos após o Decreto, surgiu a Rádio Difusora Porto Alegre (1934), que teve grande importância no estado, por ser a primeira emissora pensada como negócio no Rio Grande do Sul. Foi a partir daí que se começou a utilizar a publicidade não só como meio de sustentar as emissoras, mas para gerar lucro também.

Seguindo esses moldes, surge a Rádio Farroupilha (1935), uma rádio sustentada pela venda de anúncios publicitários. Esta rádio se destacou devido a programação diferenciada, que contava com apresentações de músicos e noticiários. Em 1943, a rádio Farroupilha foi incorporada à rede de Diários Associados¹⁰ de Assis Chateaubriand.

A incorporação da Farroupilha aos Associados vai fazer com que a emissora lance, nos anos 40, as bases para que, na década seguinte, definam-se os contornos de uma indústria de produção de conteúdo voltada ao entretenimento e caracterizada por produtos de largo consumo, como novelas radiofônicas, os programas de auditório e humorísticos. (FERRARETTO, 2002, p. 145).

Esta parceria gerou um crescimento para a Rádio Farroupilha, mas depois de uma disputa dos condomínios por 49% do controle dos Diários Associados, a morte de Assis Chateaubriand, e o fechamento da Rede Tupi e Piratini, a emissora foi comprada pelo grupo RBS em 1982 e integrada a Emissora Gaúcha, tornando-a novamente popular.

2.8.1 Fim da Hegemonia

Além da já conhecida fórmula de sucesso das rádios brasileiras (radionovelas, programas de auditório, etc.), as rádios gaúchas conseguiram se consolidar graças a parcerias com jornais e a criação de associações para a troca de informações, visando a melhoria da qualidade das transmissões. Em 1950, o Rio Grande do Sul já tinha 28 emissoras espalhadas. A maioria se localizava no interior. Segundo Ferraretto (2007), em 1960 apenas 10% das

¹⁰ A rádio Associados fazia parte do império de Assis Chateaubriand, e era constituída por 22 jornais, 4 revistas e 9 emissoras de rádios.

rádios do Rio Grande do Sul funcionavam na capital, existindo vários polos em que se verificava alguma concorrência, mesmo que incipiente.

Mas não muito diferente do que aconteceu no resto do Brasil, o Rio Grande do Sul, também, teve uma queda de público devido ao advento da TV nos anos 50, por isso foi necessário buscar formas de se adaptar as novas mudanças.

[...] o rádio gaúcho em um processo que chega ainda inconcluso à década seguinte, começa assim, a substituir o entretenimento ao vivo pela música, ampliando, também, os espaços, até então minoritários ou inexistentes, dedicados à notícia à reportagem, à entrevista, à cobertura esportiva, à participação do ouvinte e a prestação de serviços. (FERRARETTO, 2007, p. 90).

As rádios que se destacaram ao se adaptarem foram: Rádio Difusora¹¹ (transmitindo programas religiosos, musicais, noticiário); Rádio Guaíba, (investindo na locução ao vivo, nas músicas e no esporte¹²); Rádio Gaúcha (passando a ser uma rádio informativa, com foco nos esportes). Rádio Continental (focando no público jovem).

Em 1995 aconteceu a inauguração da Rede Gaúcha Sat¹³, do Grupo RBS. Já no ano de 2003, a Rádio Gaúcha, a cabeça da Rede Gaúcha Sat, foi a primeira do Brasil a realizar uma transmissão experimental de sinal digital, além disso a Rádio Gaúcha, se consolidou como maior emissora de Rádio do Brasil.

2.9 RADIODIFUSÃO EM CAXIAS DO SUL

A história da Radiodifusão em Caxias do Sul começou muito antes de ter uma estação de rádio na cidade, pois a cidade já contava com autofalantes na praça Dante Alighieri, que faziam anúncios e tocavam músicas para os moradores de Caxias do Sul. Somente 1944, depois da Segunda Guerra Mundial, que nasceu a primeira estação de rádio em Caxias do Sul. Surgiu a Rádio Caxias, criada por Joaquim Pedro Lisboa, Arnaldo Ballvé e Luiz Napolitano, através de um projeto chamado Emissoras Reunidas, que tinha como objetivo abrir emissoras no interior do Rio Grande do Sul.

¹¹ Em 1958, foi adquirida pela Ordem dos Capuchinhos

¹² Teve um grande destaque em 1958, com a cobertura da Copa do Mundo na Suécia.

¹³ Detém mais 160 emissoras em todo Brasil.

A rádio Caxias tinha como diretor Nestor Rizzo e sua programação era bem diversificada, com a inclusão de músicas, notícias e utilidade pública.

A rádio Caxias foi uma presença constante. Não se limitou a noticiar, como seria sua finalidade básica. Foi muito além: viveu e promoveu a vida de Caxias do Sul, aberta a todas iniciativas e com a liberdade que a lei e as circunstâncias históricas lhe permitiram. Quando teve opção, jamais impediu a divulgação de ideias. E tanto, isto é verdade, que a Rádio jamais foi organizadamente contestada e as demais emissoras da cidade nasceram de concessões. (GARDELIN, 1996, p. 22).

A rádio Caxias faz parte do Sistema Trídio de Comunicação (STC), que conta também com outras emissoras.

Como reflexo, o sistema Trídio de Comunicação acaba por arrendar duas das suas rádios: a 1.010 AM para Universidade de Caxias do Sul, e a 17,7 FM para a Igreja Universal do Reino de Deus. Destas apenas a primeira retorna ao controle do grupo, com a segunda incorporando-se à Rede Itapema FM, da RBS- Em outubro de 2004, o STC opera, portanto, com três emissoras, seguindo em linhas gerais o tipo de programação estabelecidos antes da crise com estações dedicadas ao radiojornalismo- a Caxias AM, ao segmento popular- a 1.010 AM- é a música jovem- a 93,5 FM. (FERRARETTO, 2007, p. 316).

Outras rádios importantes na história da radiodifusão caxiense foram a rádio São Francisco, e a rádio Mais Nova FM. A rádio São Francisco FM emissora da Ordem dos Freis Capuchinhos do Rio Grande do Sul surgiu em 1967, pela Fundação Cultural Rio-grandense, sendo a primeira rádio do interior do Estado a fazer a conversão de AM para FM.

No dia 4 de outubro de 1967, um grupo de Freis Capuchinhos fundou a Rádio São Francisco AM, 560kHz, que possui 5Kw de potência. Em 4 de outubro de 1977, exatos dez anos depois, iniciaram as atividades da Rádio São Francisco FM, 98kHz, que possui 10Kw de potência. (SANTOS, 2006, p. 28).

Em 1999 a rede Mais Nova FM foi integrada a rádio São Francisco 98,5 MHz, transformando-se em uma rádio por satélite 24 horas, além da São Francisco a Mais Nova entrega outras 9 emissoras, gerando programação para diversas cidades do Rio Grande do Sul.

2.10 TENDÊNCIAS DO RÁDIO PARA SÉCULO XXI

Desde a primeira transmissão, no Brasil, em 1922, o rádio sempre viveu em constantes mudanças. Há dois grandes momentos de transformação do rádio. O primeiro deles, como já ressaltado, é contemporâneo do surgimento da televisão, na década de 50. Dizia-se, na época, que o rádio iria acabar. Hoje, um novo debate toma conta da radiofonia: a internet vai substituir o rádio? Os novos formatos de áudio podem ser definidos como rádio? Os modelos de áudio propiciados pela web irão excluir o modelo tradicional do rádio brasileiro conhecido por todos?

O velho fantasma da extinção do rádio ronda mais uma vez os nossos estúdios, trazendo angústias e incertezas a seus profissionais e gerando confusão entre os estudiosos do meio. Agora, a ameaça se chama internet, o fenômeno que parece querer subjugar o mundo nesta virada do milênio, devorando todas as mídias que o antecederam, até mesmo a televisão, até há pouco tão garbosa no seu domínio sobre a civilização. Diante de tal poder e voracidade, quem tem chance de sobreviver? Alguém é louco de apostar no rádio?. (MEDITSCH, 2001, p. 1).

As mudanças que o rádio sofreu e a sua evolução como meio de comunicação estão intrinsicamente ligadas às mudanças relacionadas à tecnologia, ao consumo de informação e aos dispositivos de transmissão. Isso implica as formas de consumo, a portabilidade e a impossibilidade de inserção em diversos dispositivos multiplataforma que permitem que o rádio esteja mais próximo do seu ouvinte.

Um dos caminhos apresentados pela reformulação desse processo passa pela convergência gerada a partir do aperfeiçoamento de diversas tecnologias. Jenkins (2006, p. 26) afirma que “[...] a convergência representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos”. Por outro lado, Lopez (2010) falou que a digitalização “[...] permitirá ao rádio a integração neste processo, fazendo com que ele deixe de ser um meio de comunicação deslocado do processo de tecnologização da informação.” (LOPEZ, 2010, p. 11).

Esses avanços tecnológicos possibilitaram a transmissão de arquivos com mais qualidade, além de facilitar a produção radiofônica. Foi nos anos 90, que o processo de digitalização ganhou força e chegou efetivamente no rádio brasileiro. Os primeiros passos foram relacionados à difusão do CD, do MD e do DAT. Antes disso, a programação de rádio que ia ao ar era produzida com fitas magnéticas em rolos, cartuchos e cassetes.

Sobre as novas tecnologias que auxiliaram o rádio, Ferreira e Paiva (2008) comentam que:

[...] o processo se dá com base em três fatores: o primeiro é a profundidade em um bit, onde quanto mais dados melhor a referência a ser armazenada. O segundo é a amostragem que podemos entender como captação de momentos específicos a onda sonora armazenando-os em formato digital. E, por fim, a quantização, que é a representação digital do nível ou intensidade de um som. (FERREIRA; PAIVA, 2008, p. 22-23).

As ondas sonoras emitidas foram convertidas em um conjunto de códigos binários (0 e 1), dessa forma possibilitando a transformação dos arquivos em outras plataformas, facilitando a edição, o transporte e a veiculação do som.

Segundo Ferraretto (2007), duas principais inovações tecnológicas, a partir de 1990, foram essenciais para a transformação das rotinas do radiojornalismo e das possibilidades de escuta, antes limitadas ao AM e ao FM: o uso do telefone celular e da internet como suporte e fonte para a informação.

Empresas criaram suas páginas na internet e o rádio acabou passando pelo mesmo processo. Assim, aos poucos, a transmissão *online* da programação passou a ser um produto midiático, podendo ser acessado simultaneamente no rádio e no computador.

Livre ou comercial, o mais relevante nessas novas estações é a radical mudança de cultura no âmbito da audiência, que pode passar a programar o que deseja ouvir – como no caso da Net Rádio, emissora exclusivamente virtual a transmitir, pioneiramente, 24 horas por dia. (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 115).

O salto maior foi em 1998, quando surgiram no Brasil emissoras de rádio com existência apenas na internet, denominadas por webrádios. Quando Meditsch (2001) fala que o fantasma da extinção do rádio ronda os estúdios

sob a ameaça da internet, é preciso lembrar que a web, certamente, não representa o fim, mas o início de uma nova era, regida pela digitalização e com novos preceitos. Ela utiliza novas linguagens, novos signos textuais e imagéticos, novo suporte, novas formas de interação e a presença de gêneros reconfigurados, o que, mais uma vez, deve nos levar a pensar na identidade/imagem. “Por webradio entende-se a emissora radiofônica que pode ser acessada através de uma URL (*Uniform Resource Locator*¹⁴), um endereço na internet, não mais por uma frequência sintonizada no dial de um aparelho receptor de ondas hertzianas”, segundo Prata (2008, p. 60).

Conforme Ferraretto (2014, p. 19), as webrádios são emissoras que disponibilizam suas transmissões exclusivamente pela internet; *rádio na web* ou na internet, são identificadas como estações hertzianas que transmitem os seus sinais também pela rede mundial de computadores; *rádios on-line*, engloba todas as emissoras operando via internet, independentemente de possuírem contrapartes de antena hertzianas, além de produtores independentes de conteúdos disponibilizado também via rede mundial de computadores.

A webradio é feita pela internet, sendo diferente de uma rádio que também transmite sua programação pela rede.

[...] o mais correto é afirmar que na web existem dois modelos de radiofonia: emissoras de rádio hertzianas com presença na internet e emissoras de rádio com existência exclusiva na internet, que chamamos de webrádios. (PRATA, 2008, p. 53).

Ainda segundo a autora (2008):

[...] várias novidades são oferecidas pelas webrádios, como serviço de busca, previsão do tempo, *chats*, *podcasts*, biografias de artistas, receitas culinárias, fóruns de discussão, letras cifradas de músicas, etc. Há também fotografias na homepage e nas outras páginas, tanto imagens publicitárias, quanto fotos de artistas e de funcionários da emissora. Há também vídeos e infografia. (PRATA, 2008, p. 60-61).

A pioneira em transmissões via webradio foi a rádio Klif, do Texas, em setembro de 1995. Já no Brasil, a rádio Itatiaia, de Minas Gerais, foi a primeira a ir para a web, segundo Barbosa Filho (1996). Prata (2008), por sua vez, diz

¹⁴ Localizador padrão de recursos. Tradução livre da autora.

que “[...] no dia cinco de outubro de 1998 entrou em funcionamento a rádio Totem, a primeira emissora brasileira com existência apenas na internet” (PRATA, 2008, p. 62). Se, antigamente, os ouvintes das rádios conversavam e participavam as programações enviando cartas, o ouvinte da webradio consegue ser mais eficiente na participação. Nos sites das rádios, há diversas opções para enviar opinião, auxiliar em pautas, como uma janela de chat. Assim, as webrádios devem ser pensadas para os seus ouvintes, ofertando, além do áudio, imagens, reportagens, um espaço para opinião.

[...] o cliente na radiofonia é o público, também chamado de ouvinte. Já na webradio, o público é o usuário, já que, além de ouvir, tem uma postura mais ativa do ponto de vista internacional. O produto, isto é, a programação e todas as novas ofertas presentes em meio digital devem ser pensadas em função desse usuário, cada vez mais segmentado. (DEL BIANCO, 2012, p. 237).

Para Cunha (2007), um indivíduo pode criar sua emissora na internet, fazê-la falar para o mundo ou apenas para um grupo de amigos. Hoje, a maioria das emissoras de rádio possuem portais disponibilizando um *link* que reproduz a sua programação ao vivo. Além disso, oferecem conteúdo multimídia, como infográficos, textos, vídeos e outros. Ainda, o rádio via internet pode ser ouvido em qualquer lugar do globo, possibilitando o surgimento de audiências assíncronas, e recuperar entrevistas especiais e programas que já foram ao ar. Para obter uma rádio via internet, não é preciso uma concessão, qualquer pessoa pode ter a sua.

O boom atual do rádio internauta só foi possível graças ao surgimento da tecnologia RealAudio, um *plug-in* (incremento) para o *browser* (*software* de navegação em Rede) que permitiu a audição de gravações via internet em tempo real – antes, era preciso esperar às vezes horas até efetuar o download (baixar) de um arquivo sonoro. Com o RealAudio, o som é digitalizado e convertido para um formato comprimido, que pode ser enviado através de modems com velocidade acima de 14.400bps. Na maioria das rádios virtuais, há links para o site do software, que pode ser “baixado” gratuitamente. Outros concorrentes seguiram o mesmo caminho. (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 115-116).

Três formas básicas são utilizadas para a transmissão via internet: *streaming* - a fonte sonora envia os pacotes de dados simultaneamente à produção/veiculação, ou seja, ao vivo; *on demand* (sob demanda): o arquivo

fica disponível na rede e o usuário acessa quantas vezes precisar; e o *podcasting*. De acordo com Kischinhevsky, o *podcasting* surgiu entre 2004 e 2005, democratizando ainda mais o acesso à internet e tornando cada ouvinte um potencial emissor de conteúdos digitais.

O *podcast*¹⁵ precisa ser assinado uma única vez. A partir daí, o sistema *RSS (Really Simple Syndication)* garante atualizações automáticas. O *RSS* possibilita que o usuário receba os arquivos quando forem atualizados. O arquivo pode ainda ser baixado para a máquina. Com o *podcast*, qualquer tipo de transmissão pode ser veiculada. Ele armazena conteúdo e facilita a procura pelo internauta.

O potencial de comunicação proporcionado pelos *podcasts* não passou despercebido por grandes empresas, órgãos governamentais e instituições religiosas. O setor privado vem fazendo emissões do gênero com o objetivo de reforçar a construção de suas marcas e as vendas de seus produtos. Mesmo as rádios comerciais aderiram à febre, oferecendo em seus sites programas específicos de suas grades em formato de *podcast*, como alternativas à programação normal online. Além disso, grandes grupos de comunicação e entretenimento vêm tentando se organizar para capitalizar o crescimento do *podcasting*, criando seus próprios portais para atuar como diretórios. (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 118-119).

A internet passou a ser usada também na produção de programas de rádio, na busca por informações a serem noticiadas, e no compartilhamento de áudio. Emissoras passaram a instalar câmeras nos estúdios para oferecer via internet. A ideia seria conjugar som e imagem para os “ouvintes”.

Hoje, até mesmo pequenas emissoras já preparam seus sites e testam disponibilização do áudio, bem como conteúdo complementar sobre notícias de interesse do *target* da emissora. Uma rádio segmentada em *rock* gera nas páginas do site históricos de bandas de rock; notícias atualizadas sobre a carreira e a vida pessoal dos músicos; serviços de utilidade pública, como lista de números de telefone úteis, endereços de locais públicos etc. Esse contexto provoca a reformulação do modo de fazer rádio hoje em dia. Não basta ter apresentadores, noticiaristas e programação musical. O surgimento das rádios na Web incita radialistas a pensarem de modo abrangente, que inclua a versão na Internet, evitando que sejam passados para trás pelas demais. (PRADO, 2006, p. 158).

¹⁵ Fusão entre *iPod* (tocador de arquivos digitais de áudio da *Apple*) e *broadcast*, transmissão em inglês. (FOSCHINI; TADDEI, 2007).

De qualquer maneira, as rádios virtuais abriram as portas para novos públicos, difundindo suas ideias, fazendo suas reivindicações, abrindo espaço para a veiculação de novos trabalhos artísticos e outros.

As multiplataformas criadas a partir do advento da internet fizeram com que a história do rádio convencional ganhasse mais um capítulo. Em 1996, numa criação do *Instituto für Rundfunktechnik*, e desenvolvido conjuntamente pela *Deutsche Telekom* e pela *Bosch*, foi criado um protótipo de radiodifusão digital portátil do consórcio *Digital Audio Broadcasting (DAB)*. O ato ocorreu na Feira Industrial de Hannover. O aparelho viabilizou, com qualidade técnica, a troca de ondas eletromagnéticas pela transmissão de dados na forma de *bits* e *bytes*. A transmissão do som digital foi similar à de um CD.

O *DAB* foi o pioneiro no rádio digital, porém, é apenas uma entre tantas outras opções desenvolvidas por grandes laboratórios. Nos Estados Unidos, o padrão *In Band On Channel (IBOC)* ou *High Definition Radio (HD Radio)*, desenvolvido pelo consórcio *iBiquity Digital*, foi adotado pelos americanos e permite a transmissão simultânea nas mesmas frequências das emissoras AM e FM. O custo médio da conversão por emissora foi de US\$ 30 mil.

Representantes de grandes empresas japonesas iniciaram em 1997, um estudo para a criação de um sistema mundial de rádio digital via satélite. O objetivo, segundo Kischinhevsky (2007), era atingir todo o planeta, a partir de uma única geração de sinais. Seria uma geração de entretenimento e informações globais de áudio e o início real da era do rádio digital via satélite.

Em 1999, a norte-americana *WorldSpace*, já cobria 130 países (onde viviam cinco bilhões de pessoas), através do rádio digital via satélite. Eram 62 emissoras que ofereciam o sistema, sendo que 24 delas reproduziam o conteúdo em 17 idiomas. O *WorldSpace* exige a substituição dos receptores analógicos por equipamentos que trazem um *chip* capaz de decodificar o sinal do satélite.

Já, no Brasil, empresários há anos estão trabalhando na formação de redes via satélite. Um dos exemplos é a Band FM, que desenvolveu programação nacional e que ocupa espaços na programação de suas associadas espalhadas pelo país. No Rio Grande do Sul, a Rádio Gaúcha¹⁶

¹⁶ Segundo informações do site da emissora, 146 emissoras localizadas no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e outros estados brasileiros são afiliadas a Rede Gaúcha SAT.

forma rede com diversas afiliadas por todo o Estado. Vários programas da emissora são retransmitidos gratuitamente. Um exemplo é o Correspondente Ipiranga Rede Gaúcha SAT, bem como as jornadas esportivas.

Estas transmissões via satélite são o embrião de um potencial modelo de radiodifusão aberto, porém concentrado nas mãos das grandes redes, como os construídos por consórcios internacionais. Poderão sepultar, em poucos anos, o rádio convencional. Afinal, têm a vantagem de superar as distâncias e os acidentes geográficos. E é difícil acreditar que redes estatais, financiadas por verbas públicas, tenham o mesmo fôlego financeiro dos conglomerados de telecomunicações para investir na nova tecnologia. Se não houver regras claras, garantindo a pluralidade nas emissoras digitais, estaremos perto da maior concentração empresarial da história do rádio, com consequências imprevisíveis e potencialmente funestas para a diversidade cultural, ameaçando dicções e manifestações artísticas regionais. (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 110).

Na medida em que o sistema nacional de concessões dá espaço à criação de conglomerados, aparece como fundamental a ideia de emissoras locais, de menor alcance e porte, assumirem uma identidade bem definida. Para tal, trabalharem suas imagens fidelizando o seu público, a partir da reprodução/incorporação de valores locais, sem abrir mão das características determinantes de um novo tempo, com o avanço tecnológico. Assim, a web mostra a valorização do hiperlocalismo e fortalece-se a premissa de que a identidade/imagem de uma emissora de rádio seja fundamental.

Segundo Kischinhevsky (2007), a convergência entre rádio e outros meios na plataforma digital depende, no entanto, da constituição de novos marcos regulatórios, o que parece uma dificuldade em nações como o Brasil, onde interesses econômicos e políticos exercem enorme pressão sobre o poder público.

No Brasil, em meados de 2006, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) autorizou testes em AM do padrão IBOC-HD Radio, mas os resultados foram decepcionantes. De acordo com o relatório preliminar, assinado por Yápir Marotta, superintendente de Serviços de Comunicação de Massa do órgão regulador, transmissões apresentaram cobertura “bastante aquém da analógica”, locuções com timbre metálico e defasagem de oito segundos, o que inviabilizaria entrevistas e interações com o público ao vivo. As avaliações, no entanto, prosseguiram, visto que o modelo americano de rádio digital aberto não exigiria a substituição de todos os aparelhos receptores atuais, acarretando custos com os quais a

população não estaria necessariamente disposta a arcar. (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 110).

Ao longo dos últimos anos, o Ministério das Comunicações tem executado testes técnicos, em parceria com emissoras executantes dos diferentes serviços de radiodifusão, para verificar o desempenho dos diferentes modelos existentes. Segundo o referido Ministério, foi criado em março de 2007 o Conselho Consultivo do Rádio Digital, que visa assessorar no planejamento e na implantação do Rádio Digital no país. Representantes da sociedade civil, do Governo Federal, do setor de radiodifusão (comercial, educativa, comunitária e pública), da indústria (recepção, transmissão e audiovisual), das instituições acadêmicas e dos anunciantes integram o Conselho. Já no ano de 2010, foi instituído o Sistema Brasileiro de Rádio Digital – SBRD, por meio da Portaria número 290.

De qualquer maneira, as pesquisas indicam a mudança do rádio analógico para o digital também no Brasil. Quanto tempo ainda levará? Não há uma previsão. O que se sabe, a exemplo do que foi revelado em outros países, é que a digitalização vai envolver grandes investimentos e que os grandes grupos de comunicação deverão ser os primeiros a investir na migração. Com a evolução da internet, também foram crescendo as maneiras de ouvir rádio, com a criação de aplicativos para celular e tablets, fazendo com que seja cada vez mais fácil ouvir a programação de rádios e webrádios.

No ano de 2015, o ex-senador Aníbal Diniz (PT-AC) foi o responsável pela avaliação do Plano Nacional de Banda Larga e mostrou a necessidade de investimentos do governo federal de R\$ 6 bilhões por ano, durante oito anos, para universalizar a banda larga no Brasil. Com isso, disponibilizaria o serviço para mais de 30 milhões de famílias que a ainda não utilizam a banda larga.

Aprovado em setembro de 2015, pelo o Conselho Diretor da Anatel, Diniz defendeu a convergência regulatória para licença única na oferta de serviços e ferramentas para uso mais eficiente da internet. “Apesar dos avanços, em 2013 30 milhões de famílias brasileiras ainda não tinham acesso a internet. Em 2018, o Brasil terá pelo menos 75 milhões de pessoas sem acesso à internet”, frizou Diniz.

Sobre os aplicativos com uso da internet, mais especificamente o Whatsapp, Aníbal Diniz afirma que ele não deve ser visto como algo pirata.

“Uma vez tendo uma internet, um plano de 10 Mbps em casa, pagando caro por isso, tem o direito de ver o que quiserem na hora que quiserem. Mesma coisa o Whatsapp, que não pode ser encarado como um mecanismo pirata”, citou. O presidente da Comissão de Infraestrutura, Ricardo Ferraço (PMDB-ES), concordou ao afirmar que “[...] o uso do Whatsapp recebe forte resistência das operadoras, mas engessar o mundo da internet seria um retrocesso sem precedentes”.

2.11 MIGRAÇÃO AM PARA FM

As emissoras em amplitude moderada vêm perdendo espaço, bem como, é crescente o número de emissoras em frequência modulada. Conforme Ferraretto (2001), nos anos 80, havia uma divisão no mercado: o FM, com qualidade sonora e programação musical e o AM, que tinha como característica o noticiário, com cobertura esportiva e serviços. Nesta época, a segmentação de programação e a transmissão em rede via satélite são focadas. Segundo Ferraretto (2001, p. 5), “[...] no que diz respeito especificamente à amplitude modulada, uma novidade regulamentada pelo governo federal em janeiro de 1986 – a transmissão estereofônica em AM – era motivo de euforia”. Conforme o engenheiro Ronaldo Siqueira Barbosa, na época assessor técnico da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão,

O AM vive atualmente seus dias de glória como antigamente. Nunca se falou tanto em AM quanto agora. Embora as novidades do AM sejam para serviços que tenham modulação em amplitude, apenas o Serviço de Onda Média é que vai sair na frente com as vantagens. Por que essas vantagens? Em primeiro lugar, o AM-Estéreo trará forçosamente uma melhoria na qualidade dos receptores, isso se a indústria de receptores estiver disposta a colaborar com a indústria de transmissores. Em segundo lugar, por ser uma novidade, isso fará com que as estações de AM voltem a ser competitivas, podendo disputar em igualdade de condições com as FMs. (BARBOSA FILHO, 1986, p. 5-6).

Ferraretto (2001) afirma que as rádios brasileiras também viviam de redes via satélite desde 1982.

Em março daquele ano, a Bandeirantes AM, de São Paulo, começava a gerar o seu radiojornal Primeira hora, usando o tempo ocioso do subcanal que a Rede Bandeirantes de Televisão alugara no Intelsat 4. Três anos depois, a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), amparada na estrutura oferecida pelos satélites Brasilsat A1 e Brasilsat A2, lançava o Radiosat, serviço específico para atender às emissoras de rádio do país. As redes via satélite em AM e FM estruturam-se, nos anos seguintes, em nível nacional, regional ou estadual. Em termos de programação, esta nova realidade leva, no âmbito das rádios em AM, à difusão de programas jornalísticos e coberturas esportivas em cadeia. Em paralelo, programas com a participação do ouvinte e voltados às classes C e D começam a ocupar espaços em FMs antes voltadas exclusivamente ao público jovem ou adulto das classes A e B. (FERRARETTO, 2001, p. 7).

Nos anos 80 e 90, emissoras em AM noticiavam informações sobre serviço, com trânsito, meteorologia e aeroportos. Conforme o autor (2001), com a importação de carros no governo de Fernando Collor de Mello, surgiu um novo elemento: a utilização de CD-players nos automóveis, o que poderia competir com as estações de rádio. Já nos anos 2000, as novas mídias, como os computadores, atingem as classes A e B, segundo dados do Comitê Gestor da Internet.

Em um primeiro momento, em termos de audiência, o rádio comercial em AM não chega a ser afetado diretamente, uma vez que, à exceção talvez das emissoras dedicadas ao jornalismo, o seu público pertence mais aos extratos C e D. Esta situação muda ao se analisar as verbas publicitárias. A exemplo do que ocorreu quando do advento da televisão, há um temor no mercado de que os anunciantes procurem, cada vez mais, os veículos voltados às audiências cujo rendimento pessoal possui grande poder aquisitivo, daí uma espécie de mimetismo ensaiado em relação às novas mídias. De um lado, as grandes emissoras em AM abrem sites na internet que são um esboço futuro de um provedor de conteúdo, disponibilizando material gravado e informações atualizadas. (FERRARETTO, 2001, p. 9).

Ferraretto (2001) afirma que a participação do público é um diferencial importante das rádios AM.

A internet trouxe à tona, ainda que de forma embrionária, a questão da interatividade. [...] Esta interatividade, usando o termo popularizado pela era da internet, não difere, na essência, do que o rádio sempre fez onde houvesse a possibilidade de alguém ligar para os estúdios da emissora. Ganha, agora, no entanto, contornos mais tecnológicos e aparece como o principal caminho para as emissoras em amplitude modulada no início do século 21. O rádio parece estar, assim, se preparando para o crescimento das novas mídias utilizando armas propaladas pelos inimigos. (FERRARETTO, 2001, p. 11).

Desde o ano de 2014, rádios AM estão migrando para FM. A presidente Dilma Rousseff autorizou o processo em novembro de 2013 e as regras foram definidas pelo Ministério das Comunicações, em 12 de março de 2014. A solicitação foi feita pelos radiodifusores, devido à baixa demanda por novas emissoras AM e a concorrência com as rádios FM. As estações em FM possuem mais audiência, e a expectativa do setor é que as rádios AM recuperem a quantidade de público.

As emissoras em AM são prejudicadas, em parte, pela interferência no sinal de transmissão e por não conseguirem ser sintonizadas por alguns dispositivos móveis, aparelhos mais modernos. Já as emissoras em FM, possuem maior qualidade de transmissão e maior cobertura. Em 2014, 1.772 emissoras operavam na frequência AM no Brasil. A alteração tem o custo da diferença entre o valor em OM e de FM, além de gastos com os equipamentos necessários para transmitir o sinal em frequência modulada.

O Ministério das Comunicações e a Anatel avaliam os casos e a disponibilidade de espaço, conforme o plano básico de distribuição de canais. Em locais onde não houver espaço, a emissora precisa aguardar pela liberação, que ocorre com a digitalização da TV no Brasil. Conforme o Ministério, os canais 5 e 6, ocupados por canais de TV analógicos, são destinados às rádios FM. As FMs são sintonizadas na faixa de 87.9 MHz a 107.9 MHz. Com a liberação de canais, a frequência passa de 76 MHz a 107.9 MHz.

Conforme dados da Secretaria de Comunicação Eletrônica, atualmente existem 1.781 emissoras de rádio AM no Brasil. Dessas, 1.386 pediram para que fosse possível a migração para o FM. A migração para a faixa de FM é opcional.

Em audiência pública, realizada em 16 de setembro de 2015, na Comissão de Ciência e Tecnologia da Câmara dos Deputados foi confirmada a migração das primeiras 200 emissoras de rádio em AM para FM. Conforme o secretário de Comunicação Eletrônica do Ministério das Comunicações, Emiliano José, o início das migrações ocorre em 7 de novembro, com fim em dezembro de 2015. A continuação da mudança vai continuar em 2016, sendo que outras 200 emissoras irão migrar em março, o mesmo número em maio, 150 em julho e 144 em setembro, somando 894 emissoras até este momento.

O preço a ser pago pelo radiodifusor para que seja feita a migração ainda não foi definido. "Não temos o valor de mercado de uma FM. Quanto vale uma emissora de TV? Vamos fazer um levantamento junto ao setor para chegar a essa definição", garante o secretário. Para tal, o Ministério das Comunicações vai elaborar um cálculo para estabelecer um preço justo para as emissoras. O valor será definido com base em um levantamento realizado em parceria com o setor de radiodifusão. Segundo o Ministério, o cálculo do valor mínimo feito pelo Tribunal de Contas da União (TCU) para uma concessão de rádio no município de Anápolis, em Goiás, será utilizado como parâmetro. O assunto também é discutido com a Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert).

Em Caxias do Sul, a partir de outubro de 2012, a Rádio Caxias passou a transmitir sua programação simultaneamente no 930 AM e no 93.5 FM. Desde o dia 1º de outubro deste ano, a Rádio Caxias permaneceu apenas no FM com a mesma programação. Já no AM, a emissora passou a se chamar Rádio Cidade Caxias e conta com uma programação voltada ao segmento popular. A Rádio Caxias completa 70 anos no ar em 2016.

Já em Porto Alegre, a Rádio Farroupilha 860 AM iniciou a transmissão da programação também no FM. Desde o dia 14 de setembro deste ano, a Rádio Farroupilha está no 92.1 FM. A Rádio Farroupilha faz parte do grupo RBS. Conforme a Diretora de Rádios do Grupo RBS, Fabiana Marcon, a emissora mescla música, notícias e é líder no AM na Grande Porto Alegre. "É uma das rádios brasileiras em que os ouvintes ficam por mais tempo sintonizados, são mais de quatro horas por dia com a emissora. Por isso, queremos trazê-la para o FM", afirmou a diretora.

3 PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA

O presente capítulo vai discorrer sobre programação radiofônica, trazendo o seu conceito e os tipos de programação.

3.1 O QUE É A PROGRAMAÇÃO

Toda emissora de rádio precisa de uma programação para que saiba para quem está querendo transmitir a informação. A programação radiofônica é uma espécie de personalidade da emissora. Para que a rádio fique no ar, as emissoras precisam do apoio de anunciantes, através de propagandas. Sendo assim, a programação deve atrair os ouvintes, para que a rádio, de fato, exista.

Não importa qual o formato, que tipo de música toca, qual a cidade onde está localizada ou quantos concorrentes possui, a única coisa que é absolutamente necessária ao sucesso como negócio de uma rádio é definir uma identidade para ela. A identidade de uma emissora precisa ser uma combinação de tudo que a rádio representa para os seus ouvintes, sintetizada em um ou dois elementos altamente identificáveis. Uma identidade é a única coisa que, quando as pessoas veem, ouvem ou pensam no nome da emissora, proporciona essencialmente uma imagem instantânea da própria rádio. A identidade da emissora pode ser obtida principalmente por meio do que é oferecido aos ouvintes em termos de programação. (WARREN, 2005, p. 97).

Na programação radiofônica, é possível ouvir noticiários, prestação de serviços, propagandas, programas de entretenimento, entrevistas, comentários, entre outros. Para Mcleish (2001),

[...] a relativa simplicidade do rádio significa flexibilidade na programação. Matérias inseridas em programas, ou mesmo o programa todo, podem ser eliminadas e substituídas, quase de modo imperceptível, por algo mais urgente. (MCLEISH, 2001, p. 17).

Conforme Barbosa Filho (2009), a programação radiofônica é “[...] o conjunto de programas ou produtos radiofônicos apresentados de forma sequencial e cronológica.” (BARBOSA FILHO, 2009, p. 72). Para tal, é preciso que exista uma segmentação e, assim, a partir dos interesses dos ouvintes e os objetivos da rádio, a programação é criada/adaptada.

Ferraretto (2001) por sua vez diz que:

Historicamente, a maioria das rádios buscou atingir públicos amplos com uma programação baseada em uma média de gosto generalizante. Embora o mercado já tivesse registrado algumas experiências anteriores de segmentação, é na segunda metade da década de 80 que esta prática difunde-se. [...] a segmentação representa um critério diferente de abordagem, considerando a heterogeneidade do público, o que justifica, assim, a concentração de um esforço de marketing em uma dada fatia de mercado. O processo de concentração de uma rádio em um determinado segmento pode englobar apenas alguns programas ou a totalidade das transmissões. Significa oferecer um serviço com destinatário definido, buscando também anunciantes adequados a estes ouvintes específicos. (FERRARETTO, 2001, p. 52-53).

Sobre segmentação radiofônica, Ortriwano (1985) compartilha dois tipos de emissoras.

1. Emissoras que se especializam, como um todo, em oferecer programação para uma faixa determinada de público, dando opção aos anunciantes cujos produtos possam interessar aquele público;
2. Emissoras especializando diferentes horários de sua programação para diferentes faixas, visando a atingir o maior público possível, ou seja, oferecendo opções para todo tipo de anunciante. (ORTRIWANO, 1985, p. 28).

A programação radiofônica é o conjunto de todas as transmissões feitas pela emissora, diferenciando as rádios entre si. Ferraretto (2014), afirma que “[...] a programação relaciona dois processos que envolvem anseios, interesses, necessidades e/ou objetivos: (1) o de quem produz o conteúdo e o (2) o de quem o recebe”. (FERRARETTO, 2014, p. 39).

É o conjunto organizado dos conteúdos veiculados por uma emissora de rádio, sejam estes jornalísticos, de entretenimento, de serviços, publicitários e/ou musicais, produzidos conforme o formato adotado pela emissora. Tem, em geral, embora não de modo obrigatório, o programa como unidade básica. Algumas estações, no entanto, por necessidades econômico-financeiras e mesmo de mercado, transmitem conteúdos sem que estes apareçam divididos em programas. É o caso de algumas que adotam formatos musicais e se limitam a blocos de canções e, às vezes, à identificação destas por um locutor. (FERRARETTO, 2014, p. 70).

3.2 TIPOS DE PROGRAMAÇÃO

A programação de uma emissora é o que a faz se diferenciar de outras rádios. Para Ferraretto (2001) existem três formas de programação: linear, em mosaico e em fluxo.

A linear traz uma programação homogênea, na qual os programas “[...] mesmo que com características próprias, seguem uma linha semelhante. São exemplos as grandes emissoras brasileiras dedicadas ao jornalismo 24 horas por dia. (FERRARETTO, 2001, p. 59).

Já a programação em mosaico, Ferraretto (2001) afirma ser um conjunto de programas ecléticos, variados e diferenciados.

[...] a programação em mosaico é comum em emissoras de mercados menos desenvolvidos do ponto de vista econômico. Há, de certo modo, neste caso, uma segmentação de horários. Em geral, entre 6 e 8h, ocorrem emissões para um público bem genérico com informações para quem está acordando, entremeadas, com frequência, por músicas. Na sequência, entram programas jornalísticos abordando os principais fatos do município e da região, voltados aos formadores locais de opinião. Parte da manhã ou da tarde, no entanto, é preenchida com comunicadores popularescos com a emissora procurando atingir, deste modo, as classes C e D. Além disto, a programação pode incluir transmissões esportivas locais. (FERRARETTO, 2001, p. 60).

A última forma de programação, de acordo com Ferraretto (2001), é a em fluxo, “[...] em que se encara toda a programação como um grande programa dividido em faixas bem definidas. As mudanças de uma para outra são calcadas na troca do âncora ou do comunicador do horário”. (FERRARETTO, 2001, p. 60).

Antigamente, a programação radiofônica era ao vivo e com participação de sinfonias, que faziam trilhas sonoras, além das radionovelas e cobertura de eventos. Conforme Hausman et al (2010), a partir das décadas de 1930 e 1940, na Era de Ouro do rádio, as produções radiofônicas chamavam atenção.

A programação dos rádios começou como uma tentativa original de levar a oferta cultural das grandes cidades às salas de estar de toda a América. Aos poucos, o veículo assumiu seu status como um companheiro pessoal. A programação inicial das emissoras consistia na transmissão de sinfonias ao vivo, na leitura de poemas e cobertura ao vivo de grandes eventos, juntamente com outros gêneros, como drama, comédia de situação, e outros programas que compõem

muitas das atuais grades das emissoras de televisão. (HAUSMAN et al, 2010, p. 4).

A partir de 1932, com os recursos providos da publicidade, as emissoras de rádio conseguiram melhorar sua infraestrutura e contratar melhores profissionais, tornando o rádio menos amador, tornando-se empresas. Com a utilização de propagandas, a indústria e o comércio passaram a definir as programações radiofônicas.

A partir desse momento, o rádio além de ter a função de entreter e informar, passa também a ter um uso político. Assim, o presidente da República nessa época, Getúlio Vargas, fazia uso do rádio para fazer propaganda de suas ideias no programa A Voz do Brasil (na época, A Hora do Brasil), criado pelo próprio, em 1937.

Transmitido de segunda a sexta-feira em cadeia nacional de rádio, o programa logo se tornou de transmissão obrigatória. Nos anos 30, os minutos finais da Hora do Brasil eram culturais, dedicados à transmissão de sucessos da música popular brasileira. A participação de artistas de prestígio no programa foi uma maneira encontrada por Getúlio para estar sempre presente junto à população. O programa é veiculado até hoje, em forma de cadeia obrigatória de rádio. (COSTA; NOLETO, 1997, p. 12).

3.3 GÊNERO, FORMATO E PROGRAMA

A programação radiofônica traz variados gêneros, formatos e programas. De acordo com Barbosa Filho (2003), os gêneros radiofônicos “[...] estão relacionados em razão da função específica que eles possuem em face das expectativas de audiência.” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 89).

Vicente (2012) por sua vez fala do gênero e diz:

Consideramos como de gênero radiofônico uma classificação mais geral da mensagem, que considera o tipo específico de expectativa dos ouvintes que ela visa atender. Formatos radiofônicos são os modelos que podem assumir os programas realizados dentro de cada um dos diferentes gêneros. (VICENTE, 2012, p. 1).

Barbosa Filho (2003) afirma que, entre os gêneros, há o jornalístico, o educativo-cultural, o de entretenimento, o publicitário, propagandístico, de serviço e o gênero especial. Conforme Barbosa Filho (2003), o gênero especial

“[...] não possui função específica como os dos outros gêneros.” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 138).

Sobre o gênero jornalístico, Vicente (2012) afirma que “[...] é aquele em que o rádio busca levar ao ouvinte a informação da forma mais atualizada e abrangente.” (VICENTE, 2012, p. 2).

Conforme Lucht (2009), os primeiros gêneros estruturas foram o informativo e o opinativo. O informativo, com início na Inglaterra e o opinativo na França. Porém, foi nos Estados Unidos que o gênero informativo se destacou, visto que a imprensa começou a acelerar suas produções, tornando a informação em mercadoria.

[...] a instituição jornalística assumia diferentes papéis: ao observar a realidade, registrando os fatos e informando à sociedade, praticava o jornalismo informativo; ao reagir diante das notícias, emitindo opiniões, exercia o jornalismo opinativo; ao orientar além de apenas informar, fazia o jornalismo interpretativo e, por fim, ao preencher os momentos de ócio das pessoas, praticava o jornalismo diversional. (LUCHT, 2009, p. 29).

O formato, por sua vez, representa “[...] uma espécie de filosofia de trabalho da emissora, marcando a maneira como ela se posiciona mercadologicamente no plano das ideias”, segundo Ferraretto (2001, p. 61).

Ainda segundo Ferraretto (2001), os formatos podem ser divididos em dois grupos: Puros (informativo, musical, comunitário, educativo-cultural e místico-religioso) e híbridos (de participação do ouvinte e música-esporte-notícia). Definir o formato de um programa significa encontrar um modelo que determina a estrutura e o estilo do programa a ser feito.

Seus conteúdos, estabelecidos com precisão, vão variar de uma edição para a próxima, mas a estrutura e o estilo serão sempre essencialmente os mesmos, no mínimo até que uma necessidade de modernização seja sentida e realizada em uma nova formatação. (HENRY, 2000, p. 95).

Ferraretto (2014) cita que, no Brasil, a palavra formato é associada ao que, nos Estados Unidos, é conhecido como *format clock*, que baseia a marcação do tempo focado aos conteúdos jornalísticos, de serviço, de entretenimento, musicais e educativos em relação ao tempo ocupado pelo intervalo comercial. Pensar a grade diária e semanal, sem

dúvida, faz parte do processo de definição da programação e/ou programa”. (FERRARETTO, 2014, p. 53).

A denominação *formato horário* remete, assim, à representação gráfica de um relógio estilizado, com marcações apontando o momento de irradiação desta ou daquela mensagem. Em geral, no Brasil, as emissoras adotam, nesse sentido, três formatos, tendo referência a hora cheia e podendo mesmo, ao longo do dia, alternar entre um ou outro, conforme as necessidades do material veiculado e mesmo da faixa horária. Em uma emissora voltada ao jornalismo, por exemplo, no caso de programas de entrevista, o padrão poderá ser de quatro blocos de 12 a 13 minutos a cada hora. (FERRARETTO, 2014, p. 54).

O autor afirma que, em uma emissora de rádio, a formatação engloba:

[...] (1) a demarcação da sua linha de programação, uma ideia geral dos padrões de conteúdo e de forma em relação ao conjunto de mensagens que se prevê que sejam transmitidas aos ouvintes; (2) a modelagem interna de cada programa; e (3) a adequação deste à grade horária, tanto do dia em si quanto da semana. (FERRARETTO, 2014, p. 57).

De acordo com Ferraretto (2014), existem os formatos falados e/ou não musicais e os formatos musicais de programação. Os falados, obviamente focam na fala, em um diálogo mais ou menos contínuo, feitos pelos profissionais da emissora, pelos protagonistas dos fatos, pelos especialistas e pelos ouvintes.

Formatar significa, neste caso, a definição de parâmetros segundo os quais se estabelecem as formas de participação de cada um desses elementos na programação, o que, cabe destacar, em realidade se constitui no passo seguinte à escolha do segmento ao qual vai se voltar a emissora. (FERRARETTO, 2014, p. 60).

Já os formatos musicais obrigam que a emissora faça um planejamento, no qual permita que o ouvinte consiga identificar a emissora pela sequência de uma ou duas músicas em dado instante.

Significa dizer que a combinação de músicas deve expressar, a cada período de tempo, a imagem média da rádio. Para assegurar que isso ocorra, em geral se utiliza como base uma hora trabalhada em 20 partes de três minutos, duração média de uma canção. Assim, a cada quarto de hora, rodam em média três músicas, sobrando de três a quatro minutos para o comunicador anunciar/desanunciar e outros dois ou três para os comerciais. (FERRARETTO, 2014, p. 60-61).

O programa é a unidade básica da programação de rádio. É possível afirmar que são divididos em dois grandes grupos, afirma Ferraretto (2001): informativos (noticiário, programa de entrevista, programa de opinião, mesa-redonda e documentário) e de entretenimento (programa humorístico, dramatização, programa de auditório e programa musical). Conforme o autor, os programas podem ser gravados, ao vivo ou as duas juntas, sendo apresentado de um estúdio, de um auditório ou direto do palco de ação dos fatos.

Para Barbosa Filho (2003), o programa de rádio, também conhecido como produto radiofônico, “[...] é o módulo básico de informação radiofônica; é a reprodução concreta das propostas do formato radiofônico, obedecendo a uma planificação e a regras de utilização dos elementos sonoros. (BARBOSA FILHO, 2003, p. 71).

Já Faus Belau (1973) não concorda que programa e produto radiofônico sem correlatos. Para o autor, a noção do que é programa se confunde com o que é programação, pois ela remete a um conceito instrumental e circunstancial, sem que haja a presença de uma ação criadora.

Entre os tipos de programas encontrados nas programações das rádios, Ferraretto (2014) cita o noticiário, em que predomina a veiculação de notícias em forma de texto ou reportagem. O noticiário pode ser dividido em cinco maneiras diferentes. Uma delas é a síntese noticiosa, “[...] um informativo no qual o texto curto e direto predomina em uma edição privilegiando a similaridade de assuntos. Sua duração varia entre cinco e dez minutos.” (FERRARETTO, 2014, p. 72).

Já o radiojornal é a versão dos jornais impressos para o rádio, trazendo boletins, comentários, editoriais, meteorologia, trânsito, mercado financeiro, entre outros.

Devido à redução dos espaços destinados às notas lidas por locutor (es) nesse tipo de conteúdo radiofônico, algumas emissoras brasileiras passaram a adotar a denominação programa de reportagem em lugar de radiojornal. Desta última, os canais mantêm a participação frequente do repórter com o âncora, graças às facilidades oferecidas pela internet, selecionando e contando os fatos aos ouvintes de forma coloquial. (FERRARETTO, 2014, p. 73).

Barbosa Filho (2003), diz que o radiojornal, ainda traz notas, notícias, boletins, reportagens, entrevistas, comentários e crônicas. A nota é um informe de um fato atual, com quarenta segundos de duração. A notícia também tem o tempo curto de duração, com média, segundo o autor, de um minuto e trinta segundos, conforme a quantidade de informações. Já os boletins, são pequenos programas informativos, com até cinco minutos, que aborda notas e notícias. Sobre a reportagem, o autor a considera uma narrativa que engloba as diferentes variáveis dos acontecimentos. A entrevista está presente na maioria das matérias jornalísticas. Há também o comentário, que reside “[...] no seu conteúdo opinativo, que sugere conhecimento especializado.” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 96). E, por último, a crônica, que mescla jornalismo com literatura. Assim, o radiojornal

[...] é constituído por diversas seções ou editorias, como as de notícias nacionais, internacionais, econômicas, de cultura e artes, de serviço, de política, de esportes etc. Caracteriza-se pela periodicidade diária, mantendo a regularidade nos horários de início e término de suas transmissões, garantindo, assim, a credibilidade necessária do público no que diz respeito aos conteúdos transmitidos. (BARBOSA FILHO, 2003, p. 100).

A edição extra, conforme Ferraretto (2014), é um mini-informativo, acompanhado com uma trilha sonora que chame atenção, que interrompe a programação há qualquer momento, para que noticie algum acontecimento que não pode esperar para que seja divulgado no próximo noticiário da programação. “Desde a década de 1990, no entanto, seu uso tem diminuído, optando-se pela apresentação da informação pelo próprio comunicador do horário”, complementa Ferraretto (2014, p. 73).

As emissoras musicais são as mais comuns em utilizarem o toque informativo, na qual o locutor apresenta uma ou duas notícias, além de improvisar o texto. E, por último, o informativo especializado, que, para Ferraretto (2014),

[...] pode adotar a forma de síntese noticiosa ou de um radiojornal, diferenciando-se destes pela especificidade dos assuntos tratados. O informativo especializado concentra-se em uma área de cobertura determinada. São exemplos os noticiários esportivos, por vezes conhecidos como resenhas esportivas. (FERRARETTO, 2014, p. 73).

Há ainda diversos programas. O programa de opinião traz a predominância da opinião do apresentador, secundada por comentaristas e repórteres. “Constitui-se por si só em uma visão quase pessoal da realidade, cujo sucesso está veiculado às polêmicas geradas pelo condutor do programa”, afirma Ferraretto (2014, p. 74). Há também o programa com a participação do ouvinte, que opina desde temas do noticiário a questões do dia a dia.

Com participação de convidados, fixos ou não, existe o programa de mesa redonda. O programa de mesa redonda pode ser de dois tipos, segundo Ferraretto (2014): painel, cada integrante da mesa opina e complementa o próximo; e debate, no qual participam pessoas com pontos de vista conflitantes. Conforme Vicente (2012),

[...] reúne diferentes personalidades (preferencialmente especialistas sobre um determinado assunto) para, mediados por um apresentador, expressarem seus diferentes pontos de vista sobre um ou mais temas. Pode incluir, também, a participação do ouvinte. (VICENTE, 2012, p. 3).

Dentro do jornalismo, Barbosa Filho (2003) traz o documentário jornalístico, cuja função é aprofundar o assunto escolhido pelo repórter condutor. O documentário jornalístico traz pesquisa documental, comentários de especialistas e de envolvidos no acontecimento e, assim, desenvolve uma investigação. É feito através de montagens com matérias gravadas. Já o programa policial cobre fatos policiais, com reportagens, entrevistas, notícias e comentários.

Segundo Mcleish (2001), além dos documentários, existem os programas especiais. O que os difere é a seleção e o tratamento do material-fonte. Assim, se o documentário apresenta somente fatos reais, o programa especial não precisa ser totalmente verdadeiro.

O programa especial não precisa ser totalmente verdadeiro no sentido factual, podendo incluir canções folclóricas, poesia ou uma peça radiofônica de ficção com ilustrações sobre o tema. O especial tem uma forma bastante livre, geralmente enfatizando qualidades humanas, estados emocionais ou as atmosferas mais indefiníveis. As distinções nem sempre são demarcadas, a existência de híbridos contribuindo para a confusão de termos – o documentário especial, o semi-documentário, a peça-documentário, e assim por diante. (MCLEISH, 2001, p. 191).

Dentro dos formatos de serviço do rádio, Barbosa Filho (2003) cita três. As notas de utilidade pública são informativos semelhantes às notas jornalísticas. “Tem como objetivo específico auxiliar e alertar o ouvinte sobre prazos, acontecimentos de gala ou nojo; início, cortes e alterações no fornecimento de serviços públicos; coleta de sangue etc.” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 136). Já o programa de serviço tem a possibilidade de aprofundar melhor os informes e veicula aconselhamentos como cuidados com a saúde, questões jurídicas, empregos, entre outros. E o programa de serviço, que costuma ter entre trinta minutos e uma hora de duração. Ele traz temas específicos que interessem a população.

Pelo lado dos esportes, há o programa esportivo, que “[...] tem como finalidade a divulgação, cobertura e análise dos eventos esportivos”, afirma Barbosa Filho (2003). Segundo ele, o programa esportivo é veiculado no formato de notícias, reportagens com entrevistas, comentários, mesas-redondas, em radiojornais ou em programas específicos.

O autor (2003) ainda mostra mais um formato, o de divulgação tecnocientífica, que visa divulgar e informar sobre o mundo da ciência, com roteiros e linguagem apropriados.

Mais forte em emissoras de rádio com frequência modulada, estão os programas musicais. Conforme Ferraretto (2014),

[...] a música preencheu o espaço deixado pelos programas de auditório e humorísticos e pelas dramatizações que saíram gradativamente de cena depois de 1950, com o surgimento da televisão. Em muitas emissoras musicais que adoram a programação em fluxo, o programa em si deixa de existir, ocorrendo, na maioria das vezes, apenas a passagem da faixa ocupada por um comunicador para a de outro. (FERRARETTO, 2014, p. 76).

Também com o foco de entretenimento, Barbosa Filho (2003) traz o programa ficcional, que surgiu, no Brasil, a partir de 1940, com a Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Os programas ficcionais fazem parte de dois grandes grupos, o drama e o humor.

Ferraretto (2014) também lembra do programa de auditório, utilizado nos tempos do rádio espetáculo, que focava em um apresentador comandando números musicais e humorísticos. Desde os anos 1970, a produção brasileira de dramatização acaba sendo reduzida e vinculada a interesses publicitários.

As dramatizações eram separadas em: Unitária, Seriada e Novelada. A unitária “[...] constitui uma unidade em si, ou seja, não forma parte de um conjunto; é igual ao que acontece a uma obra de teatro: os personagens não têm continuidade posterior.” (KAPLUN, 1978, p. 147). Já o seriado, “é formado por peças independentes umas das outras – tramas diferenciadas com começo, meio e fim –, focalizando personagens centrais fixos.” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 118).

Dentro do gênero dramático, Vicente (2012) traz as radionovelas, que fizeram muito sucesso entre as décadas de 30 e 50 no Brasil. Eram peças radiofônicas de longa duração e divididas em capítulos. Também fala sobre a peça radiofônica, “[...] que pode ser tanto a dramatização de uma situação social pertinente à realidade da comunidade que o produz (sociodrama) como uma produção original ou a adaptação de um texto”. (VICENTE, 2012, p. 4).

O autor cita os poemas dramatizados, com leitura com rimas, ritmo e acompanhada de efeitos, BG e intervenções, e do *sketch*, um quadro cômico curto, apresentado no intervalo das programações. Barbosa Filho (2003) cita o seriado, “[...] formado por peças independentes umas das outras – tramas diferenciadas com começo, meio e fim –, focalizando personagens centrais fixos.” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 118). Já o gênero educativo-cultural é pouco exercido no Brasil, segundo Vicente (2012). Conforme Barbosa Filho (2003), ele traz o programa instrucional.

É o formato considerado como parte de uma estratégia pedagógica que visa acompanhar os currículos aprovados pelos ordenamentos que regulam o ensino oficial, adaptado à linguagem do áudio. Utilizando-se de recursos diversionais como a radiofonização de determinados comportamentos e situações, o programa instrucional é geralmente empregado como suporte aos cursos de alfabetização, de ensino de idiomas e de disciplinas básicas, como geografia, história, etc. (BARBOSA FILHO, 2003, p. 111-112).

Sobre a audiobiografia, ele afirma ser um formato radiofônico no qual o tema central é a “[...] vida de uma personalidade de qualquer área de conhecimento e que visa divulgar seus trabalhos, comportamentos e ideias” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 112). E, por fim, dentro do gênero educativo-cultural, há o documentário educativo-cultural.

É o formato cuja abordagem é direcionada a um tema de cunho humanístico. [...] Seu tempo de transmissão é entre meia hora e uma hora, e seu roteiro deve respeitar o uso de elementos sonoros, como trilhas, efeitos e vinhetas. [...] Este formato educativo-cultural tem como finalidade a abordagem e a discussão de temas sobre a produção do conhecimento. (BARBOSA FILHO, 2003, p. 112-113).

Na era de ouro do rádio, entre 1930 e 1950, o programa humorístico esteve em seu auge. Ferraretto (2014) cita que o programa trazia,

[...] um cuidadoso trabalho de sonoplastia, os comediantes do rádio arrancavam gargalhadas das plateias nos auditórios das emissoras e nas casas dos ouvintes espalhados pelo país. [...] mais do que a piada ou o esquete preparado com antecedência, predomina o improviso calcado no deboche, no raciocínio rápido e em piadas. (FERRARETTO, 2014, p. 75).

Ferraretto (2014) lembra ainda dos programas de variedades ou radiorrevista. Neste formato, os programas reuniam a informação com o entretenimento. Em emissoras cujo o foco é o jornalismo, pode aparecer em espaços voltados à cultura e ao lazer, podendo, também, intercalar com orientações nas áreas de medicina ou de direito. Já nas emissoras do segmento popular, passa a oferecer ao ouvinte desde a prestação de serviços à execução de músicas. Podem abordar temas diferentes, com horóscopo, notícias policiais ou entrevistas com personalidades e atores e atrizes de radionovelas.

Um formato não muito presente são os programas para crianças. De acordo com Prado (1989), os programas infantis não costumam ficar no ar por muito tempo. A programação envolvia as crianças que escutavam. Para que chamasse a atenção, eram executadas músicas infantis de apresentadoras de televisão, além de músicas em geral.

4 A RÁDIO DIFUSORA

Neste capítulo vai se falar da rádio Difusora, estudo de pesquisa deste trabalho de pesquisa. No primeiro momento serão apresentados alguns participantes da emissora Difusora. São eles: Roberto Renato Calabro, José Alves dos Santos, Abelino Gomes Cardoso, Marçal Ferreira Rodrigues, Milton Antunes Domingues, Ilton de Almeida França e Alaor de Oliveira. Para depois, analisar as respostas e, a partir disso, responder a questão norteadora dessa pesquisa.

4.1 METODOLOGIA

Para realização desta monografia, a metodologia fez uso da pesquisa qualitativa e bibliográfica. Além disso, como técnica foi utilizada entrevistas semiestruturadas.

Segundo Bauer e Gaskell (2002, p. 23), “[...] a pesquisa qualitativa evita números, lida com interpretações das realidades sociais e é considerada pesquisa soft”. Conforme os autores (2002), “[...] devido ao fato do número de entrevistados ser necessariamente pequeno, o pesquisador deve usar sua imaginação social científica para montar a seleção dos representantes. Além disso,

[...] avalia-se a validade do estudo com referência ao objeto que ela está sendo estudada, sem seguir, exclusivamente, critérios acadêmicos de ciência como na pesquisa quantitativa. Ao contrário, os critérios centrais, na pesquisa qualitativa consistem em determinar se as descobertas são embasadas em material empírico e se os métodos foram adequadamente selecionados e aplicados ao objeto em estudo. (FLICK, 2004, P. 21).

Já na pesquisa bibliográfica, de acordo com Stumpf (2005), é preciso identificar o tema e os assuntos relevantes a serem abordados, bem como selecionar fontes e como conseguir os materiais a serem utilizados para transcrição de dados. Para Stumpf (2005), a pesquisa bibliográfica é:

[...] é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia

pertinente sobre o assunto até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores acrescido de suas próprias ideias e opiniões. (STUMPF, 2005, p. 51).

A Pesquisa participante também faz parte da metodologia dessa pesquisa na medida em que a “pesquisa participantes é desenvolvida pela interação entre pesquisadores e membros das situações investigadas”. (DUARTE, 2005)

A entrevista semiestruturada. Segundo Duarte (2005, p. 63), “[...] o uso de entrevistas permite identificar as diferentes maneiras de perceber e descrever os fenômenos”. Sobre a entrevista semiestruturada, o autor (2005) cita:

As questões, sua ordem, profundidade, forma de apresentação, dependem do entrevistador, mas a partir do conhecimento e disposição do entrevistado, da qualidade das respostas, das circunstâncias da entrevista. [...] O pesquisador faz a primeira pergunta e explora ao máximo cada resposta até esgotar a questão. Somente então passa para a segunda pergunta. Cada questão é aprofundada a partir da resposta do entrevistado, como um funil, no qual perguntas gerais vão dando origem a específicas. (DUARTE, 2005, p. 66).

Dentro da metodologia, os métodos utilizados foram o analítico e o hipotético-dedutivo. De acordo com Duarte (2005, p. 66) o método hipotético-dedutivo “[...] consiste na construção de conjecturas baseada nas hipóteses, isto é, caso as hipóteses sejam verdadeiras as conjecturas”.

Esse método pode ser operacionalizado, conforme Souza (apud LAKATOS; MARCONI, 2000, p. 80): a) formulação das hipóteses, a partir de um fato-problema; b) inferência das consequências preditivas, das hipóteses; c) teste das consequências preditivas, através da experimentação, a fim de confirmar ou refutar as hipóteses.

O método analítico foi escolhido porque, segundo Paviani (2009, p. 70), “[...] analisa os enunciados ou as preposições compostas de sujeito, predicado e cópula”. Além disso, no método analítico o domínio de enfoque é da linguagem formal ou comum (PAVIANI, 2009). Para o autor:

O conceito de análise está ligado a diversas concepções filosóficas e, por isso, fala-se em análise lógica, análise transcendental, análise existencial e outras. Tradicionalmente, a Filosofia ocupou-se dos conceitos de ser, existência, verdade, liberdade, etc. A atitude analítica ocupa-se com as palavras que designam tais coisas. Enfim, o conhecer analítico ocupa-se com o discurso teórico e a linguagem comum. (PAVIANI, 2009, p. 70).

O método analítico foi escolhido também por se encaixar melhor no trabalho, já que ele se preocupa com a elucidação de discursos, de preposições, de conceitos e de argumentos. Ele, ainda, irá complementar a pesquisa, que será apoiada em entrevistas semiestruturadas.

4.2 OS ENTREVISTADOS

4.2.1 Roberto Renato Calabro: 9 anos de Rádio Difusora

O que fazia na Rádio Difusora?	Trabalhei por nove anos e fazia de tudo. Fui locutor, noticiarista, programador, discotecaria, quem cuidava dos discos de vinil, redator, produtor, enfim, todas as funções que tinham na época. Operador, funções do rádio jornalístico, locutor esportivo, locutor, narrador, repórter, fazia comerciais, locutor animador, passei por todos.
Na época, tinha esporte na rádio?	Fiz esporte na rádio Caxias e Independência. Comecei com o esporte depois que foi ser um locutor animador. Na época, o locutor tinha que ter voz, hoje qualquer pessoa até sem cultura ocupa o microfone. Na época, era mais rígido, tinha que ter uma qualidade melhor, tinha registro profissional. Sou radialista profissional, adquiri isso por direito. Fiz três faculdades: Comunicação Social – Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e Jornalismo.
Por que a Rádio Difusora continua no ar em AM há 56 anos, apesar da concorrência?	Acho que é uma tradição familiar, que vem do próprio Raul, mas vem antes, com Ernani Bento Alves, que foi realmente quem tocou o rádio e quem me contratou. É uma pessoa que tinha uma criação bem boa. A rádio é de família, sempre houve esse vínculo familiar. Acredito que, desde o pai do Raul, pelo tio Ernani e pelo Raul, a teimosia de não se desfazer desta rádio permanece até hoje, porque propostas não faltaram.
Atualmente conhece a programação da rádio?	Quando eu estava lá, nós colocávamos a rádio em primeiro lugar, porque usávamos um vitrolão. Fiz um curso na LC, em São Paulo, onde a programação era toda enlatada, vinda toda de São Paulo. Tinha uma rede em todo o Brasil. Nesta época, virei programador, tentei mudar o destino da rádio. Ao invés de ser um vitrolão, como era conhecido, comecei a colocar animadores ao vivo, já puxei reportagens de rua, o comunicador trazia gente para dentro do estúdio e eu fazia o mesmo. Trabalhava pela manhã, tarde e noite. Tinha 3 a 4 horários de programa. Sempre fui campeão da manhã, da tarde e da noite. À noite eu inovava. Fui o primeiro locutor a

	colocar programa de nativismo no ar no Rio Grande do Sul. Na época, em parceria com o Carlão, diretor da CIT, foi feita uma tentativa e deu certo. Esse, no horário das 20:30 às 21:30, depois tinha uma programação mais romântica, poesia, improvisava toda hora, o ouvinte agora ligava e dava um tema e saía a poesia na hora. Aprendi muito com o ouvinte, porque conseguia identificá-lo, sabia a cor dele, a idade, só pelo tom de voz.
Como se comunicava com o ouvinte?	Não tinha internet. Era pelo telefone e recebia muitas cartas onde os ouvintes pediam música. Sorteávamos muitos prêmios, discos, saco de farinha, rancho. Para atrair o ouvinte com brincadeiras e perguntas, ele premiava muito o ouvinte. Recebia de 50 a 60 cartas por dia.

4.2.2 José Alves dos Santos – (Sabiazinho): – começou a trabalhar na Rádio Difusora em 19 de julho de 1970.

Alguma história interessante sobre a Rádio Difusora.	Comecei o programa Rancho da Amizade, que está no ar até hoje, mas o pessoal começou a criticar, porque o programa era muito sertanejo e gaúcho. Falei com a direção e fiz um programa só de música gaúcha, o Alma e Tradição, que ficou no ar de 25 a 30 anos. Tinha o Rancho da Amizade e a Alma e Tradição. Também fui amante da música sertaneja, então criei outro programa, chamado Brasil Sertanejo, só com música sertaneja, totalizando três programas.
Na época que o senhor começou, como era a Rádio Difusora?	Era uma rádio mais fechada, não foi uma rádio para esporte, música e alguns shows, sempre participava de eventos, rodeios, festas comunitárias, Festa da Uva, rádio sempre esteve presente. Quando começamos numa casa de madeira, na esquina da rua Sinimbú com a Dr. Montaury, a gente tinha que pisar bem devagarinho, para não fazer barulho. As publicidades eram numa caixinha. O locutor falava um pouco, pegava a caixinha, lia a publicidade e chamava as músicas. Funcionou assim por muito tempo. Depois vieram os cartuchos, hoje chamados de tubos. Após um tempo, surgiu o Sertão em Festa, programa misto, com alvorada de passarinhos, tem todos os tipos de espécies de passarinhos que existem no Brasil. Somando quatro programas que permaneceram 35 anos no ar.
Como era a participação do ouvinte, a comunicação?	Por carta e telefone. Ficamos 15 anos em primeiro lugar na pesquisa. Só depois que entraram as FMs, começamos a cair. FM era a São Francisco, Gaúcha, mas só rodavam esse tipo de música. Eu recebia muitas cartas, além de dois telefones. Tinha que tirar do gancho, pois não dava conta em atender. Recebia muitas cartas, devido a promoção de sorteios. Não tem ideia da quantidade de cartas. Sempre, no programa Rancho da Amizade, que iniciou e está até os dias de hoje. Só diminuíram os horários, devido à aposentadoria e a própria programação da rádio foi mudando, ele continuava na rádio.
Nos dias atuais, recebe ainda cartas?	Recebo cartas, telefonemas e acesso ao email também. Nos dias de hoje, tem que se modernizar para não ficar para trás, acompanhando a evolução.

Tem alguma preocupação entre a Difusora e o pedido para a FM?	Eu já estou com 45 anos de rádio, 78 de idade, vamos esperar para ver o que acontece. Tem clientes que anunciam comigo há 35 anos. Trabalhei com honestidade, fez contrato até por telefone com os seus clientes. Em 45 anos, nunca houve uma dúvida, contato ou publicidade errada, cuido muito disso.
O que mais marcou em todo esse tempo de rádio?	O que mais marcou foi a presença do Oneide Bertuci, por sempre dar apoio nos 30 anos de rádio. O Oneide me ligou de Campo Grande e comemorou que estaria na sua festa e infelizmente foi a última festa que ele apresentou perante ao público. O Tim Maia também visitou e deixou um livro. O que mais marcou foi a preocupação do Oneide, por sempre apoiar. Agradeço a Rádio Difusora por ser simples, da roça, com pouco estudo e que deu apoio até os dias de hoje. Agradeço ao povo, que sempre acompanhou seus programas. Além dos 45 anos que trabalhou na Rádio Difusora, é a única emissora que está até hoje sem trocar de emissora no Rio Grande do Sul.

4.2.3 Abelino Gomes Cardoso – (Patrão Abelino): 42 anos de rádio, sendo 16 na rádio Caxias, 6 na 1010 e 20 na Difusora.

Por que Patrão Abelino?	Eu fui patrão 24 anos do CTG Tropeiro do Rio Grande, e quando o CTG terminou, porque a área era da prefeitura e o SAMAE precisava, mas eu fiquei, porque fui o criador dos rodeios em Caxias. Fiz 19 rodeios, gravei 17 discos, lancei grandes artistas como Renato Borgueti.
Qual o estilo do seu programa?	É um programa livre, qualquer pessoa pode ligar, pedir uma música, dar um recado, que é muito importante, e muitos avisos sobre pessoas que morrem, já que, às vezes, os familiares moram no interior e só tem o rádio para ter informações e notícias, além de que a rádio não cobra. Faço também muitas vendas de imóveis, fornecendo telefones, vendas de chácaras, casas, dando no seu horário uma audiência maior.
Como é feita a participação dos ouvintes?	Hoje em dia eu recebe poucas cartas. Anos atrás, eram sacos de cartas e não tinha como atender a todas elas. Isso na rádio Caxias e essas muitas cartas eram devido a sorteios, as empresas não são como hoje. Todas as empresas nos davam prêmios todos os dias para sortear. Hoje, a crise está difícil, não tem mais brindes. O que eu sorteio agora no meu programa é disco e dvd. Nos dias de programa, ele atende muitos telefonemas, onde na maioria das vezes não dá para atender todos os pedidos de músicas.
Como era e como está a audiência?	Baixou bastante, porque naquele tempo a rádio AM era quem mandava. Nas rádios FM, o estilo de música é bem diferente, é mais para jovem, não é música gaúcha, sertaneja ou banda. Hoje as rádios FM tomaram conta.
O que pensa sobre a ida da Rádio Difusora para a FM?	Acredito que sim, vai mudar. Em Caxias ainda tem quatro rádios em AM. Eu não se preocupa com a mudança, não me preocupa com nada. Acredito que a minha audiência irá continuar quase sempre em primeiro lugar. Nos últimos anos, fiquei, às vezes, em primeiro e em segundo lugar.
Algum acontecimento	Nunca vou esquecer de duas passagens. Uma vez, na rádio Caxias, chegou uma menina de dez anos, chorando e disse: ô

que tenha marcado na sua trajetória na emissora?	seu Abelino, eu estava aqui no hospital cuidando da minha mãe e ela morreu, tenho que deixar meu pai que mora lá na Juá e meus familiares. Outra coisa: eu recebi também um rapaz no estúdio da Caxias. Ele não tinha as duas pernas, estava sempre na cadeira de rodas, velho e aí ele o entrevistou, perguntando o que tinha acontecido. Ele falou que quando era mais novo, o pai trabalhava numa serraria em Bom Jesus e o dono era o prefeito de Gramado. Ele foi passar no meio das correias e arrancou minhas duas pernas. Perguntei se eles pagaram e o rapaz disse que não pagaram nada e nem aposentaram ele. Aí eu toquei o pau, fiz entrevista com ele e quando fui no outro dia, veio um advogado de Gramado querendo a fita da gravação. Eu disse não, falando para esperar até o gerente chegar, pois só ele poderia autorizar. Aí o gerente pediu se tinham trazido a autorização judicial, mas como não tinham, não levaram nada. Então eu consegui a aposentadoria para o rapaz. Quando o encontro na rua, eu o cumprimento e ele beija minha mão.
---	--

4.2.4 Marçal Ferreira Rodrigues – (Juruna): 45 anos de rádio.

Qual sua função na Rádio Difusora?	Faço todo o trabalho de reportagem e apresentação de programas. Sou repórter de fazer as matérias nos bairros em qualquer ponto da cidade e também fazer as transmissões, até vendedor eu sou, porque a gente tem que vender publicidade, mas meu trabalho profissional mesmo é o locutor e entrevistador, registrado no Ministério do Trabalho e Comunicações de Brasília. Estou na rádio está desde os anos 70. Meu apelido é Juruna porque usava um gravador como o Cacique Mario Juruna, da Tribo Juruna. Ganhei o gravador da emissora Difusora. Sou repórter de frente, acompanha tudo o que acontece na cidade, nos bairros, na prefeitura, todas as instituições que apresentam desenvolvimento à cidade.
Quais foram as pessoas importantes que passaram pela rádio Difusora?	Conheci, na emissora e no Brasil, fiz transmissão de quase todos os presidentes dentro da Difusora. Só não entrevistei a presidente Dilma como presidente do Brasil. Do presidente Lula, fiz as reportagens duas vezes de Brasília. Todos os presidentes da Ditadura, eu fui a Brasília fazer as entrevistas, conheci e aprendi muito. Em Caxias, prefeitos, Festa da Uva, em tudo o que acontece na cidade estamos presentes. Viajamos também nos interiores dos municípios, onde há eventos interessantes, estamos presentes. Trabalho no estúdio como jornalista. Juruna tem o título de cidadão caxiense, pois sou natural de Jaquirana. Em 1991, devido ao meu trabalho, consegui o título de cidadão caxiense, o que fez com que eu amasse mais a nossa cidade. Caxias é minha cidade.
Sobre a morte de Tancredo Neves?	Foi a primeira vez que fui a Brasília, em 1985, quando o Tancredo Neves ganhou as eleições no colégio do congresso, onde o presidente era o Figueiredo e pela anistia trouxe de volta os partidos. Fizeram a eleição e depois voltamos para transmitir a posse do presidente Tancredo Neves. Infelizmente não deu, pois ele ficou doente e acabou falecendo depois de 40 dias. Estava emocionado, pois estava acompanhando em Brasília e transmitindo boletins para a emissora em Caxias.
Qual a história que marcou sua vida na Rádio Difusora?	Para mim, tudo marca, tudo é importante, sempre aprendendo, pois a minha faculdade é a do mundo. Reportagem, um dos papas que visitaram o Brasil, mais importante João Paulo II, que veio duas vezes. A última em 1997. Ele veio para o Brasil, no Rio de Janeiro, no Aterro do Flamengo. Transmitimos

	<p>direito, eu e o Padre Renato, bispo Dom Paulo. Fantástico, porque lá tínhamos credenciamento do evento e credenciais do vaticano. Para acompanhar, só podia entrevistar o papa, Marçal e o padre Renato com o celular grande analógico. Nós dois ficamos frente a frente com o papa. Nós, como comunicadores, devemos seguir o que está na lei, comunicar com todos, fazer o que é correto, trabalhar com amor e carinho. Pretendo ficar por muitos anos e jamais distorcer notícias, jamais mentir.</p>
--	---

4.2.5 Milton Antunes Domingues: 19 anos de Rádio Difusora.

<p>Comente sobre a sua trajetória no Rádio.</p>	<p>A Rádio Difusora, para mim, é uma experiência muito importante, diria até significativa da minha vida, porque eu tenho mais do que 30 anos de rádio. Não iniciei na Difusora. Sou natural de Santo Ângelo, trabalhei na rádio de Santo Ângelo, em Soledade, onde iniciei minha carreira de radialista, bem jovem, com 16 ou 17 anos. Trabalhei em emissoras de Santa Catarina e outras emissoras no Rio Grande do Sul. Estou há 23 anos em Caxias do Sul. Passei pela rádio Caxias, 1010, emissoras de FM e vim para a rádio Difusora, que é bem popular, porque eu gosto de fazer. Sou um apaixonado por rádio a vida toda. A minha vida foi dedicada ao rádio e a Difusora é uma emissora bem popular que, para mim, é uma grande escola.</p>
<p>Na sua opinião, por que a rádio Difusora, apesar da concorrência, se mantém no ar há 56 anos em AM?</p>	<p>O rádio ainda se mantém como um veículo de massa, um veículo de grande potencial, ainda tem grande responsabilidade. A aceitação do público pela forma democrática e pela instantaneidade, o rádio é um meio muito rápido de comunicação, que apenas novas tecnologias, a internet hoje. O rádio na internet, inclusive a rádio FM, é diferente do nosso rádio AM. A própria televisão, outro meio de comunicação, com todas essas mídias, diferentes meios de comunicação, alguns bem mais tecnológicos. Hoje em dia, no sistema digital, o velho rádio AM ainda continua forte e de grande penetração pela sua instantaneidade, pela sua proximidade com o público. Ele é um veículo bem democrático. Ele continua vivo, porque ele é rápido. O ouvinte liga, participa, pede a gente da o retorno imediatamente, então essa rapidez da comunicação do rádio AM é muito forte, também com a proximidade das comunidades, tratando de assuntos realmente bem locais, que interessem, são relevantes pela utilidade pública que ele dá para o ouvinte. Isso é muito forte na rádio AM ainda.</p>
<p>A segmentação da rádio Difusora é a música gaúcha, certo?</p>	<p>O forte da nossa programação é a música gaúcha. Esse estilo de música é muito aceito pela nossa audiência. Hoje nós temos segmentação de rádio e cada rádio se dedica a um público específico. Temos rádios que tocam músicas mais jovens, como as FMs, que se dedicam ao jornalismo, esportes e o nosso público é o público mais tradicional, da área tradicionalista, então os programas musicais sempre trazem música gaúcha. São bem aceitos, mas durante a programação nós temos outros tipos de programas que não trabalham só com a música gaúcha. Trabalhamos com a música sertaneja e a música popular, bem popular, que no rádio se chama música povão. É um público que gosta e acompanha nossa</p>

	<p>programação exatamente porque gosta de ouvir esse estilo musical.</p>
<p>Na sua opinião, é a programação radiofônica que atrai o ouvinte?</p>	<p>Exatamente, a nossa programação é bem eclética. Ela não se detém em um só estilo de música. Nós temos a música gaúcha, que é muito forte, a sertaneja, tocamos música popular. É esse eclético de vários estilos de música que faz com que a programação ainda se mantenha bastante fiel.</p>
<p>Como você avalia a programação da rádio?</p>	<p>Eu acredito que a programação está bem distribuída, bem dividida, tem para vários estilos. Não trabalhamos só com música, temos programas de jornalismo, programas religiosos. A Rádio Difusora é uma emissora que tem bastante espaço dedicado à religião, espaços dedicados a vários credos religiosos, principalmente pela manhã e noite, além de durante a programação pelo dia, aqueles pequenos espaços ou horários, porque temos várias religiões em Caxias que buscam espaço em outras emissoras e não encontram, então elas vêm para a rádio Difusora. A nossa programação é bem misturada. Tem programas religiosos, que o atende esse público de igreja, diversos tipos de religião e temos também outros espaços de programas musicais, programas de jornalismo e transmissões externas, de eventos, seja rodeio, feiras e reportagens de rua, sempre acabam acompanhando o que acontece na área da polícia, da política. A programação é bem diversificada e atende um público que é bem popular, então o rádio é bem popular. Ele não é elitista, de só se dedicar a um pequeno público.</p>
<p>O que mais marcou na rádio?</p>	<p>A liberdade de trabalhar, de ter bastante autonomia. Nosso diretor, Raul Bento Alves, é uma pessoa que dá bastante liberdade para você produzir a tua programação, para você intervir na programação, não vem nada pronto, nada feito. A gente se reúne, discute. Então o que eu mais gosto na rádio AM é a liberdade que eu tenho, a autonomia de repente fazer uma mudança, e também essa espontaneidade. A rádio é bastante espontânea, aberta, eu gosto. Eu trabalhei em outras emissoras, onde a situação era bem diferente. A programação era fechada, tinha que seguir regras e normas. Não tinha liberdade de mudar ou alterar nada na programação. Já a Difusora, dá bastante liberdade de trabalhar e fazer como você realmente gosta. Eu sempre gostei disso, ter minha liberdade de trabalhar e fazer como eu gosto a minha programação.</p>
<p>Agora, com o projeto de migração para o FM, tem alguma preocupação?</p>	<p>Pelo contrário, aguardo com grande expectativa nossa mudança. Nós estamos aguardando há muitos anos essa transformação do rádio AM em rádio digital. Hoje em dia, o rádio AM perdeu muito no sistema de qualidade de som. Nossa programação, em termos de som, deixa muito a desejar, porque o digital é muito superior ao rádio AM. O rádio AM tem tudo para dar um salto de qualidade. Nos próximos anos, vamos ter um rádio AM digital grande. Hoje, nós temos o FM, que é o nosso concorrente. Em termos de programação, praticamente é a mesmo, tanto que muitos estão colocando a programação de AM em FM. O que falta na rádio AM é a qualidade. Essa qualidade virá com um sistema digital chamando AM digital. O rádio AM vai dar um salto de qualidade. Vai ser muito bom para o rádio AM que, hoje em dia, está deixando muito a desejar em termos de qualidade de som. Nós vemos aí sistemas digitais onde o rádio é executado em smartphones, em celulares, na internet. O rádio AM vai ganhar com a transformação para o digital.</p>

4.2.6 Ilton de Almeida França: 15 anos de Rádio Difusora.

<p>Qual a sua função na Difusora?</p>	<p>Meu cargo na Difusora é de gerente administrativo e empresarial. Cuido relativamente das atividades que contemplam setor administrativo, parte do próprio gerenciamento da equipe de trabalho, da própria programação da emissora, do contato comercial com os clientes, seja em caráter de vendas, de atendimento e pós venda. Essa é a única emissora na qual trabalhei e trabalho atualmente. Estou aqui há 15 anos.</p>
<p>Como está o projeto para a emissora migrar para o FM?</p>	<p>Na verdade, o projeto ainda não é uma coisa completamente sedimentada. Na verdade, o que aconteceu foi que no final do dia 5 de novembro de 2013, a presidente da República, Dilma Rousseff, então institucionalizou por lei a conversão de todas as emissoras AM para FM. Por que isso? Porque houve um levantamento, um estudo técnico a respeito das transmissões em todas mídias do Brasil e, comparado com outros países, ficou de conhecimento do setor de rádio difusão e comunicação sonora e ondas médias. O Brasil possui um dos piores sinais de sintonia para o rádio AM, ou seja, um dos setores que mais sofre interferência por equipamentos, se comparado com outros países e isso tem prejudicado sensivelmente a auto existência do rádio AM no país. Claro que não é um fator determinante, mas evidentemente é um dos principais fatores em função da qualidade de áudio. Outros fatores que contribuem são a questão do próprio avanço tecnológico, onde as principais mídias praticamente influenciam mais nas transmissões AM nos seus equipamentos, receptores de rádio, praticamente não sintonizam rádio AM, a menos que se disponibilizem aplicativos para smartphones, para que se possa sintonizar essas programações. Em todo caso, as mídias futuras e presentes já se dirigem para um outro tipo de frequência melhor de qualidade sonora para divulgação da programação radiofônica. Não vamos confundir. Isso não significa dizer que as rádios vão migrar para o sistema digital, ainda não estamos falando da era digital, embora muitos já estejam preparados para esse tipo de transmissão e até realizam esse tipo de transmissão. Não trabalhar com essa transmissão em sinal digital ao menos quando forem migrar para o FM o farão, e transmitirão em sinal digital, mas a maioria das emissoras que migrarão, certamente continuarão em FM, mas no sistema analógico e futuramente, quando for definida a real tecnologia digital a ser utilizada no Brasil. Para as transmissões digitais, então, vai ficar consignado a migração para as transmissões digitais. A rádio Difusora já encaminhou a solicitação para transmitir nesse sistema tecnológico no ano passado (2014). Não é só uma questão burocrática, por questões técnicas, nem todas as emissoras de rádio do país que migrarão do AM para o FM ocuparão a atual faixa de sintonia que comporta as emissoras de FM. Muitas localidades dos estados do país, serão necessárias criações de uma nova banda de sintonia. A viabilização dessa banda de sintonia ainda não foi devidamente potencializada do nível técnico, não foi potencializada pelo governo federal. Então as emissoras estão no aguardo,</p>

	<p>para que, a partir do momento que o governo tiver todos os estudos técnicos realizados caso a caso, cada estado, cada município para as emissoras que solicitaram a conversão, elas possam estar a partir do momento que o governo federal, o Ministérios das Comunicações a partir desses estudos, delimitar a frequência e o espaço que vai ser comportado por essas migrações. Sem esse estudo de viabilidade técnica que o governo ainda está em estudo técnico, não será feita a conversão. Eu acredito que até 2018 as emissoras já iniciem em grande massa o processo de conversão. Tudo isso se implica em investimentos e custos, que são bastante elevados para as emissoras poderem se ajustar nessa troca de frequência.</p>
<p>A emissora está preparada para essa mudança?</p>	<p>Evidentemente que as conversões de AM para FM fortalecem a emissora quanto empresa de rádio difusão. Há um ganho de qualidade sonora, o equipamento, apesar de ser caro, para a conversão, é mais acessível do que o atual rádio AM e transmite com uma qualidade sonora melhor. Evidente que nós protocolamos o nosso pedido para a conversão, mas não temos como fazer maiores antecipações em relação a isso, pois a rádio não sabe qual faixa de dial vai ocupar e que fator de potência ela vai ter, qual alcance terá. Tudo isso tem que ser aguardado pelos estudos que serão feitos pelo governo federal através do Ministérios das Comunicações, via Anatel, provavelmente. A partir do momento que forem disponibilizados esses dados técnicos para as emissoras aqui do Rio Grande do Sul, então poderá proceder com os projetos de migração.</p>
<p>Como a emissora está se mantendo no ar financeiramente?</p>	<p>É um grande desafio, hoje em dia, trabalhar em rádio AM no Brasil, em função de algumas características que são próprias. O segmento de programação que procura se moldar as necessidades do público atual. Mas entendemos que temos perdido uma boa fatia de mercado em função dessa defasagem de qualidade sonora que as rádios AM possuem e pela sua própria característica de programação, que não é uma programação essencialmente voltada para o público mais jovem, que é o público que acessa mais, com mais frequência as mídias atuais. As receitas de uma emissora AM propõem basicamente da venda de publicidade comercial, cotas de patrocínio e também pela localização de espaço à entidades que desejam promover a divulgação de seus trabalhos, sejam de cunho religioso, sócio cultural, musical, a gama de programação é bastante variada e possibilita a essas entidades para que possam mostrar à população e ouvintes das emissoras, o trabalho que é desempenhado por elas. Essas também são uma fonte de receita para as emissoras AM, mas, basicamente, é a comercialização publicitária. Somos uma emissora que tem uma linha editorial mais simplista, que procura focar o entretenimento, que se distancia de fatos polêmicos, apenas com cunhos interesseiros, então não vivemos única e exclusivamente da boa notícia, ela vende bem a má notícia. Todo mundo gosta de ouvir desgraça, mas não gosta de ouvir o que é semeado do bem. Nosso maior objetivo é informar, noticiar e entreter por mais e mais 56 anos, seja no AM ou no FM.</p>

4.2.7 Alaor de Oliveira: 9 meses de Rádio Difusora.

Quanto tempo trabalhou na rádio?	Tive o prazer de trabalhar nove meses, no ano de 1988. Eu saí da rádio Caxias, onde eu atuava há bem mais tempo e fui respirar novos ares numa rádio que não era nova na época, mas com uma equipe maravilhosa, que me deu uma oxigenação muito grande. Foi muito bom para mim.
Fale um pouco da sua trajetória na emissora.	Fui convidado, na época, pelo Raul Bento Alves e o amigo, já falecido, Osvaldo Lacerda. Eu tinha um programa à tarde na rádio Caxias, das 15h às 18h. Surgiu uma nova oportunidade na Difusora, fazendo um programa do meio dia às 14h, que era um cenário bem diferente. Os mais antigos sabem que o horário do meio dia pertenceu muito à rádio Caxias, com o Jornal Formolo. Surgiu uma oportunidade de combater, de forma muito ética, com um programa popular, e que deu um resultado extremamente positivo. Foram nove meses de muita alegria e muita satisfação. Com o passar do tempo, eu fui criando credibilidade junto a direção da emissora e surgiu a oportunidade de fazer futebol na rádio, pois, na época, quem fazia futebol era a rádio Caxias. Nós unimos, montamos uma equipe esportiva e fomos acompanhar o Juventude e o Caxias no Campeonato Gaúcho, o que deu um resultado positivo, pois uma opção a mais na época se fazer futebol. Com a minha transferência para a Difusora, criou-se uma equipe esportiva, o que foi genial e uma novidade, na época, para a Difusora.
Na sua opinião, por que a rádio Difusora continua, há 56 anos, no ar em AM, apesar da concorrência?	O esquema é o seguinte, o AM, quer queira, quer não, é um referencial para as pessoas de mais idade, que gostam do AM. Acostuma até com o som AM, que é um pouco diferente. A tendência futura é transformar todas as AM em FM, mas, enquanto não surgir essa liberação total para FM, nós vamos continuar fazendo o rádio AM da mesma forma que a rádio Difusora vem fazendo há 56 anos. É o público mais popular, a periferia, enfim, que continua tendo aquele velho rádio portátil que só tem o AM. Muitas vezes ouvindo a Difusora, então a Difusora é uma legítima rádio AM. A programação, desde que surgiu, foi voltada para o AM. Isso tem dado resultado, se não mudaram, é porque está dando resultado positivo.
O que pensa sobre o projeto Difusora na FM?	Isso, em breve, passará a ser lei. Todas as AMs se transformarão em FMS e, certamente, a Difusora vai seguir esse curso também. Futuramente todas as rádios serão somente em FM. Para que se possa sintonizar uma rádio AM em um telefone celular é muito difícil. A lei já existe, está aí, e, no máximo até o ano de 2019, todas as emissoras serão em FM.
Algo que marcou nos nove meses de emissora?	Eu estar vinculado à rádio Caxias e passar a ser o Alaor da Difusora e deu certo. Até então, o Alaor só deu certo na Difusora e em questão de pouco tempo, estávamos em primeiro lugar no Ibope nesse novo horário, que foi uma descoberta, uma novidade pro rádio AM fazer um programa popular ao meio dia, deu resultado.
A programação atrai o ouvinte?	É o público do rádio AM, as pessoas com mais de 30 anos, que acostumaram a ouvir até aquele tipo de som do AM, que é um pouco diferente. E a programação popular, todos que fizeram rádio popular seguiram em frente. Quem vulgarizou, quando falo em vulgarizar, não é usar nome feio, usar o português incorreto. Nós temos que usar o português correto,

	<p>esse é o popular, programação séria, honesta, transparente. Isso cativa o ouvinte, prende o ouvinte, por isso que está no ar há tantos anos.</p>
E como você avalia a programação?	<p>A rádio continua porque não mudou seus princípios. É aquela linguagem da rádio, linguagem de 1960 a 70, 80, 90, 2000 tem a mesma. Este público acostumou a ouvir isso e não vai mudar. Se mudar, não vai encontrar mais, porque lá estão Abelino Cardoso, Sabiazinho, Ilton, Domingues, Marcel Rodrigues, há muitos anos, isso marca. O sujeito quer ouvir programação popular hoje, vai diretamente na Difusora, porque os comunicadores não mudaram. Essas pessoas fazem parte da história. Isso é bom para o rádio, para a Difusora permanecer com os mesmos comunicadores e, com o tempo, vai agregando estagiários novos, pessoas que se formam em Jornalismo que vem fazer um assessoramento bom a esses profissionais antigos, mas esse pessoal mas antigo tem que ser a espinha dorsal da rádio.</p>

5 ANÁLISE

A Rádio Difusora AM surgiu em 1º de julho de 1957, com Ruben Bento Alves. A programação iniciou em 16 de agosto de 1958, na frequência 1250 kHz, operando com ¼ de kW de potência. Em 13 de maio de 1980, o Ministério das Comunicações autorizou a emissora a aumentar sua potência diurna para 10 kW, e assim ficou até 2009. Atualmente, trabalha com a potência de 15 kW, abrangendo cerca de 1.500.000 habitantes no nordeste do Rio Grande do Sul, das classes A, B, C e D. As transmissões da Difusora abrangem, além de Caxias do Sul, as cidades de Vacaria, São Leopoldo, São Francisco de Paula e Guaporé.

A Rádio Difusora teve como gerente Ernani Bento Alves, que ficou no cargo entre 1967 e 1983. Após o falecimento de Ruben Bento Alves e Ernani Bento Alves, a emissora ficou na direção do Dr. Raul Bento Alves, diretor superintendente até então.

A rádio tem na sua programação informação, música e entretenimento. Segundo Calabro, na época em que trabalhou na Difusora, usava um vitrolão e passou a usar animadores ao vivo, reportagens da rua e trazia pessoas para o estúdio. Este formato foi lembrado por Ortriwano (1985).

No início, foi reduzido à fase do vitrolão. [...] Como o faturamento era menor, as emissoras passaram a investir menos, tanto em produção, quanto em equipamento. [...] O rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública. [...]. Começa a acentuar-se a especialização das emissoras, procurando cada uma delas um público específico. (ORTRIWANO, 1985, p. 21-22).

Calabro foi o primeiro locutor a ter um programa de nativismo no Rio Grande do Sul. Conforme Milton Domingues, o forte da programação da rádio é a música gaúcha até hoje. “[...] o nosso público é o público mais tradicional, da área tradicionalista, então os programas musicais sempre trazem música gaúcha”, afirma Domingues. Porém, também confirma que a programação diária mescla com música popular, música sertaneja, além de programas de jornalismo, entradas ao vivo de eventos.

Tem programas religiosos, que o atende esse público de igreja, diversos tipos de religião e temos também outros espaços de programas musicais, programas de jornalismo e transmissões externas, de eventos, seja rodeio, feiras e reportagens de rua, sempre acabam acompanhando o que acontece na área da polícia, da política. A programação é bem diversificada e atende um público que é bem popular, então o rádio é bem popular. (DOMINGUES, 2010.)

Hoje, trabalham como locutores na Rádio Difusora Abelino Gomes Cardoso, o Patrão Abelino, José Alves dos Santos, o Sabiazinho, José Luiz Cardoso dos Santos, Marçal Ferreira Rodrigues, Nilton Antunes Domingues e Reni Hilário Sefeld.

Dentro da programação musical, existem sete programas¹⁷. Entre os citados, está o Na Difusora Bom Dia, apresentado pelos locutores Reni Sefeld e Nilton Domingues. O programa é transmitido das 07h às 9h, de segunda à sexta, e traz música, informação e curiosidades. Já o Difusora Popular, apresentado por Nilton Domingues, vem na sequência com músicas atuais, mas também um repertório mais antigo, além de horóscopo, receitas, curiosidades artísticas e informações. O programa é voltado ao público feminino e é transmitido de segunda à sábado.

Durante as tardes de segunda à sexta-feira, o locutor Carlos Mota traz no programa Prosa de Galpão: o melhor da música e da cultura gaúcha, com pedidos de ouvintes e informações de utilidade pública. Nos mesmos dias da semana, Sabiazinho apresenta o Rancho da Amizade, com mais de 30 anos de existência. O programa de entretenimento transmite música sertaneja, gaúcha e MPB. Já de segunda à sábado, o patrão Abelino apresenta o Tardes Gaúchas, com clássicos da música gaúcha e participação do ouvinte.

Nas manhãs de domingo, há o momento de oração com a Missa Dominical, diretamente da Catedral Diocesana de Caxias do Sul. Após, Marçal Rodrigues transmite eventos sociais e festivos, com a participação do ouvinte, além da música gaúcha.

Pelo lado essencialmente jornalístico, há o programa Notícias Policiais, com relato dos acontecimentos nos plantões policiais de Caxias do Sul e região nas últimas 24 horas. É apresentado por Reni Sefeld e Nilton Domingues.

¹⁷ Informações retiradas do site da rádio Difusora: www.radiodifusoracaxiense.com.br.

No A Difusora Informa, José Luiz Cardoso traz as principais notícias locais, regionais, nacionais e internacionais dos segmentos político, econômico, comercial, cultural, esportivo e climatológico. Domingues também apresenta o Ofertas de Emprego, dedicado às pessoas desempregadas ou que estão ingressando no mercado de trabalho. O programa divulga a lista da Oficina de Emprego, um órgão ligado ao SINE - Sistema Nacional de Emprego.

Realizando entrevistas com autoridades nos setores público, político, esportivo, entre outros, Marçal Rodrigues e José Luiz Cardoso apresentam o Espaço Livre, com uma discussão aberta para o ouvinte. O programa vai ao ar de segunda à sábado. O Rádio Jornal Difusora 1ª Edição era apresentado pelas vozes de Reni Sefeld¹⁸ e José Luiz Cardoso. É um noticiário subdividido em quatro blocos, onde são veiculadas notícias locais, regionais, nacionais e internacionais, transmitindo informações importantes da política, da economia e da sociedade em geral. Hoje o radiojornal, depois da morte de Reni Sefeld está sendo apresentado somente por José Luiz Cardoso.

Composto por blocos de cinco minutos, A Difusora É Notícia transmite em síntese as notícias de interesse da comunidade. É apresentado por José Luiz Cardoso. Já o Rádio Jornal Difusora 2ª Edição, apresentado por José Luiz Cardoso e Nilton Domingues, traz uma síntese dos principais acontecimentos do dia na região e no país. Todos os locutores participam do A Difusora Informa a Temperatura, um informativo sobre as condições do tempo, e A Difusora Informa a Hora Certa, com o horário do momento.

A seguir, a programação completa da rádio Difusora.

Programação Difusora segunda/sexta	
05:30/06:50	Musical (espaço para futura locação)
06:50/07:00	Hora da Benção – Naum Soares (espaço locado/terceirizado)
07:00/07:30	SOS Jesus Cristo – Vladimir Ramos (espaço locado/terceirizado)
07:30/08:00	Restauração Prometida – Pastor Neri (espaço locado/terceirizado)
08:00/08:20	Rádio Jornal da Manhã – José Luiz Cardoso e Nilton Domingues
08:20/09:30	Difusora Bom Dia – Nilton Domingues
09:30/10:00	Espaço Livre – Marçal Rodrigues
10:00/11:30	Difusora Popular – Nilton Domingues

¹⁸ Reni Sefeld faleceu no dia 13 de fevereiro de 2015 em Caxias do Sul.

11:30/12:00	Corrente do Pensamento Positivo – Novo Amanhã – Claudionor Geisler (espaço locado/terceirizado)
12:00/12:20	Rádio Jornal do Meio-dia – José Luiz Cardoso
12:20/12:30	Hora da Benção – Naum Soares (espaço locado/terceirizado)
12:30/13:30	A Voz da Libertação (espaço locado/terceirizado)
13:30/14:30	Prosa de Galpão – Carlos Mota (espaço locado/terceirizado)
14:30/14:35	Difusora Informa – José Luiz Cardoso
14:35/15:45	Tardes Gaúchas – Abelino Cardoso
15:45/15:50	Difusora Informa – José Luiz Cardoso
15:50/16:00	Rancho da Amizade – José Alves dos Santos
16:00/16:08	Mensagem Mariana (espaço locado/terceirizado)
16:08/17:00	Rancho da Amizade – José Alves dos Santos
17:00/19:00	Nunca é Tarde – Pastor Ricardo (espaço locado/terceirizado)
19:00/20:00	A Voz do Brasil

Programação Difusora noturna – segunda/sexta

Horário	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira
20:00/21:00	Musical	Lembranças sempre lembranças - Gobetti	Natureza Gaudéria – Zé Da Mata	Lembranças sempre lembranças - Gobetti	Rancho Pura Cepa – Nelson Correa
21:00/22:00	Musical	Lembranças sempre lembranças - Gobetti	Anoitecendo na Querência – José Luiz Lazaretti	Lembranças sempre lembranças - Gobetti	Rancho Pura Cepa – Nelson Correa
22:00/23:00	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
23:00/00:00	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
00:00/01:00	Madrugada com Deus – Templo Espiritualista Maria Santíssima	Madrugada com Deus – Templo Espiritualista Maria Santíssima	Madrugada com Deus – Templo Espiritualista Maria Santíssima	Madrugada com Deus – Templo Espiritualista Maria Santíssima	Madrugada com Deus – Templo Espiritualista Maria Santíssima

Programação Difusora Sábado

05:30/06:00	Musical Difusora (espaço para futura locação)
06:00/08:45	Sertão em Festa – José Alves dos Santos (espaço locado/terceirizado)

08:45/09:00	Hora da Bênção – Naum Soares (espaço locado/terceirizado)
09:00/10:00	Espaço Livre – Marçal Rodrigues
10:00/11:30	Coração do Brasil – Azambuja (espaço locado/terceirizado)
11:30/11:40	Corrente do Pensamento Positivo – Novo Amanhã – Claudionor Geisel (espaço locado/terceirizado)
11:40/12:00	Rádio Jornal do Meio-dia – José Luiz Cardoso
12:00/13:00	Restauração Prometida – Pastor Neri (espaço locado/terceirizado)
13:00/14:00	O Som do Sul – Pedro Jocer Bernardo da Silva (espaço locado/terceirizado)
14:00/15:00	O Rio Grande de todos os tempos – Orivaldo Gobeti (espaço locado/terceirizado)
15:00/00:00	A Voz da Libertação – Deus é Amor (espaço locado/terceirizado)

Programação Difusora Domingo	
06:00/07:00	Musical (espaço para futura locação)
07:00/09:00	Pampa e Sertão – José Vermar (espaço locado/terceirizado)
09:00/10:00	Missa da Catedral
10:00/12:00	Domingo na Querência – Marçal Rodrigues
12:00/13:00	Assembleia de Deus – Gilseu e Jair (espaço locado/terceirizado)
13:00/14:00	Tarde com Deus – Ivo e Neri (espaço locado/terceirizado)
14:00/15:00	Jesus Cristo é a luz do novo dia – Norberto de Lima Homem (espaço locado/terceirizado)
15:00/20:00	A Voz da Libertação – Deus é Amor (espaço locado/terceirizado)
20:00/22:00	Desperta Coração – Francisco Edésio dos Santos
22:00/00:00	Musical

A programação da Difusora é bem definida, com programas específicos e horários programados. É, o que trouxe anteriormente Ferraretto (2001), a programação em fluxo, “[...] em que se encara toda a programação como um grande programa dividido em faixas bem definidas. As mudanças de uma para outra são calcadas na troca do âncora ou do comunicador do horário.” (FERRARETTO, 2001, p. 60).

Alaor de Oliveira cita que o público da Difusora é formado por pessoas que tem mais de 30 anos de idade e que foram acostumadas a ouvir o som do AM. Desde que surgiu, afirma, a rádio não mudou seu jeito de fazer a programação. “É aquela linguagem da rádio, linguagem de 1960 a 70, 80, 90,

2000. Este público acostumou a ouvir isso e não vai mudar”, complementa Alaor. Ou seja, a Difusora sabe quem é o seu público e fala diretamente para ele, como já citou Ortriwano (1985).

A partir de meados de 70, começa a transformação para que o rádio conseguisse sair definitivamente do marasmo em que caiu a partir dos anos 50. A tendência à especialização mostrou-se cada vez maior. As emissoras passaram a identificar-se com determinadas faixas sócio-econômico-culturais, procurando dirigir-se a elas e buscando sua linguagem nos próprios padrões das classes que desejavam atingir. (ORTRIWANO, 1985, p. 24).

Alaor acredita que os locutores que estão há bastante tempo na rádio, como Abelino, Sabiazinho, Domingues e Marçal, são a espinha dorsal da rádio, pois os ouvintes estão acostumados com eles. Indo de encontro ao que afirma Hausman et al (2010), ao dizer que as pessoas se apegam ao rádio. “Aos poucos, o veículo assumiu seu status como companheiro pessoal.” (HAUSMAN et al, 2010, p. 4). Assim, a Difusora criou a identidade da rádio, como Warren (2005) já julgou anteriormente ser extremamente necessário.

Conforme citado anteriormente, o público participa da programação radiofônica da Difusora desde seu surgimento. O locutor Roberto Calabro premiava muito o ouvinte e, por isso, recebia até 60 cartas por dia, além de diversas ligações. Assim como Abelino Cardoso e José Alves dos Santos que, hoje, ainda recebe cartas e telefonemas, mas com o avanço tecnológico, também recebe pedidos musicais e recados via e-mail e redes sociais.

Com a grande presença das rádios em frequência modulada - FM, as rádios AM foram perdendo audiência, mas a rádio Difusora continua no ar há 56 anos, mesmo com essa concorrência, o que confirma o que já disse Ferraretto (2001).

Em um primeiro momento, em termos de audiência, o rádio comercial em AM não chega a ser afetado diretamente, uma vez que, à exceção talvez das emissoras dedicadas ao jornalismo, o seu público pertence mais aos extratos C e D. Esta situação muda ao se analisar as verbas publicitárias. [...] De um lado, as grandes emissoras em AM abrem sites na internet que são um esboço futuro de um provedor de conteúdo, disponibilizando material gravado e informações atualizadas. (FERRARETTO, 2001, p. 9).

Calabro, acredita que a Difusora segue trabalhando por ser uma rádio de família e que ela continua no ar pela teimosia de Raul e Ernani de não quererem se desfazer da rádio. Segundo Alaor de Oliveira, o AM é referência para o público de mais idade e o público da Difusora é popular. Ele afirma que a programação em AM tem dado um resultado positivo por não mudar. Já Domingues, acredita que o rádio é um veículo de massa e que traz grande responsabilidade. O AM, de acordo com o locutor, continua vivo por ser democrático.

O ouvinte liga, participa, pede a gente da o retorno imediatamente, então essa rapidez da comunicação do rádio AM é muito forte. Também com a proximidade das comunidades, tratando de assuntos realmente bem locais, que interessem, são relevantes pela utilidade pública que eu pessoa para o ouvinte. (DOMINGUES, 2015).

O locutor aguarda pela mudança da Difusora para o FM, pois sabe que o AM perde na questão da qualidade de som para o FM. “Em termos de programação, praticamente é a mesma, tanto que muitos estão colocando a programação de AM em FM”, conclui Domingues. Conforme Alaor de Oliveira, será importante a migração para o FM, pois é difícil sintonizar uma rádio em AM em um smartphone, o que é muito utilizado atualmente. De acordo com Ilton de Almeida França, é possível que, durante a migração, a Difusora possa mudar a faixa de dial e sua potência também será diferente, bem como o alcance. Ainda segundo França, hoje em dia, é um desafio trabalhar com AM no Brasil e sabe que a emissora pode ter perdido audiência devido à defasagem da qualidade do som e pela própria característica de programação que a Difusora tem, que pode não atrair os mais novos ouvintes, que são usuários de novos formatos de rádio, como webrádio, rádio on-line. Com a ida para o FM, a Difusora deve melhorar e ampliar sua forma de comunicar, como as rádios FM já fazem.

Ganha, agora, no entanto, contornos mais tecnológicos e aparece como o principal caminho para as emissoras em amplitude modulada no início do século 21. O rádio parece estar, assim, se preparando para o crescimento das novas mídias utilizando armas propaladas pelos inimigos. (FERRARETTO, 2001, p. 11).

Para continuar no ar, França afirma que a venda de publicidade comercial é essencial. Isto foi exemplificado por Ferraretto anteriormente, ao citar o rádio a partir de 1930. Os anunciantes são importantes para que as emissoras de rádio e eles estão presentes em muitos momentos da programação da Difusora, que precisa competir com a concorrência e buscar os ouvintes, conforme já citou Ortriwano (1985).

Com o advento da publicidade, as emissoras trataram de se organizar como empresas para disputar o mercado. A competição teve, originalmente, três facetas: desenvolvimento técnico, status da emissora e sua popularidade. A preocupação “educativa” foi sendo deixada de lado e, em seu lugar, começaram a se impor os interesses mercantis. (ORTRIWANO, 1985, p.15).

José Alves dos Santos concorda que a publicidade auxilia na sobrevivência da emissora e tem anunciantes há 35 anos trabalhando em conjunto para fazer a programação ficar no ar. Ele acredita que nunca errou em nenhuma propaganda.

A sua fala vai ao encontro do que Ferraretto diz sobre programação e anunciantes. De acordo com o autor pensar na publicidade radiofônica “significa oferecer um serviço com destinatário definido, buscando também anunciantes adequados a estes ouvintes específicos.” (FERRARETTO, 2001, p. 52-53).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta monografia, foi realizada uma pesquisa que visou entender por que a rádio Difusora 1250 se mantém no ar em AM há 56 anos. Foi observado que as hipóteses deste trabalho foram comprovadas em sua totalidade.

A primeira hipótese, que cita *como ponto forte a música gaúcha e como a Difusora ganhou o público com esta seleção musical*, foi confirmada. Conforme Milton Antunes Domingues, cada rádio tem a sua segmentação, sendo a da Difusora, a música gaúcha. Isto porque o público da emissora é um público da área mais tradicionalista, então os programas sempre executam músicas gaúchas. Um exemplo citado por José Alves dos Santos, o Sabiazinho, foi o programa Alma e Tradição, transmitido durante 30 anos e que só levava canções gaúchas.

Já a segunda hipótese *com a potência de 15 kw, a emissora aumentou sua penetração nos lares campeiros. Cada peão com seu rádio de pilha ouve a rádio caxiense por ser líder na boa música gaúcha*, foi também comprovada. De 2009, quando operava em 10 kW, e hoje com 15 kW, a rádio Difusora atinge 1.500.000 habitantes do Rio Grande do Sul. Esta hipótese se junta à primeira, pois com maior área de abrangência, mais fácil foi para que os campeiros pudessem ouvir a programação da rádio. E como falado anteriormente, o público da área tradicionalista é o foco maior da Difusora, pois sabe como falar a língua deles e o que eles querem ouvir, como a música gaúcha. O ouvinte da rádio Difusora sente-se parte da emissora na medida em que se ouve e se vê na emissora, tendo a rádio como grande companheira.

E a última hipótese *traz outro ponto forte da emissora, o rádio jornalismo, além de uma programação dinâmica* foi confirmada após analisar a grade de programação diária da emissora. Além de programas musicais, como o Rancho da Amizade, que traz música popular, sendo ela gaúcha ou sertaneja e o Prosa de Galpão, também foram encontrados variados programas de jornalismo. Entre eles, o A Difusora Informa e o Rádio Jornal Difusora 1ª Edição, além de uma boa parcela da programação trazer o cunho religioso, com transmissão de missas. Os programas também veiculam entrevistas relevantes para o seu público. Os gêneros informativo, entretenimento e

variedades permeiam na grade de programação nos diversos programas veiculados.

Após as análises e o link com as hipóteses, é possível concluir que a rádio Difusora 1270 continua no ar em AM há 56 anos devido ao seu público fiel. Os apresentadores e participantes da emissora de rádio não precisam mudar por enquanto a sua programação para que continuem tendo uma boa audiência. Isso porque trabalham diretamente para o público, focando no que a sua audiência gostaria de ouvir. Por saberem que os ouvintes são pessoas mais tradicionalistas, produzem programas mais populares, com uma linguagem fácil, informação que o público quer saber, como algum problema de bairro e claro, a música gaúcha.

Mesmo que a rádio Difusora possa ter perdido audiência devido à qualidade sonora do AM, a emissora nunca saiu do ar ou precisou pensar nisso. Uma boa parte dos ouvintes da Difusora está acostumado com o AM, que tem alcance, mas perde na qualidade de som para o FM. A Frequência modulada, por sua vez, tem qualidade de som, mas não tem alcance. A emissora já entrou com o processo de migração para o FM. Isso irá fazer com que a rádio Difusora fique por mais tempo no ar, não tenha perda de audiência e também possa conseguir novos ouvintes, pois terá uma melhor qualidade sonora e poderá sintonizada por outras plataformas como o celular.

Por estar relacionada à migração para o FM e tantos outros temas que ainda estão em desenvolvimento, esta pesquisa pode ter uma sequência. A migração para o FM, preços dessas outorgas, rádio digital são assuntos que estão ainda em discussão pelas autoridades competentes e por isso fica difícil prevê o que vai acontecer com a Rádio Difusora pois dependerá de algumas medidas políticas de comunicação externas e claro internas por parte da emissora estudada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIVROS

BARBOSA FILHO, André. **Rádio na Internet: concessão para quê?** São Paulo: RTV – Universidade de São Paulo, 1996.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos – os formatos e os programas em áudio.** São Paulo: Paulinas, 2003 (2009).

BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

BAUER, Martin W; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático.** Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

CALEBRE, Lia. **A Era do Rádio.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

COSTA, Gilberto; NOLETO, Pedro. **Chamada à Ação: Manual do radialista que cobre educação.** Projeto Nordeste/Unicef. Brasília, 1997.

CUNHA, Magda; HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádios Brasileiros – Episódios e personagens.** Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

DEL BIANCO, Nelia. **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência.** São Paulo. Elivros Intercom, 2012.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40).** Canoas: Ulbra, 2002

_____. **Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20.** Canoas: Ulbra, 2007.

_____. **Rádio: o veículo, a história e a técnica.** Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

_____. **Rádio: teoria e prática.** São Paulo: Summus, 2014.

FERREIRA, Daniela Carvalho Monteiro; PAIVA, José Eduardo Ribeiro. **O áudio na internet: uma orientação para os profissionais de comunicação e de tecnologia.** Uberlândia: Edibrás, 2008.

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

GARDELIN, Mário. **Rádio Caxias 50 anos**. 1. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 1996.

HAUSMAN, Carl; MESSERE, Fritz; O'DONNELL, Lewis; BENOIT, Philip; **Rádio. Produção, programação e performance**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Trad. de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2006.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

KAPLUN, Mario. **Producción de programas en radio**. Quito, Ciespal, 1978.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda: Convergência digital e novos desafios na radiodifusão**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. de A. **Metodologia Científica**. 3. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2000.

LOPEZ, Debora. **Radiojornalismo Hipermediático: tendências e perspectivas de jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. LabCom Books, 2010.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio – um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

ORTRIWANO, Gisela. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

PRADO, Emílio. **Estrutura da Informação Radiofônica**. São Paulo: Summus Editorial, 1989.

PRADO, Magaly. **Produção de rádio: um manual prático para professores, alunos e profissionais**. São Paulo: Campus, 2006.

SAMPAIO, Mario Ferraz. **Histórias do rádio e da televisão no Brasil e no mundo – memórias de um pioneiro**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.

STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa Bibliográfica**. In: DUARTE, J; BARROS. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

THOMÉ, Luís Touguinha et al. **Na onda do progresso: O Papel do Rádio no Desenvolvimento do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Alternativa consultoria, 2001.

WARREN, Steve. **Radio: the book. For creative. Professional programming**. Burlington (Massachusetts): Focal Press, 2005.

ARTIGOS, DISSERTAÇÕES E TESES

LUCHT, Janine Marques Passini. **Gêneros Radiojornalísticos: Análise da Rádio Eldorado de São Paulo**. Universidade Metodista de São Paulo, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social de São Bernardo do Campo – São Paulo, 2009.

MEDITSCH, Eduardo. **O ensino do radiojornalismo em tempos de internet**. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom – Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

MENEGUEL, Y. P. **O rádio no Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava**. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>. Acesso em: 29 de agosto de 2015.

PAVIANI, Jaime. **Epistemologia prática: ensino e conhecimento científico**. Caxias do Sul: Educs, 2009.

PRATA, Nair. **Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação. Belo Horizonte**. Faculdade de Letras – UFMG, 2008. Disponível em: <http://www.lettras.ufmg.br/poslin/defesas/911D.pdf>. Acesso em: 18 de outubro de 2015.

RUTILLI, Marizandra. **Rádio AM e a novas tecnologias digitais: Um panorama histórico da região noroeste do Rio Grande do Sul. Encontro Nacional de história**. Universidade Federal de Santa Maria, 2013.

STEINBRENNER, Rosane Maria Albino. **Rádios Comunitárias na Transamazônica: Desafios da comunicação comunitária em regiões periféricas**. 386 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido). Belém: UFPA, 2011.

URIBE, Esmeralda Villegas. **O rádio digital e o radio em internet: além das transformações tecnológicas**. UNl revista - Vol. 1, nº 3, julho 2006. Disponível em: http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNlrev_Villegas.PDF. Acesso em: 29 de agosto de 2015.

VICENTE, Eduardo. **Gênerose formatos radiofônicos**. Educomrádio, Centro Oeste, 2012. Disponível em: <http://www.bemtv.org.br/portal/educomunicar/pdf/generoseformatos.pdf>. Acesso em: 18 de outubro de 2015.

SITES CONSULTADOS

IBGE: pela 1ª vez, domicílios brasileiros têm mais TV e geladeira do que rádio. <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2012-04-27/ibge-pela-1-vez-domicilios-brasileiros-tem-mais-tv-e-geladeira-d.html>. Acesso: 31/08/2015 19:06

Rádio Difusora. Disponível em: www.radiodifusoracaxiense.com.br. Acesso em: 15/09/2015

ANEXO A – PROJETO DE MONOGRAFIA

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

IVONE MARIA MONTANARI

**RÁDIO DIFUSORA DE CAXIAS DO SUL: UMA HISTÓRIA DE 56 ANOS
SERVINDO À COMUNIDADE**

Caxias do Sul

2014

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
CENTRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

IVONE MARIA MONTANARI

RÁDIO DIFUSORA DE CAXIAS DO SUL: UMA HISTÓRIA DE 56 ANOS
SERVINDO À COMUNIDADE

Projeto de Trabalho de Conclusão
de Curso apresentado como
requisito para aprovação na
disciplina de Monografia I.

Orientador(a): Leyla Coimbra Thomé

Caxias do Sul

2014

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	04
2 TEMA	06
2.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA	06
3 JUSTIFICATIVA.....	07
4 QUESTÃO NORTEADORA	08
5. HIPÓTESES	09
6. OBJETIVOS	10
6.1 OBJETIVO GERAL	10
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
7. METODOLOGIA	11
8. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	15
9. ROTEIRO DOS CAPÍTULOS	18
10. CRONOGRAMA	19
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	20

1 INTRODUÇÃO

A escolha em falar de rádio vem 50, desde quando minha família comprou um aparelho de rádio, exatamente no ano de 1957. Por ser muito nova, a chegada do aparelho não tinha me chamado a atenção. Meus pais eram apaixonados por rádio, quem o comprou foi minha mãe. O rádio tem a marca Invictus e o guardo até os dias de hoje como uma lembrança.

O rádio além da novidade, fazia sucesso entre nossos vizinhos e parentes. Uma vez por semana parentes, vizinhos, juntamente com meus pais, sentavam ao redor daquela caixa para ouvir o Programa Venha pra Cancha Amigo. O programa, além das músicas gaúchas, tinha um diferencial: as trovas ao vivo. Quando um dos trovadores elaborava uma resposta provocadora ao adversário, o público ouvinte em minha casa aplaudia o feito.

Então, junto com a família, comecei a tomar gosto por aquele aparelho quadrado, de madeira e que criança não podia mexer. Passei a me inteirar mais pela música, informação e esporte, e ser torcedora de paixão pelo Grêmio. O rádio trouxe a política para dentro de casa, entre os eventos políticos, o Golpe Militar. Lembro do conjunto The Beatles, também conhecidos como os quatro cabeludos de Liverpool e Elvis Presley, na onda do lê-iê-iê.

O Rádio fez parte da minha vida e a Rádio Difusora de Caxias do Sul faz parte dela, por isso a escolha do tema para minha pesquisa. Aqui, vou contar sua história, as transformações que sofreu e como conseguiu sobreviver a todas as mudanças, principalmente as de tecnologia.

Na minha adolescência, falava que meu sonho era ser jornalista. O sonho está sendo realizada, mas para fechar o ciclo precisa produzir o TCC. Então escolhi escrever sobre o rádio, já que o rádio foi o primeiro veículo a entrar na minha vida. Visitei várias rádios na cidade de Caxias e Vacaria, além de muitos profissionais da área, que me incentivaram conhecer a fundo a história do veículo em questão. A Rádio Difusora foi a segunda emissora que veio a se instalar na cidade.

A presente monografia vai tratar sobre a Rádio Difusora AM 1250 de Caxias do Sul e vai falar sobre a história da emissora, desde quando surgiu, sobre a linguagem e sua maneira de fazer a programação. A questão

norteadora desta pesquisa é saber por que a rádio Difusora se mantém no ar há 56 anos em AM, apesar da concorrência.

2 TEMA

A História da Rádio Difusora em Caxias do Sul.

2.1 Delimitação do tema

A Rádio Difusora AM 1250 é uma rádio de Caxias do Sul que fala a linguagem do povo, com uma programação totalmente voltada para a comunidade serrana do Rio Grande do Sul. A emissora transmite grandes festas, eventos e lançamentos de CD's dos maiores nomes da MPB e do tradicionalismo gaúcho. Sempre envolvida com a comunidade caxiense e região, a Difusora e seus ouvintes estão ligados e sintonizados com os principais fatos e acontecimentos em todos os âmbitos. Nesse sentido, estudar a história da rádio Difusora, em Caxias do Sul, torna-se importante, porque resgata a história oral da emissora.

3 JUSTIFICATIVA

A Rádio Difusora Caxiense é uma emissora institucional, que está no ar há 56 anos e que valoriza a comunidade serrana do Rio Grande do Sul. Sua razão social, Rádio Difusora Caxiense LTDA ZYK 233, frequência 1250 KHz em ondas médias, foi fundada em 1º de Julho de 1957. A Rádio iniciou suas atividades efetivas em 16 de agosto de 1958, operando com $\frac{1}{4}$ de Kw de potência.

A pesquisa englobará, inicialmente, a história da radiodifusão no Brasil, diferenciando os tipos de emissoras de radiodifusão e seu desenvolvimento na história. O projeto sobre a Rádio Difusora Caxiense buscará todas as formas legais, bem como destacar os principais pilares da sua programação, onde a mesma vem alavancando 56 anos no ar em todo seu formato. Além de mostrar que seu sinal de 15 Kw aumentou a cobertura geográfica da emissora significativamente seu universo de ouvintes e a importância da emissora estar localizada em uma das mais belas cidades do Estado. Para finalizar, mostrar a importância de estudar a Rádio Difusora, tanto no meio acadêmico como para a sociedade.

4 QUESTÃO NORTEADORA

A Rádio Difusora Caxiense é uma estação de rádio brasileira com sede em Caxias do Sul, RS. Opera na frequência 125 kHz em Amplitude Modulada - AM e está no ar há 56 anos.

Dessa forma, o presente trabalho quer saber: como esta emissora está conseguindo se manter diante das demais concorrentes no mercado?

A Rádio Difusora Caxiense está com um processo de migração para transmitir em Frequência Modulada – FM. Em FM, como a emissora pretende trabalhar sua programação e o que vai mudar para o ouvinte?

5 HIPÓTESES

A Rádio Difusora tem seu ponto forte a música Gaúcha, e a terceira emissora fundada na cidade caxiense, tem um público fiel que hoje é chamado de terceira idade, esse público é muito fiel e apaixonado pela boa música gaúcha;

Com a potência de 15 kw, a emissora aumentou sua penetração nos lares campeiros. A vida nos campos, onde cada peão com seu rádio de pilha ouve a rádio caxiense por ser líder na boa música Gaúcha;

Outro ponto forte é o rádio jornalismo, tanto para a cidade e toda a região de alcance. Equipamentos de última geração, estúdio informatizado, irradiando desde músicas, vinhetas e comerciais com qualidade digital. É uma rádio com uma programação dinâmica, englobando a música gaúcha, a MPB, a *World Music* e tantos outros.

6 OBJETIVOS

Mostrar como a rádio Difusora permanece no ar há mais de 56 anos, mesmo com concorrência e sinal AM.

6.1 Objetivos específicos

Descrever a história da radiodifusão no Brasil.

Demonstrar a história da rádio no Brasil, Rio Grande do Sul e Caxias do Sul.

Descrever a trajetória da rádio Difusora na cidade.

Mostrar a trajetória da Rádio Difusora em Caxias do Sul e o seu papel na sociedade caxiense.

PALAVRAS-CHAVE

Rádio. História. Programação radiofônica.

7 METODOLOGIA

A ciência se apresenta como um processo de investigação que procura atingir conhecimentos sistematizados e seguros. Para que se alcance esse objetivo, é necessário que se planeje o processo de investigação. Planejar significa, aqui, traçar o curso de ação que deve ser seguido no processo da investigação científica. Planejar subentende prever as possíveis alternativas existentes para se executar algo.

Toda pesquisa de certa magnitude tem que passar por uma fase preparatória de planejamento. A própria necessidade de sua realização deve ser obrigatoriamente posta em questão. Devem estabelecer-se certas diretrizes de ação e fixar-se uma Estratégica global. Certas decisões cruciais deverão ser. Colocadas em primeiro plano, embora a vitalidade da pesquisa Dependenda de um certo grau de flexibilidade que se deve manter. A realização desse trabalho prévio é imprescindível. (CASTRO, 1976, p. 13).

A metodologia de pesquisa estuda os métodos que serão utilizados no desenvolvimento do projeto. Para Paviani (2006), o método designa um modo básico de conhecer no sentido estrito. Em um sentido complementar geral, indica um conjunto de regras, instrumentos, técnicas e procedimentos. Segundo o autor (2006) , o método possui dois significados:

[...] o primeiro, o modo de conhecer (analisar, descrever, sintetizar, explicar, interpretar, etc.), e o segundo, o conjunto de procedimentos e de instrumentos (questionário, entrevista, documentos, etc.) para obter dados e informações, (PAVIANI, 2006, p. 43).

Ainda segundo Paviani (2006):

[...] os modos de conhecer podem ser divididos, a partir da história da ciência e da filosofia ocidental, entre modos básicos e modos derivados. Entre os básicos situam-se o analítico (de origem aristotélica), o dialético (de origem platônica) e o hermenêutico (que provém originalmente do estudo dos textos sagrados, jurídicos e linguísticos). Os modos derivados de conhecer provém de diferentes combinações dos modos básicos e são conhecidos como método funcionalista, estruturalista, fenomenológico, positivista, etc. (PAVIANI, 2006, p. 43).

A pesquisa geral pode ser feita de duas maneiras, segundo Da Cás (2008): teórica (pura ou básica) e aplicada (ou prática). Através da teórica, “[...] o pesquisador busca o saber, a descoberta, as generalizações, a definição de leis ou de suas ampliações” (DA CÁS, 2008, p. 34). Já na aplicada, “[...] o pesquisador aplica as leis e teorias gerais a casos específicos para produzir novos conhecimentos e abrir caminhos para novas descobertas.” (DA CÁS, 2008, p. 34).

De acordo com o autor (2008), são seis os tipos de pesquisas específicas. A pesquisa experimental é observada e trabalhada diferentemente com os fatos, fazendo um estudo entre a causa e o efeito do fato. Na pesquisa de laboratório, são empregados recursos para criar fenômenos, fazendo com que seja, possível realizá-los. Já a pesquisa bibliográfica apresenta uma [...] resultante dos estudos sistemáticos, reflexivos e críticos, sobre um determinado assunto, mediante consulta às fontes documentais (fontes primárias, arquivos) e às fontes bibliográficas (fontes secundárias, bibliotecas).” (DA CÁS, 2008, p. 35).

Em uma pesquisa descritiva, a partir de um fato, o pesquisador analisa os elementos da pesquisa e os consolida para chegar à resultante final de acordo com o projeto a ser pesquisa. Os dois últimos tipos de pesquisa são a quantitativa, onde se trabalha com os dados que possam ser medidos, quantificados ou dimensionados, e a qualitativa, que trabalha com a diversidade de dados do objeto de pesquisa. Gaskell (2002, p. 68), afirma que “[...] a finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o assunto em questão”. Para o autor (2002), a entrevista qualitativa é uma metodologia de coleta de dados amplamente empregada.

A pesquisa a qualitativa vai estar presentes nesta pesquisa. Segundo Allum (2002), há muita discussão sobre as diferenças entre as pesquisas quantitativas e qualificativas.

A pesquisa quantitativa lida com números, usa modelos estatísticos para explicar os dados. [...] Em contraste, a pesquisa qualitativa evita números, lida com interpretações das realidades sociais [...] o protótipo mais conhecido é, provavelmente, a entrevista em profundidade. (ALLUM, in: BAUER: 2002, p. 23).

Também será feita a pesquisa bibliográfica, com revisão bibliográfica e entrevista em profundidade semiestruturada. De acordo com Stumpf (2005), a pesquisa bibliográfica

[...] é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores acrescido de suas próprias ideias e opiniões. (STUMPF, 2005, p. 51).

Ainda segundo a autora (2005), uma pesquisa bibliográfica tem várias etapas: a identificação do tema e dos assuntos a serem abordados, a seleção das fontes, a forma como conseguir o material a ser utilizado e a leitura e transcrição de dados. Lakatos e Marconi (1995) afirmam que realizar uma pesquisa bibliográfica é “[...] colocar o pesquisador em contato com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto.” (MARCONI, 1995, p. 14).

Para uma maior profundidade, será realizada uma pesquisa semiestruturada, com entrevistas aos profissionais que passaram e que estão atualmente na emissora de rádio. Duarte (2002, p. 63) diz que “[...] o uso de entrevistas permite identificar as diferentes maneiras de perceber e descrever os fenômenos” a serem estudados. Para o autor (2002), uma das qualidades dessa abordagem é a flexibilidade de permitir que o informante defina como responder e ao entrevistador ajustar as perguntas livremente.

A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer. (DUARTE, 2005, p. 62).

Duarte (2005) afirma que são três os tipos de entrevistas: aberta ou informal, semiaberta ou semiestruturada e fechada ou estruturada. A entrevista aberta ou informal é exploratória e flexível, sem que seja preciso haver uma sequência predeterminada de questões ou parâmetros de respostas. A

semiaberta ou semiestruturada, busca tratar de amplitude do tema, apresentando cada pergunta de forma mais aberta possível.

As questões, sua ordem, profundidade, forma de apresentação, dependem do entrevistador, mas a partir do conhecimento e disposição do entrevistado, da qualidade das respostas, das circunstâncias da entrevista. [...] O pesquisador faz a primeira pergunta e explora ao máximo cada resposta até esgotar a questão. Somente então passa para a segunda pergunta. Cada questão é aprofundada a partir da resposta do entrevistado, como um funil, no qual perguntas gerais vão dando origem a específicas. (DUARTE, 2005, p. 66).

E a fechada ou estruturada é feita a partir de questionários estruturados, onde as perguntas são as mesmas para todos os entrevistados, para que depois seja possível comparar as respostas. No trabalho, a pesquisa semiestruturada será feita face a face com os profissionais que passaram e que estão atualmente trabalhando na rádio Difusora Caxiense, porque, segundo Gil (1999), pode haver maior quantidade de informações e não haverá interrupções, como se fosse por telefone, por exemplo. Após, será feita uma análise que, segundo Paviani (2006, p. 53), [...] consiste em definir conceitos, estabelecer categorias, codificações, tubulações, dados estatísticos, generalizações de dados, relações entre variáveis, etc” para que possa chegar à conclusão esperada, respondendo a questão norteadora.

8 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A Rádio Difusora Caxiense é uma estação de rádio brasileira com sede em Caxias do Sul, RS. Opera na frequência 1250 kHz AM. Sempre envolvida com a comunidade caxiense e região, a Difusora e seus ouvintes estão ligados e sintonizados com os principais fatos e acontecimentos em todos os âmbitos. A Difusora é assim: uma rádio dinâmica, ágil, com a melhor informação, as melhores músicas e promoções. Além disso, A Rádio Difusora 1250 AM conta com equipamentos de última geração e estúdio informatizado. É uma rádio com uma programação dinâmica, englobando a música gaúcha, a MPB, a *World Music* e tantos outros, com uma comunicação descontraída, vibrante e em interação direta com os ouvintes, o que torna a Rádio Difusora líder de audiência no seu segmento.

Em 13 de maio de 1980, a emissora obteve autorização para aumentar sua potência diurna para 10 kW, a qual permaneceu até meados de 2009. Com sua atual potência de 15 KW, a Rádio Difusora Caxiense ampliou significativamente seu universo de ouvintes, abrangendo sob o seu sinal aproximadamente 1.500.000 habitantes, situados na Região Nordeste do Rio Grande do Sul. A cobertura geográfica da emissora abrange municípios como: Vacaria (mais ao norte), São Leopoldo (mais ao sul), São Francisco de Paula (mais ao leste) e Guaporé (mais ao oeste).

A Rádio Difusora Caxiense teve como seu gerente, entre 1967 e 1983 o Sr. Ernani Bento Alves. A partir dos falecimentos dos Srs. Ruben Bento Alves e Ernani Bento Alves, a emissora passou a ser dirigida pelo Dr. Raul Bento Alves, seu diretor superintendente até então. Pelos estúdios e microfones da Rádio Difusora Caxiense, ao longo dos anos, passaram profissionais que alcançaram e são grandes destaques nos mais diversos cenários sociais de nossa cidade e região.

Segundo Ferraretto (2000),

[...] o rádio começa, embora lentamente, a ganhar contornos massivos em 1924, quando Elba Dias populariza as transmissões, lançando a Rádio Clube do Brasil, no Rio de Janeiro. A indústria

fonográfica já existia no país desde o final do século 19. O rádio começa, de forma embrionária, a compartilhar interesses com a produção de discos e de espetáculos. Deste modo, o popular vai substituir o erudito e o interesse comercial passa, sem seguida, a ocupar o espaço do idealismo dos pioneiros Edgar Roquette-Pinto e Henry Moritze. (FERRARETTO, 2000, p. 23).

Foi em 1864 que o físico escocês James Clerk Maxwell lançou a teoria de que uma onda luminosa podia ser considerada como uma perturbação eletromagnética que se propagava no espaço vazio atraída pelo éter. Maxwell morreu sem levar a sua teoria para o campo experimental, deixando apenas a ideia, matematicamente comprovada, de que ondas de natureza eletromagnética povoavam o infinito em todas as direções e a luz e o calor radiante pertenciam a esse tipo de ondas.

Vinte e três anos mais tarde, em 1887, um estudante alemão, impressionado com a teoria de Maxwell, construiu um aparelho que se compunha de duas varinhas metálicas de 8 centímetros de comprimento, colocadas no mesmo sentido e separadas por um intervalo de 2 centímetros: unindo cada varinha aos polos de um gerador de alta tensão, carregava-se um condensador, parte integrante do equipamento, que sofria o mesmo número de alterações. O dispositivo assim construído produzia correntes alternadas de período extremamente curto, que variavam rapidamente.

O jovem alemão era Heinrich Rudolf Hertz, que ganhou fama e entrou para a Universidade de Berlim. Realizou-se pois o sonho de Maxwell. As ondas descobertas foram chamadas “ondas hertzianas” em homenagem a seu descobridor. Hertz depois verificou que essas ondas viajavam com a mesma velocidade da luz: trezentos mil quilômetros por segundo.

Em 1895, apareceu Guglielmo Marconi. Assistindo, na cidade de Bolonha, na Itália, a repetição da experiência de Hertz, veio-lhe a genial ideia de transmitir sinais a distância. Utilizando o dispositivo do físico alemão, entregou-se pacientemente ao estudo das ondas hertzianas. Dois anos mais tarde, ele descobriu o princípio de funcionamento da antena. Estava resolvido um grande problema: enviar sinais pelo espaço.

Em 1896, ele enviou mensagens de Dover (Inglaterra) a Viemeux (França), em código Morse, numa distância de 32 milhas e á velocidade de 20 palavras por minuto. Ele teve o mérito de reunir os conhecimentos obtidos no

campo da radioeletricidade, utilizando-os para construir um aparelho que pudesse controlar aqueles sinais propagados pelo espaço. Naquele mesmo ano, ele obteve em Londres, Inglaterra, a patente do seu invento.

A radiodifusão, só foi “descoberta” pelos brasileiros em 1922. Naquele ano, um grupo de empresários americanos, pretendendo demonstrar a montagem e o funcionamento de uma emissora radiofônica, desembarcou no Rio de Janeiro, apresentando aquele complicado aparelhamento na Exposição do Centenário da Independência do Brasil, na antiga Capital do Brasil. No dia 7 de setembro de 1922, o discurso do então Presidente da República, Dr. Epitácio da Silva Pessoa, chegou ao grande público por intermédio de um sistema de “Telefone Alto-Falante”, montado na Praia Vermelha, e de um transmissor instalado no alto do Corcovado pelo Westinghouse Electric; as “irradiações” foram realizadas diretamente para os pavilhões onde as festividades aconteciam.

O rádio, fruto deste século, rapidamente tomou conta do mundo inteiro, estabelecendo um contato praticamente imediato entre o acontecimento, o fato, a informação, a notícia enfim e o grande público. Isso dá portanto a ideia de que “rádio é audiência”.

Considerada no início apenas uma brincadeira curiosa, a “radiodifusão” se tornou uma arma de influência em todos os campos, tendo poder decisivo quer no campo social ou político e econômico, quer no campo religioso, educacional ou cultural. A grande dificuldade encontrada pelos pesquisadores, pois, naturalmente, esse mesmo público é composto de uma enorme variedade de indivíduos que sentem e interpretam as notícias, as informações ou mesmo as páginas musicais, cada qual á sua maneira. É claro que existem os mais esclarecidos, que se interessam por qualquer programação; para esse público, tanto agrada uma sinfonia de Beethoven como a transmissão de uma partida de futebol. Porém, a finalidade do rádio é atingir todas as classes sociais, razão pela qual de apresentar variedade em sua programação, ratificando assim o que já afirmamos isso é, “rádio é audiência!

9 ROTEIRO DOS CAPÍTULOS

1 INTRODUÇÃO	11
2 ASPECTOS HISTÓRICOS DO RÁDIO E DA RADIODIFUSÃO	13
2.1 A CHEGADA DO RÁDIO	13
2.2 OS PAIS DA RADIODIFUSÃO	14
2.3 AS PRIMEIRAS EXPERIÊNCIAS DO RÁDIO	16
2.3.1 Um passo para a radiodifusão	17
2.4 RADIODIFUSÃO NO BRASIL	18
2.5 PUBLICIDADE NO RÁDIO	19
2.6 MEIO DE COMUNICAÇÃO EM MASSA	20
2.7 FIM DA HEGEMONIA	23
2.8 RADIODIFUSÃO NO RIO GRANDE DO SUL	24
2.8.1 Fim da Hegemonia	26
2.9 RADIODIFUSÃO EM CAXIAS DO SUL	27
2.10 TENDÊNCIAS DO RÁDIO PARA SÉCULO XXI	29
2.11 MIGRAÇÃO AM PARA FM	37
3 PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA	41
3.1 O QUE É A PROGRAMAÇÃO	41
3.2 TIPOS DE PROGRAMAÇÃO	42
3.3 GÊNERO, FORMATO E PROGRAMA	44
4 A RÁDIO DIFUSORA	53
4.1 METODOLOGIA	53
4.2 OS ENTREVISTADOS	55
4.2.1 Roberto Renato Calabro	55
4.2.2 José Alves dos Santos	56
4.2.3 Abelino Gomes Cardoso	57
4.2.4 Marçal Ferreira Rodrigues	58
4.2.5 Milton Antunes Domingues	59
4.2.6 Ilton de Almeida França	61
4.2.7 Alaor de Oliveira	63
5 ANÁLISE	65
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	73
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
ANEXO A – PROJETO DE MONOGRAFIA	77

10 CRONOGRAMA

Agosto	- Levantamento bibliográfico; - Reunião com a orientadora;
Setembro	- Discussão da metodologia;
Outubro	- Análise dos dados; - Descrição dos dados; - Formatação;
Novembro	- Revisão da formatação; - Revisão geral; - Impressão; - Revisão da impressão;
Dezembro	- Apresentação oral da monografia.

REFERÊNCIAS

BAUER, Martin W; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático**. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

DE CÁS, Danilo. **Manual Teórico-prático para Elaboração Metodológica de Trabalhos Acadêmicos**. São Paulo: Factash Editora. 2008.

FERRARETTO, Luiz Artur, **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Editora Atlas S.A. 1999.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas. 1995.

PAVIANI, Jayme. **Conhecimento científico e ensino. Ensaio de epistemologia prática**. Caxias do Sul, RS: Educs. 2006.

SAMPAIO, Mario Ferraz, **História do Rádio e da Televisão no Brasil e no Mundo**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.

STRAUBHAAR, Joseph D. **Comunicação, mídia e tecnologia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

STUMPF, I. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, J; BARROS, A. (Org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 1. ed. São Paulo. Editora Atlas, 2005.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o Rádio Não Contou**. 2. ed. São Paulo: Harba, 1999.