



# A Expansão dos Meios de Comunicação: Um estudo de caso da Rádio Caiçara e a Adaptação do Analógico para o Digital

Rodrigo Severo Rodembusch e André Neves Flores

Como citar este texto: RODEMBUSCH, Rodrigo. FLORES, André Neves. Um estudo de caso da Rádio Caiçara e a Adaptação do Analógico para o Digital. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 08, n. 01, pp. 96-114, jan./jun. 2017.

## A Expansão dos Meios de Comunicação: Um estudo de caso da Rádio Caiçara e a Adaptação do Analógico para o Digital

Rodrigo Severo Rodembusch<sup>1</sup>

André Neves Flores<sup>2</sup>

Recebido em: 25 de maio de 2017.  
Aprovado em: 09 de junho de 2017.

### Resumo

O presente trabalho busca compor reflexões acerca da implementação de novas tecnologias, como o ingresso do rádio na plataforma digital, bem como a adaptação desse meio, de seus comunicadores e de seus ouvintes a essa nova realidade. Para tanto, foi realizado um estudo de caso, utilizando como objeto de pesquisa a Rádio Caiçara, localizada em Porto Alegre – RS, e sua adaptação do ambiente analógico para o digital. Nesse sentido, por meio de entrevistas semiestruturadas, avalia-se de que forma a rádio se adequou às possibilidades de interação com o público, mas sem perder as suas características primárias, como disseminação rápida da informação e a proximidade com o ouvinte.

**Palavras-chave:** Convergência de Mídias; Ambiente Digital; Comunicação Analógico-digital; Rádio Caiçara.

### Introdução

O rádio é definido como um meio que vive em constante mudança desde o seu nascimento no Brasil, em 1922. Devido a esse dinamismo, é visto como indispensável,

---

<sup>1</sup> Doutorando em Ciências da Comunicação (Unisinos) e mestre em International Media Studies pela Deutsche Welle/Bonn e pela Hochschule Bonn-Rhein-Sieg (Alemanha), é formado em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1999). Roteirista de programas dos Canais Futura e Rural de 1999 a 2002. [r.rodembusch@gmail.com](mailto:r.rodembusch@gmail.com)

<sup>2</sup> Graduado em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação Social do Centro Universitário Ritter dos Reis. [andreflores11@hotmail.com](mailto:andreflores11@hotmail.com)



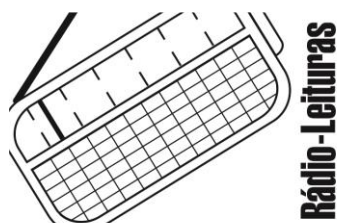
além de acessível à grande maioria das pessoas, pois disponibiliza informações cotidianas em tempo real. Tornou-se, dessa maneira, um dos principais meios de comunicação. Cabe elencar aqui a pesquisa realizada pela Secretaria de Comunicação (SECOM), em 2015, que aponta o rádio como um meio heterogêneo, já que cada pessoa busca com um objetivo diferente, como lazer e conhecimento de acontecimentos do dia a dia.

Além disso, a referida pesquisa aponta que no Rio Grande do Sul o meio mais utilizado pela população para ouvir rádio, é o aparelho de rádio tradicional (90%). Outra Pesquisa, PNAD do IBGE (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do IBGE), constatou que, no Brasil, as pessoas têm cada vez menos o aparelho de rádio em suas residências. Em 2008, a PNAD mostrou que cerca de 88% da população brasileira possuía o aparelho de rádio em casa, 16% a mais do que em 2014. Tendo em vista o fato de que o rádio não sofreu decréscimo em sua programação e busca uma maior proximidade com o público ouvinte, fica claro que o mesmo vem realizando a adaptação a novas tecnologias, como ao ambiente digital.

Um exemplo dessa mudança é a Rádio Caiçara, da Rede Pampa de Comunicação, com sede em Porto Alegre - RS, e que opera nas frequências AM 780 e FM 96.7. Nesse sentido, por meio de um estudo de caso e de entrevistas semiestruturadas, o referido trabalho apresenta como objetivo geral a construção de reflexões acerca da adaptação do rádio, antes exclusivamente analógico, ao ambiente digital. Para tanto, analisa-se, neste estudo, as transformações ocorridas na linguagem; pesquisa-se qual público está sendo construído; e, por fim, observa-se quais as mudanças causadas no rádio diante desta alternativa.

## **Convergência de Mídias**

A convergência de mídias pode ser compreendida como a colaboração de variados suportes midiáticos, que reúnem velhas e novas mídias, sejam corporativas ou alternativas, e que promovem interação do produtor com o consumidor de conteúdo



## A Expansão dos Meios de Comunicação: Um estudo de caso da Rádio Caiçara e a Adaptação do Analógico para o Digital

Rodrigo Severo Rodembusch e André Neves Flores

(JENKINS, 2009). De acordo com Thompson, conforme a necessidade do público consumidor, os processos de armazenagem, circulação e produção vem passando por transformações, sendo alcançados por diversos desenvolvimentos característicos da era moderna (2002, p. 19). O autor pontua que métodos de construção e disseminação da informação passaram por mudanças e que isso só ocorreu devido à evolução tecnológica.

Para Salaverria & Negredo apud Lopez (2010), a convergência jornalística, nome dado pelos autores ao modo que reúne instrumentos que auxiliam comunicadores na produção de conteúdo, é um processo complexo que exerce influência sobre todas as áreas – tecnológica, empresarial, profissional e editorial – dos meios de comunicação. Os autores ressaltam que esse processo estaria “propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desconectados” (SALAVERRÍA & NEGREDO apud LOPEZ, 2010, p. 19). Para Thompson,

a digitalização da informação, combinada com o desenvolvimento de tecnologias eletrônicas relacionadas (microprocessadores, etc.), aumentou grandemente a capacidade de armazenar e transmitir informações e criou a base para a convergência das tecnologias de informação e comunicação, permitindo que a informação seja convertida facilmente para diferentes meios de comunicação (2002, p. 145).

O referido autor indica que com os diversos recursos disponibilizados pela era tecnológica uma mesma informação pode ser apresentada de inúmeras formas para a população em geral, frisando também que a difusão desses dados ocorre em larga escala através de diferentes plataformas e/ou meios de comunicação. Almeida & Magnoni destacam que “com a expansão da web, o rádio passou a contar com plataforma multimídia complementar para ampliar seu alcance de sintonia e diversificar sua audiência” (2010, p. 435). Para os autores, “a multimídia, ou convergência de mídias, consiste na união de todos os meios de comunicação em um único” (ALMEIDA & MAGNONI, 2010, p. 433).

Os mesmos autores indicam que o advento da internet disponibilizou ao rádio novos instrumentos que possibilitam uma nova forma de interação com seu público. No entanto, Almeida & Magnoni contrastam que “a multimídia radiofônica é polêmica, pois muitos ouvintes, profissionais e estudiosos do rádio permanecem apegados à cultura oral-auditiva do veículo” (2010, p. 440). Contudo, destacam que dia após dia “cresce o consumo de conteúdos de rádio em aparelhos e suportes digitais” (2010, p. 436). Existe, ainda, a necessidade de “concluir o ciclo e digitalizar a transmissão e a recepção aberta, para que o rádio ingresse definitivamente na “era da informação” (ALMEIDA & MAGNONI, 2010, p. 436). No cenário contemporâneo,

a evolução da tecnologia tem ampliado radicalmente todos os meios de comunicação frente às opções à disposição dos consumidores, incluindo o centenário meio rádio. No passado, o rádio era limitado ao que estava disponível nas frequências AM e FM. Hoje as possibilidades de escuta se estenderam com as plataformas digitais: Internet, players de MP3, celulares, satélite e rádio digital. Situação que levou o instituto americano de pesquisa Arbitron denominar de — rádio sem limites (DEL BIANCO, 2010, p. 4).

A autora faz um comparativo de como o rádio, enquanto analógico, era limitado por fazer uso apenas de ondas eletromagnéticas disponíveis pelas dials AM/FM e de que, com o advento da internet, este passou a contar com diversos formatos se propagando de maneira mais rápida e eficiente, além de maior alcance. Para Lopez (2010), a vantagem da união do rádio com plataformas digitais trará melhorias ao que está sendo disponibilizado para o ouvinte. A autora enfatiza que “segundo as projeções de especialistas, a rádio AM passará a apresentar qualidade de som de FM, enquanto a FM terá qualidade de CD” (2010, p. 55). Além disso, destaca que “outras mudanças que devem chegar com o rádio digital terão efeito direto nas rotinas produtivas do jornalismo em rádio” (2010, p. 55).

Além da migração do AM para o FM uma nova alternativa é de que o rádio também utilize transmissões através do sinal online, método que já vem sendo utilizado por algumas emissoras, portanto, a transição do AM para o FM também ganha a



## A Expansão dos Meios de Comunicação: Um estudo de caso da Rádio Caiçara e a Adaptação do Analógico para o Digital

Rodrigo Severo Rodembusch e André Neves Flores

concorrência do sistema digital, que pode melhorar ainda mais a qualidade de sinal radiofônico no Brasil. Lopez (2010) enfatiza que a difusão do sinal digital para o rádio no Brasil já é real. Para a autora, “esta nova tecnologia permitirá estabelecer algumas diferenças em relação à atual transmissão por ondas hertzianas em FM” (LOPEZ, 2010, p. 57). A autora aponta, tendo como base pesquisadores da área, que o rádio, com a era digital, terá uma melhor qualidade audível em sua chegada ao ouvinte, abrangerá áreas antes inatingíveis, promoverá um aumento de diálias disponíveis ao público, terá aperfeiçoamento em informações disponibilizadas pela mídia e lançará novos tipos de plataformas visando uma interação maior com o receptor.

Lopez destaca que “a fidelização do ouvinte se estabelece também a partir do avanço das tecnologias, com a possibilidade de valoração de notícias e uso de conteúdo das rádios nos sites pessoais através de embeds” (2010, p. 52). Para Del Bianco, “é paradoxal ver a crescente integração do rádio a Internet e plataformas digitais se considerar que ainda é lento o processo de migração para o sistema de transmissão digital” (2010, p. 561).

A autora traz questionamentos sobre a real necessidade de se digitalizar o sistema de transmissão radiofônico, tendo em vista que hoje já é possível ter acesso ao rádio através de inúmeras plataformas e em suportes diferentes, porém, conclui que “não digitalizar significa deixar de participar do código comum que é a base da convergência” (2010, p. 561). Já Lopez (2010) indica que a difusão da informação com o digital deve ser uma ajuda ao comunicador. Para a autora,

em um processo de convergência de conteúdo e tecnológica, é fundamental compreender que ambas devem atuar em conjunto, para que possibilitem ao jornalista o cumprimento de seu papel e de sua responsabilidade perante a sociedade, caminhando por uma via de mão dupla, em que se auxiliam e levam a uma maior diversidade informativa e facilitação no processo de verificação da informação (LOPEZ, 2010, p. 20).

A autora pontua que a comunicação e as novas plataformas digitais devem seguir uma linha tênue, onde os mesmos possam equilibrar a disseminação da informação,

seguindo os princípios morais e éticos da profissão e o formato de como estes conteúdos serão colocados ao alcance do público receptor. Para Paulo (2013), o sistema digital fez com que a mídia radiofônica se tornasse mais atrativa ao consumidor, para que passe a ter uma participação mais ativa no processo de consumo da informação. O autor aponta que “a utilização da Internet por parte da rádio não é, no entanto, uma condição para que o consumo passivo tenha desaparecido” (2013, p. 38). Diante do exposto, o autor destaca que, em muitos casos, as plataformas digitais adotadas apenas serviram para distribuir conteúdo, pois já existiam antes.

Para Magnoni e Miranda (2015), o atual cenário de convergência de mídias faz com que jovens sejam considerados novos consumidores de inúmeros tipos de conteúdos em diversas de plataformas. Os autores ressaltam que

o rádio é um veículo de comunicação sonora com programação de predomínio local e regio-nal, cujas emissoras ainda preservam os antigos sistemas analógicos de transmissão e de recepção. Assim, os radiodifusores se deparam com um cenário com dificuldade crescente para atrair os jovens e adolescentes, que não cultivam mais o hábito de utilizar dispositivos ou terminais de comunicação que não sejam digitais, interativos e de fluxo multilateral (MAGNONI & MIRANDA, 2015, p. 58).

101

Os autores indicam que com as emissoras mantendo o rádio analógico, que por sua vez possui um alcance descontínuo, os radioemissores se encontram em uma situação onde conquistar uma nova leva de consumidores, que são jovens e adolescentes, será uma tarefa árdua, tendo em vista que estes meios de comunicação não possuem a mesma forma de motivar o público a seguir sendo fiel ao transmissor.

### **O Rádio No Ambiente Digital**

Durante as épocas de 1980 a 1990, de acordo com Haussen (2004), devido à evolução tecnológica, o rádio ganhou a alternativa de sua difusão via satélite e internet, possibilitando a elaboração de novas formas de transmissão da mídia radiofônica.



## A Expansão dos Meios de Comunicação: Um estudo de caso da Rádio Caiçara e a Adaptação do Analógico para o Digital

Rodrigo Severo Rodembusch e André Neves Flores

Rodrigues (2009) indica que com a modernidade, o desenvolvimento de inovações poderia aparecer. Ele explica que

do contrário, que pensam os poderosos, não é a tecnologia contra o rádio AM, mas a favor dele. É a tecnologia digital, que dará um som mais potente à Amplitude Modulada. Chiados e "pipocamento" serão eliminados e o som será tão bom quanto o FM. É prevista uma revolução radiofônica que pode reverter à migração da programação AM para as FMs, causando o processo inverso, e pode até atrair interesse de quem se recusava radicalmente a investir no rádio AM, como no caso da empresa Transamérica (RODRIGUES, 2009, p. 127).

O referido autor apresenta que, com o advento da internet, o rádio apresentará qualidade superior, podendo causar até novas perspectivas em quem já não via mais motivos para investir na modulação AM. Betti aponta um novo cenário onde “o rádio brasileiro está passando por um período de transição com a indefinição do padrão digital a ser adotado e a migração das emissoras OM para a faixa FM” (2015, p. 1). Para Ortiz e Marchamalo,

os grandes desafios do rádio atual e do futuro vão de mãos dadas com uma tecnologia avançada que requer uma grande inversão: digitalização de equipamentos de emissão e produção de som, emprego de ordenadores da redação, informatização dos arquivos de música e de palavra, o cabo, o satélite, as Redes Digitais de Serviços Integrados (RDSI) etc. (2005, p. 25).

Com a chegada das novas tecnologias, Lopez salienta que “através da utilização de tecnologias como a 3G é possível assistir programas de TV, ouvir programas de rádio, navegar na internet, utilizar programas de mensagens instantâneas e interagir através de ferramentas de microblogging” (2010, p. 405). O autor aponta que com o advento do digital, pode-se entender a necessidade que o rádio teve de se modernizar e fazer uso de ferramentas mais acessíveis e intuitivas, permitindo que seus ouvintes se relacionem de maneira acentuada no processo de produção da informação.

Porém, não foi apenas a interação com o público que sofreu modificações, a ação de locutar se tornou mais abrangente, tendo em vista a pluralidade de meios com que

o apresentador pode chegar ao ouvinte. Para Lopez, agora, o comunicador precisa trabalhar com ferramentas que vão além do áudio, além de já ser “responsável por mais de uma etapa do processo de apuração, produção e veiculação da notícia” (2010, p. 407). Aponta o modo de trabalho dos profissionais da área que passou, após a chegada das novas tecnologias, de individualista para coletivo.

Contudo, mesmo com novos recursos disponíveis, é importante salientar que o rádio não se desfaça de sua essência. Apesar disso, autor contrasta que o áudio necessita ser autônomo e, ao mesmo tempo, acrescentar. Para Lopez “nem todo ouvinte pode – ou quer – buscar um aprofundamento, uma multiplicidade de linguagens – seja através do rádio digital ou do suporte web da emissora” (2010, p. 414). Segundo a autora, o áudio é uma ferramenta essencial do rádio digital e deve ser independente das demais plataformas nas quais se apresenta, além de estratégico (2010, p. 414).

O rádio, juntamente com as inovações tecnológicas, trouxe um leque de opções a serem utilizadas em sua rotina para aprimorar o serviço prestado ao público, passando a desempenhar um novo papel perante a sociedade. E é exatamente nesses moldes que o Ministério das Comunicações do Brasil (2014) traz em seu texto que

a digitalização do serviço de rádio representa a oportunidade de desenvolvimento mais adequado de políticas públicas governamentais. Além do melhor aproveitamento do uso do espectro de radiofrequências, a nova tecnologia irá promover a ampliação da cobertura do serviço de rádio no território nacional e realização de ações de cidadania com alcance em áreas mais isoladas do País (2014, s/n).

Além disso, a publicação indica que “a digitalização do rádio vai também permitir uma nova oportunidade de negócio para as emissoras, que terão à sua disposição um serviço com qualidade de áudio superior e a possibilidade de transmissão de dados adicionais” (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2014, s/n).

O Governo Federal faz a ressalva que, com o advento da internet, o rádio irá possibilitar um atual cenário para as emissoras que irão contar com um qualificado





## A Expansão dos Meios de Comunicação: Um estudo de caso da Rádio Caiçara e a Adaptação do Analógico para o Digital

Rodrigo Severo Rodembusch e André Neves Flores

serviço de transmissão com a propagação de conteúdos complementares. Para Lopez “o advento da Internet e a potencialização diária de seu uso na sociedade atual apresentam ao público consumidor de comunicação algumas alterações”. (2010, p. 31).

Partindo dessa premissa, a autora destaca que a inserção do rádio no âmbito tecnológico demanda uma reestruturação nas práticas jornalísticas aplicadas até o momento nos bastidores da produção radiofônica. Mas, para Thompson, no que se refere à comunicação de massa, o importante está “no fato de que estes produtos estão disponíveis em princípio para uma grande pluralidade de destinatários” (2002, p. 30).

O rádio desempenha um papel cultural marcante em seus ouvintes. Tendo em vista essa premissa, o mesmo garante que, com a digitalização da mídia, o público alvo consegue acompanhar as informações de sua região e a programação proposta através de diversas plataformas fazendo com que o mesmo não perca sua conexão com suas raízes. De acordo com Paulo,

a Internet tem levado a uma reconsideração da rádio enquanto meio. Do ponto de vista tecnológico, a Internet pode ser vista apenas como mais uma plataforma de distribuição. Apesar de apelar à participação do ouvinte, este continua a não interferir de forma direta na construção da programação, o que faz com que a Internet não deite por terra o cariz unidirecional dos meios de comunicação e, em específico, da rádio (2013, p. 39).

O referido autor aponta que o meio digital esteja refletindo na forma de como o rádio vem se expandindo. Apesar das novas metodologias buscarem maneiras diferentes de interação com o ouvinte, Paulo ressalta que a internet permanece sendo um mecanismo auxiliar e com isso a radiofusão não sofre mudanças diretas em seu aspecto e planejamento. Porém, o autor destaca que as novas aptidões promovidas pela internet deve gerar uma integração maior com o público. Paulo pontua que “com o recurso às redes sociais, a web poderá ser capaz de aumentar a proximidade entre a rádio e o ouvinte e, através de ferramentas multimídia, os conteúdos produzidos poderão fidelizar os ouvintes e transformá-los em utilizadores da página online da rádio que estão habituados a ouvir” (2013, p. 39).



O autor enfatiza que um processo de fidelização dos novos recursos fará com que o rádio possivelmente intensifique sua identificação com o receptor. A internet, agora, pode fazer com que ouvintes, antes acostumados a utilizar de uma única ferramenta, tenham a sua disposição, com maior interação, um ambiente radiofônico mais atrativo e atual, em novas plataformas.

### **Rádio Caiçara**

Em 1º de junho de 1966, ia ao ar pela primeira vez, de acordo com Reis (2016), a Rádio Caiçara. Hoje, a emissora trabalha nas frequências 96.7 (Frequência Modulada) e 780 (Amplitude Modulada), além de ser disponibilizada nos aplicativos para IOS, Android e Windows Phone, conforme o site da rádio.

Roger dos Reis, ex-apresentador da Rádio Caiçara e gerente comercial da emissora, indica que, após seu lançamento, a Rádio Caiçara trocou de proprietário e, com isso, uma nova proposta de rádio foi instalada, fazendo com que a mesma recebesse traços exclusivos que se tornaram jargões marcantes para os ouvintes. Neste sentido, o segmento popular se deu devido ao fato de a Rádio Caiçara abranger a todos os públicos, especialmente aqueles voltados a sua comunidade, conforme Sérgio Zambiasi<sup>3</sup>, apresentador da Rádio Caiçara.

Para Cesar Manoel, também apresentador da Rádio Caiçara, este foi um momento marcante, pois a rádio se tornou líder de audiência no referido segmento. O autor pontua que os conceitos de diversão e informação foram primordiais para culminar no topo do ibope. Após este primeiro processo de inovação, que fez com que a rádio se destacasse, Reis relata que, após a sua criação e sua caracterização para o público, a Rádio Caiçara deixou de trabalhar apenas com músicas e, então, passou a dar

---

<sup>3</sup> Em 1983 Sérgio Zambiasi entrou para a rádio Farrroupilha, de Porto Alegre, e passou a apresentar o Comando Maior, atingindo a maior audiência do rádio. Foram mais de 20 anos como apresentador. Deixou os microfones para a carreira política. Mais informações em: <http://www.portaldosjornalistas.com.br/jornalista/sergio-zambiasi/> Acesso em 20 de julho de 2017.



## A Expansão dos Meios de Comunicação: Um estudo de caso da Rádio Caiçara e a Adaptação do Analógico para o Digital

Rodrigo Severo Rodembusch e André Neves Flores

maior importância para a fala e capacidade de seus apresentadores para cativar seus ouvintes com informações e interações.

Para Manoel, a modificação mais significativa está na modernização da programação. Porém, o referido autor pontua que, com um novo sinal, que já está sendo utilizado, todos os públicos da Caiçara serão englobados em uma frequência só. Com isso, o AM seguirá, mas com uma abrangência menor, dando lugar ao FM. Além disso, Manoel ressalta que utilizar de repertórios atuais de músicas, mesclando com canções antigas, é uma forma de adaptar os dois públicos. Para Zambiasi

no FM o rádio permite que tu possa ouvir no ônibus, ouvir caminhando, ouvir de bicicleta, coisa que o AM já não tinha mais conexão, devido a muitas interferências na transmissão, o rádio AM sofre muito com toda este sistema de antenas estaladas nas cidades, esses transformadores de energia, essas antenas de celulares que tem em cada esquina, em cada prédio praticamente, e dificulta muito a audiência do AM. E o FM não, ele passa reto, ele passa sem nenhuma preocupação em relação à sobre isso, e isso obviamente amplia através do FM a presença da rádio junto a nossa comunidade na Região Metropolitana (2016).

O profissional aponta que o sinal AM já não consegue suprir a necessidade do ouvinte, pois, com a modernização da tecnologia, muitos aparelhos atrapalharam a difusão do sinal AM e, com o FM, puderam preencher as carências deixadas pelo antigo sistema, a Amplitude Modulada (AM) deixou de ser essencial. Para Paulo Josué, apresentador da Rádio Caiçara, a inserção do sinal FM na Caiçara também coincidiu com a ida de Sérgio Zambiasi para a rádio. O radialista destaca que com o acréscimo do novo locutor, o dial passou a apresentar um perfil dinâmico, onde músicas atuais e a locução se tornaram grandes marcas. Para Josué

há a necessidade da gente falar pra essa faixa, tocar uma música que se aproxime também desse segmento e a sintonia em que em alguns horários de dez mil ouvintes por minuto passaram à sessenta e cinco mil ouvintes por minuto, essa foi a grande mudança, essa é a grande responsabilidade, uma questão inerente (2016).

Josué aponta, ainda, que esse novo recurso fez com que houvesse um significativo aumento de ouvintes e, com isso, intensificação maior do compromisso do locutor com o ouvinte. Zambiasi menciona que, atualmente, o rádio segue uma linha de alternâncias em suas atrações, deixando o mesmo com um formato descontraído. Com base nisso, ele salienta que “a Caiçara pela sua proposta é uma rádio de base de pirâmide, uma pirâmide da largada com um público muito grande e muito identificada com a sua proposta de comunicação”.

Para Manoel, com o advento da internet, o público interessando em receber informações obteve uma boa ferramenta, assim como a Rádio Caiçara, porém, esta segunda com o intuito de utilizar deste recurso para facilitar a busca por conteúdos e depois disseminá-los. Contudo, ressalta que “a gente nunca vai abrir mão de informar a questão comunitária, dali de onde ele se encontra. Do vizinho dele, do parente dele, mas ele também quer as coisas que acontecem que podem influenciar na vida dele, coisas que com o advento da internet facilitou o nosso trabalho”.

O profissional indica que mesmo com o advento da tecnologia e, com isso, uma facilidade maior para a notícia chegar ao receptor, a Caiçara não deixará de continuar a prestar o seu serviço regional. Porém, se utiliza da internet para ter acesso a outros conteúdos que, mesmo não afetando diretamente a vida de um indivíduo, pode causar modificações por sua relevância na sociedade como um todo. Para Manoel, o ouvinte, hoje, necessita tanto das informações de sua região quanto do mundo e a digitalização da notícia facilitou o trabalho do rádio.

De acordo com Zambiasi, a diversificação social que o rádio apresenta, através de suas ferramentas, é positiva para uma identificação com público. Ele caracteriza a Caiçara como uma rádio popular que visa, através do seu perfil de programação, chegar a ouvintes que buscam informações de sua região e que preferem saber sobre fatos detalhados de semelhantes próximos da sua realidade diária. Já para Josué, o contato com o público,



## A Expansão dos Meios de Comunicação: Um estudo de caso da Rádio Caiçara e a Adaptação do Analógico para o Digital

Rodrigo Severo Rodembusch e André Neves Flores

é uma coisa muito densa e em alguns momentos rica a medida que sempre foi um rádio solidário, uma comunicação muito lincada com questões da comunidade e as emoções vem daí embora eu sempre tenha propugnado, brigado no melhor dos sentidos por um rádio muito alegre, vivo, otimista e com muita coisa autoral também.

De acordo com o radialista, a ligação existente entre rádio e comunidade proporciona sentimentos diferentes em seus ouvintes e através deste contato à mensagem que está sendo transmitida ganha espaço e audiência. Contudo, Josué ressalta que o meio radiofônico, em sua opinião, deva sempre valorizar objetos e informações de cunho esperançoso e positivo. Para Manoel,

ao mesmo tempo que a gente tem que modernizar, a gente não pode abrir mão daquilo que marcou a história da rádio, que é uma amizade, uma camaradagem, é um companheirismo com o ouvinte, mas com respeito. Se dando ao respeito e respeitando o ouvinte. Ao estilo de vida, a maneira de pensar diferente que o ouvinte pode ter, mas isso com muita alegria, com alto astral, com descontração, com linguajar mais dinâmico podemos dizer assim. É o povo falando mesmo, uma conversa de amigos em uma mesa de bar, eu acho que é a fórmula que parece mais cabível, a fórmula certa pro linguajar no FM.

Manoel aponta que a proposta estabelecida pela Rádio Caiçara para o seu ouvinte é de uma comunicação popular que se aproxime o máximo possível da realidade do seu receptor. Para ele, linguagem simplificada será um fator determinante para angariar novos ouvintes e conservar a sua antiga audiência nesta nova realidade que é o FM. Além disso, a relação do dial com o público deve ser sempre de respeito e compreensão, de acordo com o que é oferecido, de ambas as partes. Já Josué define que,

linguagem de rádio é linguagem de assimilação imediata, linguagem de rádio é linguagem de digestão pra já, por que a diferença entre o rádio e a TV, televisão você está olhando TV e fazendo alguma coisa, está absorto ali, o rádio não, você faz um monte de coisa ouvindo rádio, com FM muito mais ainda. Então as pessoas vão passar por aqui, é que nem um rio, o que eu falar agora, daqui a pouco se a pessoa não prestar atenção não tem como rever, não é jornal, então a gente não pode ser sutil.

Josué pontua que o rádio deve ser um meio de comunicação objetivo e de resposta rápida para o seu ouvinte, além disso, por trabalhar apenas com emissão de sons, o ambiente radiofônico deve fazer com que seu ouvinte possa executar mais de uma tarefa ao mesmo tempo, já que o rádio trabalha apenas com o sentido da audição. Ainda sobre a linguagem do rádio, ele complementa que

tem que ser objetivo, tem que ser comunicativo e às vezes reprisar, quer dizer, sublinhar alguns aspectos para que aja essa assimilação, por que se não é tu latir na lua. Se eu falar de maneira rápida, tabalhoada, sofisticar a linguagem, usar de sutilezas o ouvinte não vai compreender e daí não valeu, não ouve comunicação na medida que ninguém me entendeu.

Ele complementa, ao dizer que o cenário radiofônico, por ser corriqueiro e objetivo, deve, em alguns momentos, reiterar algumas notícias ou retransmiti-las tendo em vista o ouvinte que está acessando o dial naquele instante e não captou a notícia em sua primeira aparição, e, também, para consolidar a informação para o receptor que já havia escutado. Além disso, indica que uma linguagem clara e simples facilita o entendimento e que, se o ouvinte não compreender o que está sendo transmitido, o locutor não cumpriu com o seu papel. Para Zambiasi,

a Caiçara no seu tempo histórico ela foi uma rádio muito forte em termos de audiência, ela durante muitos anos ponteou como o rádio mais ouvido de Porto Alegre, e hoje ela começa a resgatar todo esse processo, uma audiência muito grande, muito positiva e ocupando um espaço que é dela em nível de audiência e proximidade com suas comunidades.

Zambiasi pontua que o referido dial, em outro momento, concorrendo com outras rádios, teve seu auge sendo uma das mais escutadas de sua região e isto se deve à proximidade com que a Rádio Caiçara conseguiu chegar ao seu ouvinte.

## **Análise**



## A Expansão dos Meios de Comunicação: Um estudo de caso da Rádio Caiçara e a Adaptação do Analógico para o Digital

Rodrigo Severo Rodembusch e André Neves Flores

Como o trabalho busca refletir acerca da implementação de novas tecnologias, como o ingresso do rádio na plataforma digital, bem como a adaptação desse meio, de seus comunicadores e de seus ouvintes a essa nova realidade, a opção metodológica foi a de um estudo de caso com entrevistas semiestruturadas. Nesse sentido, o estudo avalia de que forma a Rádio Caiçara, localizada em Porto Alegre – RS se adequou às possibilidades de interação com o público. Com base no exposto é possível compreender que:

a) A linguagem da Rádio sofreu alterações, visto que agora busca uma linguagem mais dinâmica, clara e alternada, a fim de atrair o público à sua programação e mantê-lo em sua audiência. Este dinamismo se faz essencial, já que a rádio é exclusivamente ouvida, ou seja, os comunicadores possuem apenas um meio para chamar a atenção do público-ouvinte: a voz, tornando-se, assim, mais difícil que o audiovisual, por exemplo, já que neste ele pode usar do recurso da visão e audição. Todas as alterações sofridas pela linguagem do rádio são em virtude do fácil entendimento das informações passadas por ela, ou seja, a principal característica da linguagem do rádio após a adaptação do meio ao ambiente digital é o fato de a linguagem ter se tornado mais fácil e objetiva;

b) O modelo de público que vem sendo construído com a adaptação da Caiçara ao ambiente digital é um público plural, já que a Caiçara busca manter seu ouvinte antigo e concilia-lo ao seu novo consumidor de informação; e popular, já que o público de interesse da Caiçara é aquele ligado à sua comunidade e a questões solidárias, por exemplo. Para atingir a esse ouvinte, a Caiçara utiliza-se muito de sua linguagem, que é clara e de fácil entendimento. Logo, o público que vem sendo construído com a adaptação da Rádio ao digital é mais jovem, porém, que herdou o fato de ouvir a Caiçara dos pais e avós, e, como a Rádio salienta que possui como objetivo manter a audiência antiga e conquistar novos ouvintes, o ouvinte atual pode ser definido como diversificado, devido à faixa etária diversificada, porém conectado a sua respectiva comunidade;

c) Nas mudanças enfrentadas pela Rádio diante desta alternativa, cabe ressaltar novamente que esta acontece em virtude das duas outras mudanças, de linguagem e



público, sendo assim pontua-se como principais mudanças uma maior interação com o público, ou seja, a Rádio não é mais somente composta de músicas, mas sim também da fala, principalmente após a chegada dos apresentadores. Observa-se, também, a variedade de dispositivos que a rádio pode ser acessada, além do aparelho de rádio tradicional, como celulares e computadores, fazendo assim com que a Rádio possa ser ouvida em qualquer lugar, diferente de quando era somente AM. E, por fim, a mudança em sua programação, com a finalidade de chamar mais a atenção do seu público. Esta programação se viu obrigada a mudar para se adaptar as demandas do seu público ouvinte, visto que este desejava uma maior interação por parte da rádio com ele. Neste sentido, as principais mudanças enfrentadas pela rádio foram a programação, que se tornou mais falada; a variedade de locais em que ela pode ser acessada, além do aparelho de rádio tradicional; e a mudança na programação, que se viu como necessária para atender as novas demandas do público.

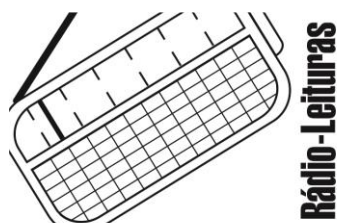
111

### **Considerações Finais**

O rádio, assim como outros meios de comunicação de massa, vem sofrendo diversas mudanças, em especial nos últimos anos, visto que, com o advento da internet, em especial, o dinamismo com que as pessoas se relacionam entre si e com o mundo que as cerca tornou-se ainda mais acentuado. Sendo assim, o meio, que já possui como uma de suas características principais o dinamismo, se viu obrigado a se reelaborar, unindo velhas características às novas, a fim de manter sua audiência e conquistar, também, novos públicos. Neste sentido, um recurso utilizado pela rádio neste processo de reconstituição foi o ambiente digital.

Observou-se que a linguagem busca ser cada vez mais abrangente, tornando-se de fácil entendimento a todos e buscando, desta forma, atingir seu público-alvo. No que diz respeito ao ouvinte, observa-se que este se caracteriza como popular e plural, visto que a Rádio Caiçara busca quem está ligado a sua comunidade. Já a Rádio teve como





## A Expansão dos Meios de Comunicação: Um estudo de caso da Rádio Caiçara e a Adaptação do Analógico para o Digital

Rodrigo Severo Rodembusch e André Neves Flores

principais mudanças a sua programação, que começou a dar mais valor à fala dos radialistas do que às músicas e, conseqüentemente, à forma de interação com o público.

Atualmente, a Rádio Caiçara da Rede Pampa de Comunicação busca estar novamente no topo da audiência das rádios da cidade de Porto Alegre. Com o presente trabalho, percebeu-se que a mesma oferece mecanismos para tal, adaptando-se a novos ambientes, como o digital, estudado aqui, e busca novos públicos, mas sem perder suas características primárias, como a ligação com o ouvinte. Sendo assim, tem-se uma rádio que apresenta novos formatos ao seu ouvinte, sem perder sua essência.

### Referências bibliográficas:

ALMEIDA A. C; MAGNONI A. F. **Rádio e internet: recursos proporcionados pela web, ao radiojornalismo**. In: FERRARETTO, L. A.; KLÖCKNER, L. E o rádio? Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: EdIPUCRS. 2010.

BETTI, J. G. **Migração das emissoras em amplitude modulada: as vozes do novo dial brasileiro**. X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e V Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã UNESP | FAAC | São Paulo – abril de 2015. Disponível em:

<<http://www.unicentro.br/redemc/2015/anais/DT4/DT4-1.pdf>> Acesso em: 08 de novembro de 2016.

DEL BIANCO, N. R. **O futuro do rádio no cenário da convergência frente às incertezas quanto aos modelos de transmissão digital**. In: FERRARETTO, L. A.; KLÖCKNER, L. E o rádio? Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: EdIPUCRS. 2010.

HAUSSEN, D. F. **Rádio Brasileiro: uma história de cultura, política e integração**. In: Barbosa Filho, Piovesan e Beneton (Orgs.). Rádio – sintonia do futuro. São Paulo: Paulinas, 2004.

JENKINS, H. **A Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. LabCoom Books, 2010.

\_\_\_\_\_. **Aproximações aos níveis convergência tecnológica em comunicação: um estudo sobre o rádio hipermidiático**. In: FERRARETTO, L. A.; KLÖCKNER, L. E o rádio? Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: EdIPUCRS. 2010.

MAGNONI A. F.; MIRANDA, G. V. **Novos Cenários Radiofônicos: Convergência; Jovens Digitais e Tendências**. V. 14. N 2. Itajaí: Vozes e Diálogo, 2015.



Vol 8, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2017  
ISSN: 2179-6033  
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

ORTIZ, Á. M.; MARCHAMALO, J. **Técnicas de Comunicação pelo Rádio: a prática radiofônica**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

PAULO, N. A. L. **Convergência Multimídia e os Conteúdos Móveis da Rádio**. Lisboa, 2013.

Pesquisa Brasileira de Mídia 2015. SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDENCIA DA REPÚBLICA. Disponível em: < <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>.

Acessado em: 06 de novembro de 2016.

RÁDIO CAIÇARA. **Rádio Caiçara**. Disponível: <<http://radiocaicara.com.br/>> Acesso em 22 de outubro de 2016.

RODRIGUES, A. P. **Sua Excelência, o Rádio**. São Paulo: Biblioteca24x7, 2009.

THOMPSON, J. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Edição 5. Editora Vozes, 2002.



## A Expansão dos Meios de Comunicação: Um estudo de caso da Rádio Caiçara e a Adaptação do Analógico para o Digital

Rodrigo Severo Rodembusch e André Neves Flores

### Abstract

The present study offers a consistent observation about the implementation of new technologies, such as the entry of radio into the digital platform, as well as the adaptation of this medium, its communicators and its listeners to this new reality. For that, a case study was carried out, having as object Radio Caiçara, located in Porto Alegre - RS, and its adaptation from the analogue to the digital environment. In this sense, the study assesses how the medium radio adapts to the possibilities of interaction with the public, now in more than one channel, but without losing its primary characteristics, such as rapid dissemination of information and proximity to the listeners.

**Keywords:** Media convergence; Digital environment; Analog and Digital Communication; Radio Caiçara.

### Resumen

El presente trabajo busca componer reflexiones acerca de la implementación de nuevas tecnologías, como el ingreso de la radio en la plataforma digital, así como la adaptación de ese medio, de sus comunicadores y de sus oyentes a esa nueva realidad. Para ello, se realizó un estudio de caso, utilizando como objeto de investigación a Radio Caiçara, ubicada en Porto Alegre - RS, y su adaptación del ambiente analógico a lo digital. En este sentido, el estudio evalúa de qué forma la radio se adecuó a las posibilidades de interacción con el público, donde la información está disponible en más de una plataforma, pero sin perder sus características primarias, como diseminación rápida de la información y la proximidad con el oyente.

**Palabras Clave:** Convergencia de Medios; Ambiente Digital; Comunicación Analógico-digital; Radio Caiçara.