
ESTREITAMENTO DE LAÇOS: UM ESTUDO DE AUDIÊNCIA DA EMISSORA ON-LINE QUEIMADAS FM¹

Clécio Cunha²
Ligia Coeli Silva Rodrigues³

RESUMO

A constante evolução das tecnologias da informação na sociedade tem provocado mudanças na comunicação, que tem conseguido romper as barreiras temporais e espaciais, em especial com a internet. Desde a sua invenção, as transformações nas tecnologias no rádio não tem parado de acontecer e a sua consolidação no ciberespaço ampliou seu alcance e os canais para a circulação da mensagem. A partir do conhecimento dessas mudanças, faz-se necessário conhecer e compreender as formas de uso destes novos meios e as inter-relações que apresentam frente ao crescente processo de convergência do rádio entre tecnologias da informação mensurando seus resultados. Para atingir este objetivo, foi proposta uma revisão de leitura inicial sobre o rádio, sua presença na comunidade e como esta mídia está sendo consumida atualmente, tendo como objeto de estudo a rádio comunitária do município de Queimadas – PB. Este trabalho apresenta a evolução da radiodifusão no município e o resultado de um questionário aplicado aos ouvintes que acompanham a programação da emissora *on-line*. Constatou-se que o processo de convergência tecnológica tem trazido resultados positivos quanto à audiência e a presença da emissora no cotidiano das pessoas muito além do aparelho receptor tradicional de sinais de antena. E ao contrário do que se imaginava, a internet se tornou uma aliada do rádio, e não a causadora do seu fim, podendo garantir ainda mais a sua longevidade.

PALAVRAS-CHAVE

Rádio. Convergência tecnológica. Estudo de caso.

ABSTRACT

The constant evolution of information technology in society has led to changes in communication that has managed to break the temporal and spatial barriers, especially with the internet. Since its invention, the changes in technology in the radio has not stopped happening and its consolidation in cyberspace extended its reach and channels for the circulation of the message. From the knowledge of these changes, it is necessary to know and understand the ways of using these new means and the interrelationships presenting to the growing radio convergence between information technology measuring their results. To achieve this goal, it proposed an initial reading review on the radio, his presence in the community and how this media is currently being consumed, with the object of study community radio in the Queimadas - PB. This paper presents the evolution of broadcasting in

¹ Artigo apresentado à pós-graduação em Mídias Digitais, Comunicação e Mercado do Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos (Cesrei) da Faculdade Reinaldo Ramos (FARR).

² Graduado em Tecnologia em Marketing pela UNESC – Campina Grande - PB. Radialista:. Email: clecio_cunha@hotmail.com

³ Orientadora. Graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), mestre em Literatura e Interculturalidade pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Email: coelisolva.ligia@gmail.com

the county and the result of a questionnaire administered to listeners who follow the schedule of the online channel. It was found that the process of technological convergence has brought positive results on the testimonies and the presence of the station on the daily lives of people far beyond the traditional receiver antenna signals. And contrary to what was thought, the internet has become an ally of the radio, not the cause of your order and can further ensure its longevity.

KEYWORDS

Radio. Technological convergence. Case study.

INTRODUÇÃO

Surgido no final do século XIX, o rádio se transformou rapidamente num meio de comunicação de massa se popularizando logo após as três primeiras décadas do século XX. O que era apenas um meio de comunicação à distância transformou-se em um meio de comunicação caracterizado, fundamentalmente pela flexibilidade e a instantaneidade na transmissão de mensagens (ABADÍA, 1997, p. 203). Já em 1922 existiam estações de rádio com programações regulares em quase todo o mundo, incluindo a Argentina, Canadá, União Soviética, Espanha e Dinamarca. O Brasil recebe sua primeira transmissão radiofônica em 7 de setembro deste mesmo ano. Com a contínua globalização do rádio, surgem novas tecnologias e novas formas de transmissão e recepção.

Aqui no Brasil uma média de 55% da população utiliza rádio, de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015⁴. Entre os entrevistados 30% disseram ouvir rádio todos os dias. Entre os principais motivos pelos quais as pessoas ouvem rádio está a busca por informação (63%) e a diversão e entretenimento (62%). As FMs lideram a preferência dos brasileiros (74%) e as AMs obtiveram 14% da preferência dos entrevistados. No carro, em casa, na academia, em estabelecimentos comerciais, no campo, na internet, no tocador de MP3 e no celular, basta termos um receptor para ouvi-lo (SOLANO, 2008, p. 02), atingindo pessoas de todas as classes sociais, idades, religiões e culturas, como um instrumento de entretenimento e informação. A capacidade de interação e adaptação do rádio é apontada por Emma R. Antón como um dos seus principais pontos de longevidade:

O rádio possui uma alta penetração espacial, quer dizer, é capaz de chegar a muitos ouvintes e, por isso, outra das características que define o media é a ubiquidade. A simplicidade técnica colabora assim em conquistar esse objetivo de alcançar audiências onde para outros media é difícil: desde as grandes cidades até o campo mais remoto. (ANTÓN, 2011, p. 33)

⁴ Disponível em < <http://goo.gl/hGFIA9>>. Acesso em 18/07/2015.

No início dos anos 1950, a radiodifusão sofreu um processo de forte massificação e passou a integrar o universo urbano, com uma programação voltada para a informação, transmitida em programas de jornalismo e para o entretenimento, dominado pelos programas humorísticos e de variedades, e pela radionovela. Mas isso não impediu que este sistema de comunicação sofresse seu primeiro impacto: a chegada da televisão.

A grande novidade contava em suas primeiras equipes com diretores e atores egressos do rádio. Os ídolos das radionovelas e programas de auditórios foram levados para o grande e poderoso veículo que nascia, tornando-se o primeiro rival do rádio, que teve que mudar e evoluir. “Os aparelhos, antes caros, grandes e pesados, foram barateando e tiveram importante evolução tecnológica: a criação e a produção do transistor” (SOLANO, 2008, p. 28). O rádio passou a ser portátil, mais acessível e isso o possibilitou a continuar na briga pelos anunciantes e pela verba de publicidade das grandes empresas, sobrevivendo ao arroubo da televisão. O rádio deixa de ser um meio de comunicação coletivo e passa a ser escutado individualmente e em qualquer lugar

Weigelt & Parmeggiani (2013, p. 02) afirmam que “a essência das transformações na contemporaneidade tem relação com a natureza diferenciada das tecnologias da informação e da comunicação em comparação a outras do passado”. Ao longo do século XX as inovações tecnológicas permitiram a conquista do espaço e os satélites de telecomunicações foram um dos maiores frutos dessa conquista, evoluindo o sistema de comunicação existente. Além de permitirem a retransmissão de programas da televisão educativa e comercial, eles abriram novas perspectivas para a comunicação telefônica, a transmissão de dados, fax, internet e muitos outros serviços especializados. E o rádio, mais uma vez teve que evoluir para se adaptar a este novo cenário.

O rádio acompanhou, à sua forma, as mudanças do cenário comunicacional, garantindo seu espaço através da implantação de tecnologias. As formas de entrar em contato com as redações e os estúdios ficaram mais rápidas, a qualidade do som passa a ser digital, os rádios de jornalismo estimulam a participação do ouvinte, a internet e o telefone celular passam a ser aliados, transformando os ouvintes em “repórteres”. Através de um telefonema do celular em qualquer ponto da cidade, os interessados participam efetivamente da programação, passando informações ao vivo (SOLANO, 2008, p. 27). Os ouvintes passam a ter o poder de escolher a sequência das canções na programação musical, conversam *on-line* com o locutor e participam de jogos, pesquisas e entrevistas. É o rádio nos novos tempos da interatividade.

A popularização da internet foi mais uma inovação tecnológica que mudaria definitivamente todo o processo de comunicação existente. Com ela os sistemas de comunicação e tecnologias da informação passaram a se convergir, gerando redes integradas de alta capacidade que carregam informação em formato digital (BIANCO, 2010, p. 03). Essa convergência não diz respeito apenas à tecnologia, mas afeta também serviços, negócios e a interação com a sociedade. Nelia R. Del Bianco reforça a teoria sobre o processo da convergência de informações ao mencionar que:

O processo de convergência implica em mudanças na produção, marketing, venda e distribuição de serviços de informação e comunicação. Significa disponibilizar as mesmas informações através de diferentes plataformas de rede (celular, Internet), e das mais variadas maneiras (texto, vídeo, som, de forma interativa ou não). O que decorre também em alterar a lógica como operam as indústrias midiáticas, ou seja, na forma como processam a informação e o entretenimento para o público desses meios. Mudanças que estão em sintonia com um tipo de consumo cotidiano de mídia cada vez mais convergente. (BIANCO, 2010, p. 03)

Atualmente, vivemos a Era Digital, da cibercultura, da interatividade, das soluções instantâneas e da valorização do moderno. Mas, mesmo nesse cenário, o rádio continua presente como importante meio de comunicação. A Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, aponta que 30% dos brasileiros ouvem rádio todos os dias; 63% o fazem para se informar e 62% para se divertir. Os resultados confirmam que o rádio é o segundo meio de comunicação mais utilizado pela população brasileira o que confirma o valor do veículo no processo de difusão da informação.

Com o desenvolvimento da tecnologia do *streaming*⁵, e o aumento na largura de banda da transmissão de dados via internet, as emissoras passaram a transmitir a sua programação *on-line*, criando uma nova linguagem através da incorporação de novos elementos discursivos e pela forma como o ouvinte consome e pesquisa os conteúdos apresentados. “A integração de receptores de rádio a gravadores/reprodutores de MP3 e a telefones celulares, estes últimos com acesso à Internet, indica o aparato tecnológico a dar mobilidade, facilitando esta nova forma de recepção” (FERRARETTO, 2001, p.50). O ouvinte já não só ouve o rádio, mas também vê, lê, escreve, interage e participa da programação, de forma individualizada ou em comunidades.

⁵ Streaming é uma técnica de transferência de dados, na qual os dados são processados em fluxo contínuo de forma a permitir que o conteúdo seja reproduzido antes de ser completamente enviado. Um famoso exemplo do uso dessa tecnologia são os vídeos do Youtube, nos quais os visitantes podem começar a assistir a um vídeo (e a ouvir o seu áudio) enquanto o mesmo está sendo carregado. (<http://www.vivaolinux.com.br/dica/O-que-e-tecnologia-streaming>. Acessado em 02/09/2015).

As rádios encontram na *web* uma forma de ir além dos limites de alcance de seu transmissor. Uma emissora na rede pode ser ouvida em qualquer lugar do mundo, muitas vezes, servindo de alternativa para grupos que não possuem autorização para as ondas hertzianas ou como uma forma de ouvintes ausentes de seu local de origem reencontrarem seus laços, mesmo fora de suas fronteiras.

Autores, como Charaudeau (1997) e Salomão (2003), são citados por Weigelt & Parmeggiani (2013, p. 05), quando afirmam que “o rádio é essencialmente a voz que na Internet pode ganhar outras nuances e aparecer em forma de textos e imagens”. Mesmo que a linguagem do rádio não seja mais só a sonora, emissores e receptores continuam a se relacionar através do reconhecimento e a adesão. A convergência tecnológica do rádio tem ultrapassado fronteiras entre as telecomunicações, a comunicação de massa e a informática. Desta forma, este trabalho propõe um estudo de caso da rádio comunitária Queimadas FM, localizada no município de Queimadas-PB, quanto à sua audiência após disponibilizar sua programação *on-line*.

Mensurar os resultados obtidos com essa convergência, através dos hábitos dos ouvintes que acompanham a referida rádio através da internet, pareceu, a princípio, um grande desafio, pois, segundo dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, apenas 1% dos paraibanos tem o costume de ouvir rádio pelo computador e 4% são os que o fazem com seu aparelho celular. Segundo a pesquisa, 92% dos habitantes da Paraíba continuam ouvindo rádio através dos aparelhos tradicionais. Seria, então, realmente, o tão anunciado fim do rádio? Mas, e as emissoras que se adaptaram ao novo meio, e convergiram para a internet? A situação delas é tão catastrófica quanto as que continuam arraigadas ao transmissor e à antena? A disponibilização da programação via *web*, modifica a audiência?

O presente estudo tratou-se de uma pesquisa exploratória, transversal, descritiva, com abordagem quantitativa não experimental.

Os métodos quantitativos, por suas possibilidades de réplica, pelo fato de adotarem procedimentos intersubjetivamente controláveis e por seu rigor de indicar as margens de erro que podem ocorrer na formulação da inferência, são aptos a dar sólidos fundamentos às descobertas e às hipóteses formuladas (SERAPIONI, 2000, p.190).

Para levar a cabo um estudo transversal o investigador tem que, primeiro, definir a questão a responder, depois, definir a população a estudar e um método de escolha da amostra e, por último, definir os fenômenos a estudar e os métodos de medição das variáveis de interesse, num único "momento".

A pesquisa faz uma revisão bibliográfica da história da radiodifusão no Brasil, além de apresentar o objeto de estudo (a rádio comunitária Queimadas FM) através de pesquisa de campo e entrevistas com pessoas que presenciaram ou fizeram parte da evolução dos meios de comunicação no município. A motivação questionadora para a elaboração desse artigo foi: com o advento da internet, o rádio corre o risco de extinção, ou, por sua capacidade de adaptação, pode ampliar sua audiência e longevidade?

1. O OBJETO DE ESTUDO: A RÁDIO COMUNITÁRIA DE QUEIMADAS - PB

Localizada no Agreste da Paraíba, a 143 km da capital João Pessoa, a cidade de Queimadas tem 401,776 km² de extensão. Segundo historiadores, seu povoamento iniciou-se por volta do ano de 1889; era distrito de Campina Grande e foi elevado à categoria de município com a denominação de Queimadas, pela lei estadual nº 2622, de 14/12/1961, desmembrado de Campina Grande (LOPES, 2010, p. 12).

A cidade possui um rico patrimônio cultural que vai desde significativa parcela da Serra de Bodopitá, que possui diversos espécimes vegetais e sítios arqueológicos pré-históricos, às edificações antigas que remontam o final do século XIX e início do século XX, em estilo eclético e *art deco*. Por ser um ponto de passagem para o Sertão e o Estado vizinho, Pernambuco, Queimadas recebe grande número de pessoas de outras cidades, tornando a cidade um ótimo ambiente comercial. Segundo a contagem da população feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) no ano de 2010, a cidade possuía 41.049 habitantes, divididos nas zonas urbana (22.236) e rural (18.813). Segundo o IBGE, a população estimada para o ano de 2015 era de 43.667 habitantes.

1.1 A Evolução da Comunicação Radiofônica em Queimadas – PB

O primeiro meio de comunicação parecido com o radiofônico em Queimadas surgiu no ano de 1955. Situado no Centro da cidade, o “Bar do Seu Adalto Abelha”, nome pelo qual era mais conhecido o proprietário, Adalto Barros, possuía um alto falante em cima de uma prateleira do estabelecimento, ligado a um toca discos e um microfone, e tinha como objetivo atender aos pedidos musicais dos clientes, que foram tomando gosto pela novidade. Com o aumento da clientela, foi necessário contratar uma pessoa exclusivamente para o manuseio do equipamento. O primeiro “locutor” da cidade foi Genival da Silva, que iniciava a programação às 18 horas, fazendo ao vivo, a “Hora do Angelus”. O equipamento era

desligado geralmente às 22 horas. A “voz de Queimadas” encerrou suas atividades no ano de 1960.

Em junho de 1994 surge a radiodifusora REPRESOM – Representação, Publicidade e Sonorização, cuja programação era propagada através de caixas acústicas instaladas nos postes de iluminação das ruas no centro da cidade. De propriedade de Elias da Silva Pereira e Dimas Barbosa de Oliveira, funcionava das 08 às 18 horas, com programação musical, informativa e prestação de serviços. Conta daí os primeiros trabalhos de publicidade radiofônica na cidade. No ano seguinte a radiodifusora foi vendida a Romualdo Alves da Silva, coincidentemente, filho de Genival da Silva, o primeiro locutor da cidade. Com a venda, a ‘difusora’ passou a se chamar RPS Publicidade.

Em 2006, a Câmara Municipal aprovou o Projeto de Lei que autorizava a utilização do serviço de radiodifusão comunitária na cidade à Fundação Carlos Ernesto, que inaugura em julho daquele ano a Rádio Comunitária Kiriris FM. A rádio, transmitida em frequência modulada com transmissor de 25 watts, tinha sua programação das 05 às 22 horas. Problemas com a documentação necessária para continuar suas atividades, fizeram com que a Kiriris FM fosse fechada em agosto de 2007. Em novembro deste mesmo ano, iniciaram-se, em caráter experimental, os sinais da Rádio Comunitária Queimadas FM, da Associação Comunitária e Cultural de Queimadas (ACCQ).

1.2 Queimadas FM: História e apontamentos

A Rádio Comunitária Queimadas FM 87,9 surgiu do projeto da Associação Comunitária e Cultural de Queimadas (PB) – ACCQ, fundada por Arnaldo Maia no ano de 2006. Com o objetivo de divulgar o potencial cultural do município e elevar a voz da população, encaminhou ao Ministério das Comunicações no mesmo ano o termo de interesse de execução do serviço de radiodifusão comunitária, só recebendo a autorização definitiva de funcionamento em 2009. Em novembro de 2007, inicia a transmissão de seu sinal em caráter experimental. Em 2 de janeiro de 2008, a Queimadas FM passa a transmitir sua grade de programação completa. Seu estúdio está localizado na Rua Joaquim Barbosa da Silva, s/n, Centro.

Sua programação é exibida diariamente, das 05h às 0h, dividida em programas musicais de diversos estilos. A programação informativa é garantida através de programa jornalístico e esportivo, além de comunicados emitidos por representantes da sociedade civil organizada, órgãos públicos e privados, e dos três poderes. Seguindo as normas exigidas pelo

Ministério das Comunicações e a ANATEL, todos os seus locutores e técnicos atuam sob regime voluntário e os recursos são advindos de apoios do comércio, os quais são divulgados em sua grade de programação como “apoio cultural”. A participação popular é constante, através do telefone e da internet. A programação aos sábados e domingos é diferenciada, com programas apresentados por voluntários, associações e a Igreja católica, com a transmissão, ao vivo, da Santa Missa aos domingos, a partir das oito horas.

O sinal da Rádio Queimadas FM alcança aproximadamente 75% da área total do município, sendo líder de audiência. Seu sinal é mais bem propagado, a partir da sede, ao Sul e Leste, em sua quase totalidade; atinge 20% ao Oeste e apenas 5% ao Norte, devido à barreira natural da Serra do Bodopitá. A Queimadas FM também tem ganhado ouvintes fora dos limites municipais, devido a retransmissão de sua programação via *web*. O site www.queimadasfm.net tem sido acompanhado, principalmente, por queimadenses ausentes, residentes nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Pernambuco, mas também tem conquistado a simpatia de ouvintes das cidades circunvizinhas.

A rádio participa ativamente dos movimentos e manifestações locais, incentivando os trabalhos artísticos e culturais da comunidade, divulgando seus trabalhos em sua programação. Alguns dos eventos da cidade são transmitidos ao vivo, através de acordos firmados com a administração municipal. Sempre que necessário, como contrapartida solidária, a rádio tem promovido ações como arrecadação de alimentos e roupas a serem distribuídas entre a parcela da população mais necessitada.

2. A PESQUISA

Devido a cada nova tecnologia surgida e que passa a fazer parte de nossa cultura, mudando hábitos e criando novos na sociedade, a permanência do rádio como fonte de informação e entretenimento é colocada em dúvida. Foi assim na década de 1950 com o surgimento da televisão e nos anos 1990 com a popularização da internet. A discussão ganhou ainda mais força quando o usuário/ouvinte, devido às tecnologias disponíveis, pôde criar seu próprio *playlist*, ouvindo a programação que escolhesse, sem interferência de locutores ou peças publicitárias. Cada ouvinte teria sua própria rádio disponível para ouvir a hora que bem quisesse. É notório o número cada vez maior de jovens, adaptados às novas plataformas de comunicação, que não têm mais o rádio como fonte de informação ou de lazer. Alguns remanescentes o são por seguirem a tradição de seus familiares ou amigos de maior idade que ainda seguem fieis ao bom e velho jornalístico radiofônico.

Mensurar a audiência da rádio comunitária Queimadas FM, conhecer os modos de consumo dos ouvintes pela internet, averiguar a frequência com que a rádio é ouvida, quais os motivos que os levam a ouvi-la, qual o nível de importância atribuem a rádio e o seu alcance, pareceu, a princípio, um grande desafio, pois, segundo dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, apenas 1% dos paraibanos tem o costume de ouvir rádio pelo computador e 4% são os que o fazem com seu aparelho celular. Segundo a pesquisa, 92% dos habitantes da Paraíba continuam ouvindo rádio através dos aparelhos tradicionais. Fazia-se mais do que necessário buscar respostas para a pergunta: a disponibilização da programação via *web*, modificou, de alguma forma sua audiência?

Os dados aqui apresentados foram obtidos através de questionário semi estruturado contendo 10 questões fechadas de múltipla escolha, a fim de atingir os objetivos já apresentados. O questionário foi disponibilizado na *fanpage* da emissora disponível na rede social Facebook. Os ouvintes foram incentivados a fazer o *download* do arquivo, responder o questionário e reenvia-lo, de forma voluntária. Foi assegurado aos participantes o anonimato, quando da publicação dos resultados, bem como o sigilo de possíveis dados confidenciais. 237 questionários foram respondidos, sendo este o tamanho total da amostra. De posse dos questionários, seguiu-se a fase da criação de um banco de dados. As respostas obtidas de cada questão foram digitadas num banco de dados criado no Microsoft Office Excel 2010. Após os cálculos, os dados foram apresentados em forma de tabelas e gráficos para discussão dos mesmos e os números na unidade de porcentagem (%).

3. OS RESULTADOS

Neste capítulo, são apresentados os principais resultados obtidos com a pesquisa proposta via internet, através do questionário que levantava 10 questões. Das 237 pessoas que responderam à pesquisa, 78,05% eram do sexo feminino e 21,95% masculino, mostrando uma audiência predominantemente de mulheres.

A faixa etária foi levantada separando os ouvintes por grupos de idade. Os resultados mostraram que a audiência via internet está concentrada nas pessoas com idade entre 26 e 45 anos, totalizando 71,73% dos ouvintes. Interessante observarmos que o resultado obtido é o mesmo encontrado numa recente pesquisa de audiência feita pela emissora em 2014 com os moradores do município, que, em sua grande maioria, ouvem a emissora através de aparelhos de rádio convencionais, apesar do uso da internet ser relacionado a usuários mais jovens.

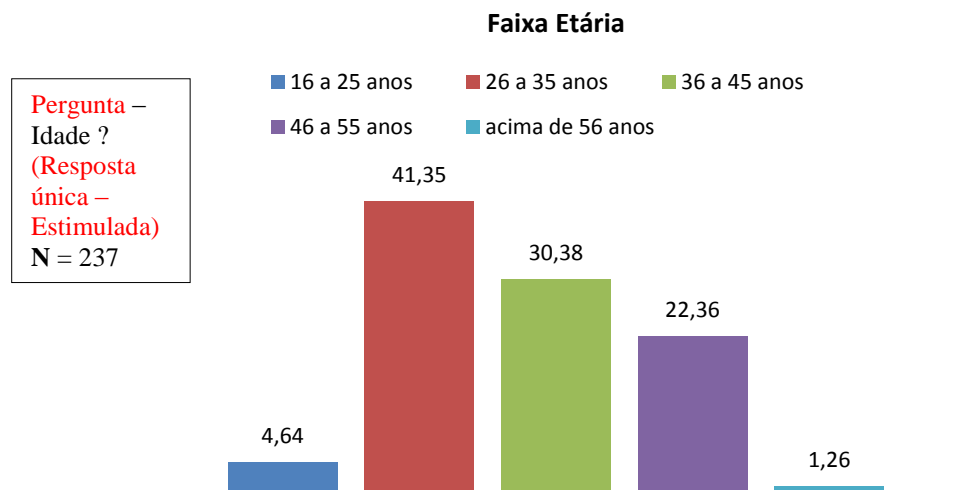


Figura 1: Faixa Etária dos ouvintes da Rádio Queimadas FM, 87.9 via internet.

A terceira questão abordava o local da recepção do sinal, buscando saber em qual Estado da federação o ouvinte se encontrava.

Segundo a amostra, a emissora é ouvida pela internet por ouvintes de três regiões do Brasil (Nordeste, Sudeste e Centro-Oeste) e, apesar da região Nordeste estar presente na pesquisa com um maior número de estados, é na região Sudeste em que está concentrada a maioria dos ouvintes *on-line*, com 66,24% do total, com destaque para o Rio de Janeiro. Tal fato pode ser justificado pelo estado ser o destino preferido dos queimadenses quando ausentes, a trabalho ou a lazer. Acolhidos por parentes ou amigos já estabelecidos no estado, geralmente montam residência em regiões muito próximas, formando quase uma comunidade. E a comunidade de Rio das Pedras (Rio de Janeiro-RJ) é a pontada como sendo a maior delas.

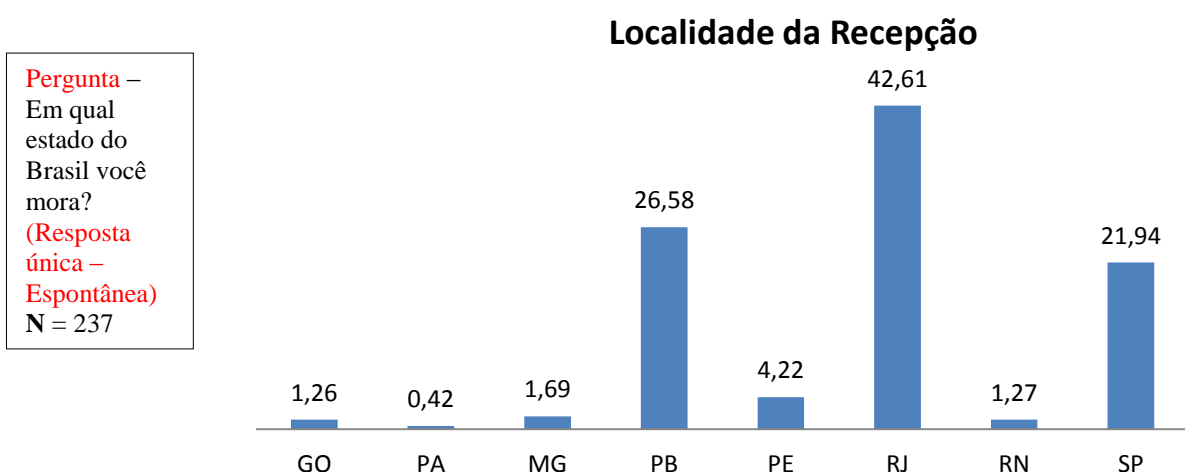


Figura 2: Localização dos ouvintes da Rádio Queimadas FM, 87.9 via internet.

Na questão sobre o grau de escolaridade, a maioria dos ouvintes *on-line* (58,23%) afirmou ter estudado até alguma série do Ensino Fundamental II, uma vez que não foi

questionada a conclusão. Outro dado interessante é a baixa audiência dos que afirmam estar cursando ou concluído o Ensino Superior (6,33%), uma vez que, teoricamente, são os esses os maiores usuários da rede. Responderam ter estudado até alguma série do Ensino Fundamental I, 5,06% dos entrevistados e 30,38%, de Ensino Médio.

Ao questionar sobre a renda familiar mensal, a maioria deles, (72,15%), declararam receber de 4 a 6 salários mínimos; 18,57% afirmaram receber de 2 a 4 salários, e 8,02% são os que declararam ter acima de 6 salários mínimos mensal de renda familiar. 1,26% não responderam.

Ao responderem a pergunta “qual a rádio que você mais ouve?” criou-se, intencionalmente, uma ambiguidade de interpretação. A intenção era saber qual a preferência da Queimadas FM dentre as demais ouvidas, mesmo não sendo essas exclusivamente pela internet. Constatou-se que, mesmo a Queimadas FM estando efetivamente presente no cotidiano das pessoas entrevistadas, a preferência pelas rádios locais predomina. Dentre as opções dadas, “Outra Local”, com 41,77%, ficou em primeiro lugar, seguida por “Outra via internet”, com 30,80%. A Queimadas FM é a mais ouvida por 15,19% dos ouvintes on-line.

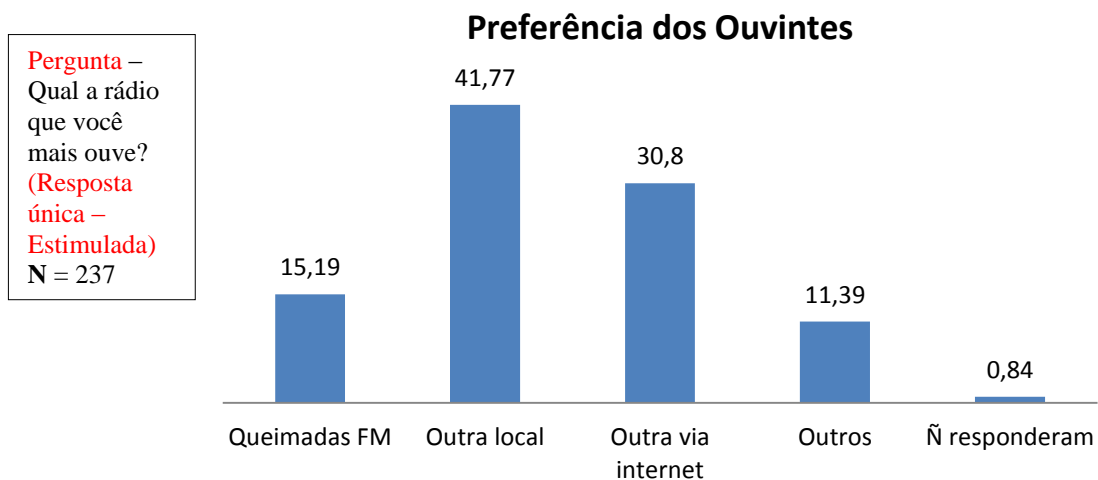


Figura 3: Preferência na audiência dos ouvintes da Rádio Queimadas FM, 87.9 via internet.

De acordo com os dados da pesquisa, pudemos verificar a frequência de uso, medida em dias, e a intensidade, em horas. Dessa forma, foi possível aferir quantos dias por semana os entrevistados estão expostos à emissora na internet e a quantidade média de horas diárias que usualmente dura essa exposição. Mais da metade deles (57,80%) responderam que ouvem a rádio 5 dias por semana e a maioria (30,80%) o fazem de 3 a 4 horas.

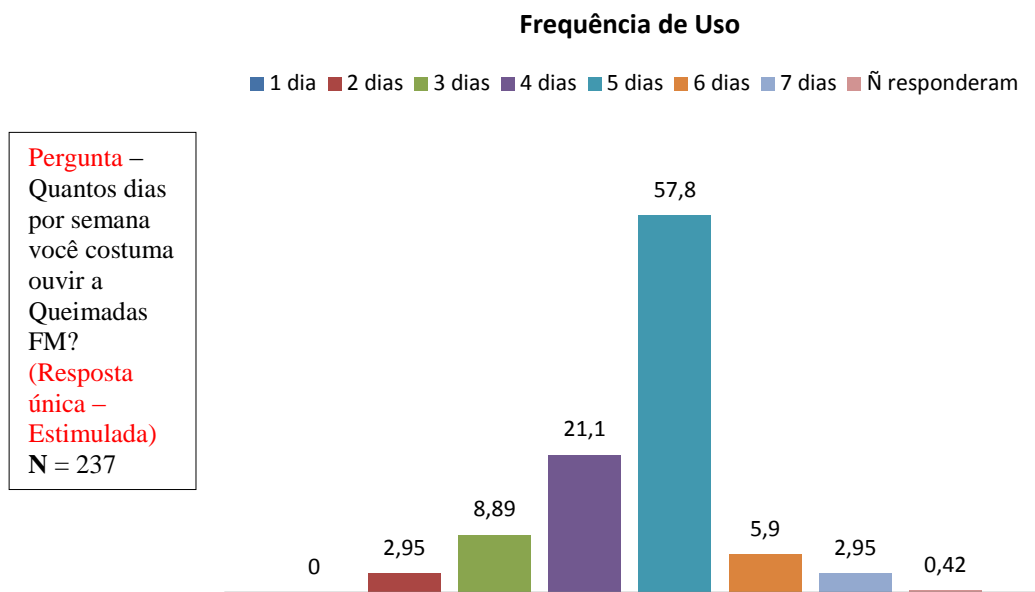


Figura 4: Frequência de uso dos ouvintes da Rádio Queimadas FM, 87.9 via internet.

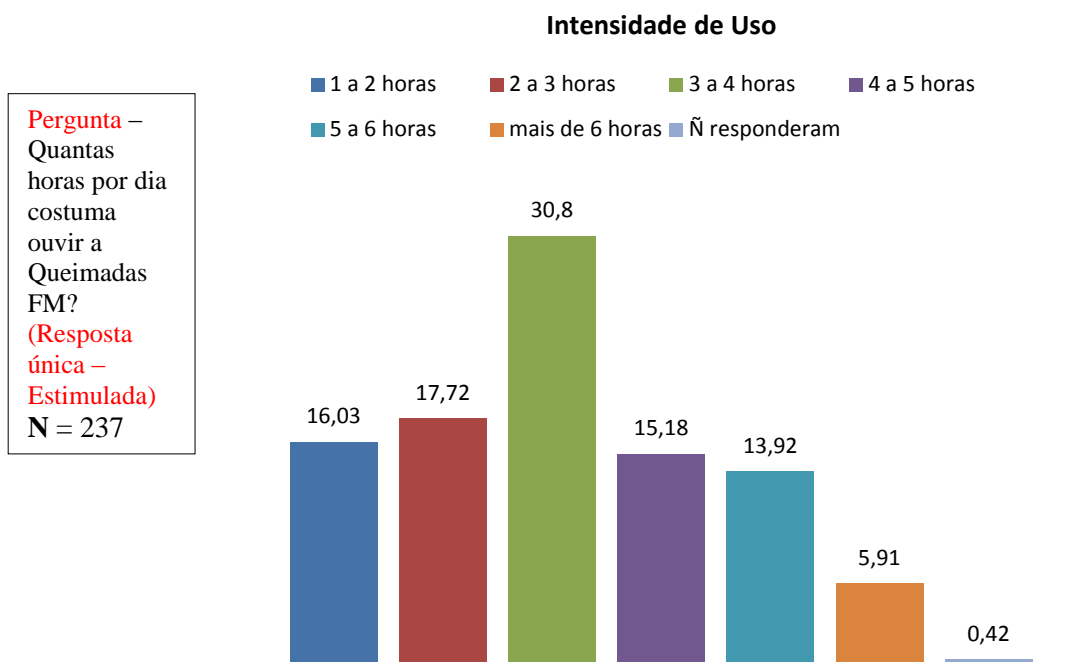


Figura 5: Intensidade de uso dos ouvintes da Rádio Queimadas FM, 87.9 via internet.

O principal motivo pelo qual as pessoas buscam a Queimadas FM pela internet, é, segundo a pesquisa, ouvir música e notícia (44,73%). Ouvir notícia foi o segundo mais apontado (20,67%) seguido por ouvir música (18,14%). A audiência de um programa específico da grade é o motivo para 15,19% dos questionados. Menos de 1% responderam que o fazem para estudar. Nesse sentido, o rádio pode ser classificado – ao lado da televisão e da

internet – como um meio de comunicação de utilidade híbrida, voltado tanto para o lazer quanto para o conhecimento sobre assuntos importantes do dia a dia das pessoas.

Outra questão que gerou ambiguidade intencional em sua interpretação foi “por qual tipo de aparelho você costuma ouvir rádio?”. Como este trabalho procura analisar as evoluções sofridas pelo rádio ao longo de sua história devido às constantes inovações tecnológicas, procurou-se avaliar o quanto o rádio se adaptou e como ele é consumido nas inúmeras plataformas de comunicação oferecidas. Através do questionamento, podem-se observar as várias maneiras que o ouvinte pesquisado se utiliza não só para acompanhar a emissora *on-line*, mas para ouvir a mídia rádio em geral. A pergunta “qual a rádio que você mais ouve?” abria o campo de pesquisa neste ramo do trabalho: não se procurou saber os hábitos do pesquisado de ouvir somente a Queimadas FM pela internet, mas se ele tem o hábito de ouvir rádio, tanto pela internet como também pelo modo de recepção tradicional.

Ao responderem à pergunta, muitos marcaram mais de uma opção, gerando múltiplas respostas, e, por isso, a simples soma das respostas não “fecha” em 100%. Também é interessante notar que, apesar da pesquisa ser voltada exclusivamente para ouvintes da emissora na *internet*, seria natural encontrar 100% na opção “Computador/ notebook/ tablet”, o que não aconteceu. Talvez, devido à interpretação da pergunta estar ligado ao hábito histórico que as pessoas têm de ouvir o rádio através dos meios tradicionais, e a internet, ser, na sua concepção, apenas mais uma opção.

Segundo a pesquisa, o telefone celular é o principal aparelho utilizado para ouvir rádio, escolhido por 58% dos entrevistados.

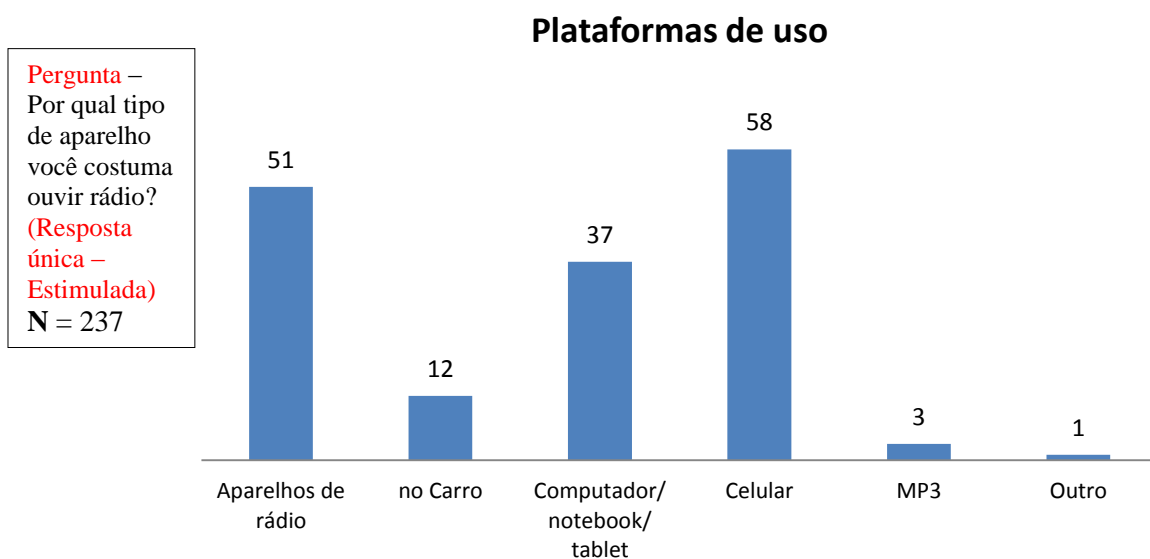


Figura 6: Plataformas usadas pelos ouvintes da Rádio Queimadas FM, 87.9 via internet.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações tecnológicas da informação na sociedade tem provocado mudanças na comunicação, que tem conseguido romper as barreiras temporais e espaciais, em especial com a internet. Os meios de comunicação tiveram modificados sua estrutura, funcionamento, cobertura e recepção, e a difusão do rádio na *web* ampliou o seu alcance e canais. Assim sendo, torna-se necessário compreender e mensurar o real resultado da convergência do rádio para os diversos tipos de dispositivos e plataformas e de que forma os ouvintes estão consumindo esta nova maneira de fazer rádio.

Tomando a rádio Queimadas FM 87,9 como objeto de estudo, pode-se avaliar que sua presença na *web* tem trazido resultados positivos quanto a sua audiência e presença no cotidiano de pessoas que, ausentes de seu local de origem, reencontram seus laços, mesmo fora de suas fronteiras, indo muito além dos limites territoriais. Sua programação através da internet vai além dos limites físicos e a torna audível em qualquer parte do mundo.

Foi observado também, através dos resultados apresentados pela Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, que 63% dos brasileiros têm como principal razão para ouvir rádio se manterem informados, confirmando que o rádio continua a ocupar importante lugar como fonte de informação e entretenimento, independente do tipo de plataforma utilizada. Outro fator apresentado aqui – e agora falando da realidade local da cidade de Queimadas – um ponto também merece destaque. Se levarmos em conta que as notícias propagadas pela transmissão *on-line* são da região de origem da emissora, a pesquisa demonstra que a Queimadas FM encontrou na *web* uma forma de ouvintes ausentes de seu local de origem estreitar seus laços, mesmo fora de suas fronteiras.

A sua capacidade histórica de adaptação e interação tem garantido a longevidade deste mais que centenário meio de comunicação. Nesse caso, o telefone celular, segundo os que ouvem a rádio Queimadas FM pela internet, tem sido seu grande aliado, apontado por mais da metade dos entrevistados (58%) como o aparelho preferido para ouvir rádio, seja pelo meio tradicional de recepção ou pelo sinal de rede, confrontando os resultados da pesquisa nacional que aponta que apenas 4% dos ouvintes na Paraíba o faziam através do celular, um meio não convencional – por exemplo. Tal resultado é ainda mais expressivo se compararmos com a soma dos números apresentados pelos três Estados da região Sudeste presentes em ambas as pesquisas: Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais totalizam 30% de audiência pelo aparelho celular, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015.

O rádio passou, e ainda passa, por modificações tecnológicas e nas próprias programações. Seguindo essa tendência, a Queimadas FM tem se beneficiado com a convergência de tecnologias. Os resultados desta pesquisa apontaram que ela está presente no dia a dia dos seus ouvintes, independente da sua localização, sendo a terceira em sua preferência. Além disso, o rádio é ouvido por 37% dos entrevistados através de seus computadores, número bem maior do que os que o dizem fazer na pesquisa nacional, 1%

A convergência com os sistemas de comunicação e tecnologias da informação, possibilitou ao rádio uma oportunidade de ampliar a cobertura de sua audiência e tem gerado profundas e irreversíveis transformações, tanto em seus conteúdos como na forma de acessar a internet. As possibilidades oferecidas estão obrigando repensar à forma de fazer rádio e o que muitos autores previam: que a internet traria fim a este meio de comunicação. Os resultados encontrados neste trabalho mostram que ela se tornou uma grande parceira do rádio, podendo mantê-lo como um meio de comunicação híbrida, voltado tanto para o lazer quanto para o conhecimento e informação, por ainda um longo período.

REFERÊNCIAS

ABADÍA, José Martínez. **Introducción a la tecnología audiovisual: televisión, vídeo, radio**. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1997.

ANTÓN, Emma Rodero. **Creación de programas de radio**. Madrid: Síntesis, 2011.

Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília : Secom, 2014. Disponível em <<http://goo.gl/pLUh4I>> Acesso em 18 de julho de 2015.

DEL BIANCO, Nélia R. **O Futuro do Rádio no Cenário da Convergência Frente às Incertezas Quanto aos Modelos de transmissão Digital**. Revista de Economia política de La Información Y Comunicación. Madrid: ULepicc, 2010.

FERRARETTO, Luiz Artur. O rádio e as formas do seu uso no início do século XXI: uma abordagem histórica. In: MAGNONI, Antonio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de. (Orgs.). **O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Ed. Senac SP, 2010.

LOPES, Antônio Carlos Ferreira. **Queimadas – seu povo, sua terra**. Ed 4. Paraíba: Cópias e Papéis, 2010.

OLIVEIRA, Manassés. **A regulamentação da emissoras comunitárias. Observatório da imprensa. nº 539. 2009.** Disponível em: < <http://goo.gl/n7GIIg> > Acesso em 15 de Outubro de 2014.

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil.** São Paulo: Da Boa Prosa, 2012.

SERAPIONI, Mauro. **Métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa social em saúde: algumas estratégias para a integração.** Ciênc. saúde coletiva, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, 2000. Disponível em: < <http://goo.gl/rbcAgk> >. Acesso em 03 de setembro de 2015.

SILVA, Amanda Cíntia Medeiros e. DANTAS, Juliana Bulhões Alberto. **A web rádio como extensão das ondas hertzianas da rádio comunitária.** Razón y Palabra, nº 86, 2014. Disponível em < <http://goo.gl/Bc0x4T> > Acesso em 21 de julho de 2015.

SOLANO, Fernando. **Rádio – toda hora, em todo lugar.** Belo Horizonte: Melhoramentos, 2008.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não conta.** ed 2. São Paulo: Harbra, 1999.

TEODISTA, José Cláudio S. LOPES, José Ezequiel B. SILVA, José Williames S. **Popularização da rádio Queimadas FM entre alunos da Educação de Jovens e Adultos de uma escola pública em Queimadas-PB.** Congresso Universitário da UEPB. Campina Grande, 2013.

URIBE, Esmeralda Villegas. **O rádio digital e o rádio em internet: além das transformações tecnológicas.** Unirevista. Vol. 1, n3. Colômbia, 2006. Disponível em < <http://goo.gl/2YqhjZ> > Acesso em 2 de julho de 2015.

WEIGELT, Diego. PARMEGGIANI, Brenda. **Vai continuar por muito tempo – o futuro do rádio na concepção dos jovens.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Amazonas, 2013. Disponível em <<http://goo.gl/r3FKn4>> Acesso em 24 set. 2014.