

# PANORAMA DAS RÁDIOS FM DE MACAPÁ<sup>1</sup>

Anézia Maria Brito LIMA<sup>2</sup>

Beatriz Melo CASTRO<sup>3</sup>

Benedita Monte da COSTA<sup>4</sup>

Maria Paula SILVEIRA<sup>5</sup>

Thiago Felipe Nunes de FREITAS<sup>6</sup>

Dr. Rafael Wagner Santos COSTA<sup>7</sup>

## RESUMO:

Este artigo tem por objetivo compreender as Rádios de Frequência Modulada (FM) em Macapá, Capital do Amapá e ceder um panorama atual. Neste, serão levadas em consideração a relação que os ouvintes ainda tem com a programação local, a ascensão da Internet como ferramenta de Comunicação, a partir de métodos e técnicas da Pesquisa Social, como o método indutivo e a Coleta de Dados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rádios FM; Jornalismo; Internet; Público e Mídias.

**ABSTRACT:** This article aims to understand the Modulated Frequency Radios (FM) in Macapá, Capital of Amapá and give a current panorama. In this, we will take into account the relationship that the listeners still has with local programming, the rise of the Internet as a communication tool, using methods and techniques of Social Research, such as the inductive method and Data Collection.

**Keywords:** Radio FM, Journalism, Internet, Public and Medias.

## 1. APRESENTAÇÃO

A partir do questionário criado por nossa equipe foi possível identificar algumas especificidades dos ouvintes do rádio macapaense. Os dados obtidos representam o que a comunidade local pensa, conclui e entende sobre o que consome.

É importante ressaltar que a opinião do ouvinte atua aliada à seu conhecimento empírico sobre conteúdos jornalísticos. Diante do conhecimento obtido por observações, vivências e parte da dedução, esta, que principalmente, faz o conhecimento empírico estar mais sujeito ao erro. Portanto, é necessário guiar os

---

<sup>1</sup>Trabalho avaliativo parcial, realizado na disciplina de Metodologia da Pesquisa Social, por acadêmicos do quinto semestre de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá, sob a orientação do Prof. Dr. Rafael Wagner.

<sup>2</sup> Discente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá. E-mail: [anezialima55@gmail.com](mailto:anezialima55@gmail.com)

<sup>3</sup> Discente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá. E-mail: [abe.atrizmcastro@gmail.com](mailto:abe.atrizmcastro@gmail.com)

<sup>4</sup> Discente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá. E-mail: [beneditamontec@gmail.com](mailto:beneditamontec@gmail.com)

<sup>5</sup> Discente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá. E-mail: [mpsilveira29@gmail.com](mailto:mpsilveira29@gmail.com)

<sup>6</sup> Discente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá. E-mail: [thiagofelipeeng96@gmail.com](mailto:thiagofelipeeng96@gmail.com)

<sup>7</sup> Docente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá. E-mail: [rwcosta@ig.com.br](mailto:rwcosta@ig.com.br)

resultados obtidos por meio do conhecimento científico, que possui o objetivo de estudar as causas e comprová-las.

A rádio local não possui variedade de temas, além de músicas que ocupam grande parte da programação radiofônica. Na capital amapaense, é comum ligar o rádio e ouvir apenas conteúdos de policiais, o famoso “espreme que sai sangue”.

Das 60 perguntas, 57 foram de múltipla escolha e apenas 3 precisaram da participação escrita dos ouvintes. Ou seja, por meio do formulário também foi possível realizar um breve questionário. O formulário realizado por nossa equipe é eletrônico, logo não possui a relação face a face entre duas pessoas como seria num formulário convencional, contudo atua da mesma forma. A partir de uma série de perguntas, as respostas são analisadas para obtenção de dados. O questionário atua de forma diferente, pois necessita que as respostas sejam escritas.

O caminho foi simples e lógico. No primeiro momento houve estudo sobre o assunto abordado, posteriormente a elaboração do método de pesquisa e por fim a coleta dos dados obtidos a partir do questionário e do formulário.

Instrumentos de pesquisa são os meios através dos quais se aplicam as técnicas selecionadas. Se uma pesquisa vai fundamentar a coleta de dados nas entrevistas, torna-se necessário pesquisar o assunto, para depois elaborar o roteiro ou formulário. Evidentemente, os instrumentos de uma pesquisa são exclusivos dela, pois atendem às necessidades daquele caso particular. A cada pesquisa que se pretende realizar procede-se à construção dos instrumentos adequados (ANDRADE, 2009, P. 132/133).

A metodologia da pesquisa social aliada à seus instrumentos possui papel imprescindível para que a análise possua resultados satisfatórios. Tendo em vista que as técnicas utilizadas possuem sua importância, contudo a necessidade de entender sobre o assunto tratado e a forma de abordar as indagações são partes importantes da pesquisa, muito mais que seus instrumentos.

O tema escolhido é de total importância para o conhecimento da comunicação local, visto que a cidade de Macapá é carente de pesquisas e publicações no campo jornalístico. O panorama das rádios locais não é nada mais que os conteúdos apresentados pelas rádios mais importantes da cidade, é uma visão geral dos conteúdos abordados pelas emissoras e consumidos pelos ouvintes.

Em centros urbanos o rádio é apenas um mero acompanhante do cotidiano acelerado de quem nele reside, alcançado pessoas de diferentes classes sociais, idades

e gêneros. Principalmente por não necessitar de atenção especial, normalmente o rádio segue acompanhado de outra atividade realizada pelo ouvinte.

O Rádio é um veículo de comunicação ligado a quase todas as pessoas, por ter uma penetração muito grande, por ser de fácil aquisição e também por não tomar as pessoas por inteiro. Você pode dirigir ouvindo rádio, trabalhar, ler, dormir, acordar, sem que lhe tome por inteiro. É diferente do que você pegar um jornal, um livro, ou ainda assistir televisão onde a pessoa tem de parar por completo (CÉSAR, 1992, p.15)

O rádio chega de forma fácil à quem quiser, no Brasil é comum ver rádios em cidades interioranas como principal veículo de comunicação. É perceptível a necessidade do rádio em encontrar o ouvinte e não o inverso. Diante disso, é importante entender como está presente esse contexto na cidade de Macapá, que é o principal centro urbano do estado do Amapá.

Cerca de 61,7% dos entrevistados afirmaram que ouvem rádio às vezes e 45% afirmaram que ouvem no carro, o ouvinte que normalmente ouve no automóvel, em geral, é o que escuta às vezes. Além disso, 54,2% falaram que consomem conteúdo radialístico pela manhã e só 23,7% consomem pelo período da tarde. Normalmente é pela manhã que o macapaense sai para trabalhar, muitos órgãos públicos funcionam apenas nesse período, o que explica tal fato.

Durante nossa pesquisa, os ouvintes declararam que acham que o locutor deveria expressar sua opinião algumas vezes durante a programação (55%). Fator que assusta, diante da ética jornalística que exige imparcialidade por parte do jornalista. Essa afirmação deixa clara a necessidade que a população possui de ter um porta-voz.

## **2. METODOLOGIA**

Para a aplicação do questionário, foram elaboradas 13 perguntas, entre múltipla escolha e questões discursivas. Três alternativas se tratavam sobre o perfil dos entrevistados e as outras dez em relação às rádios F.M na cidade de Macapá.

Para Fonseca (2002, p. 32) “a pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites”. A partir da observação do objeto e leituras de autores e teorias relacionadas ao rádio, como

Ortriwano (1948) e Prata (2018), foram elaboradas as perguntas para aplicação em campo sobre o perfil e preferência das rádios F.M na cidade de Macapá.

A coleta de dados foi feito por meio de formulário online<sup>8</sup> usando o método Indutivo que segundo Gil (2008, p.10) “nesse método, parte-se da observação de fatos ou fenômenos cujas causas se deseja conhecer. A seguir, procura-se compará-los com a finalidade de descobrir as relações existentes entre eles. Por fim, procede-se à generalização, com base, na relação verificada entre os fatos ou fenômenos”.

Do meio técnico da pesquisa, a partir da análise individual das respostas, por meio de estatística e tabulação, os pesquisadores cruzaram as informações, entre os entrevistados e utilizaram o método comparativo para se chegar ao resultado generalizado, que Gil (2008, p.16) “O método comparativo procede pela investigação de indivíduos, classes, fenômenos ou fatos, com vistas a ressaltar as diferenças e similaridades entre eles”.

Para se chegar ao resultado ainda dentro do método indutivo de Gil (2008, p.10) “coloca a generalização como um produto posterior do trabalho de coleta de dados particulares. De acordo com o raciocínio indutivo, a generalização não deve ser buscada aprioristicamente, mas constatada a partir da observação de casos concretos suficientemente confirmadores dessa realidade”.

## **2. PERFIL DOS OUVINTES**

Dos entrevistados a partir do questionário, 58,3% são do sexo feminino e 41,7% são do sexo masculino. Sobre a ocupação/profissão dos entrevistados, 53,3% são estudantes, 13,3% são professores e 33,4% exercem outras funções, sendo alguma delas jornalistas, advogados e autônomos. Quanto à faixa etária, 58% tinham entre 17 e 23 anos, onde estão a maioria dos estudantes entrevistados, 13,3% tinham entre 24 e 29 anos e 28,4% tinham 30 anos ou mais.

---

<sup>8</sup> Apêndice I

## Sexo

60 respostas

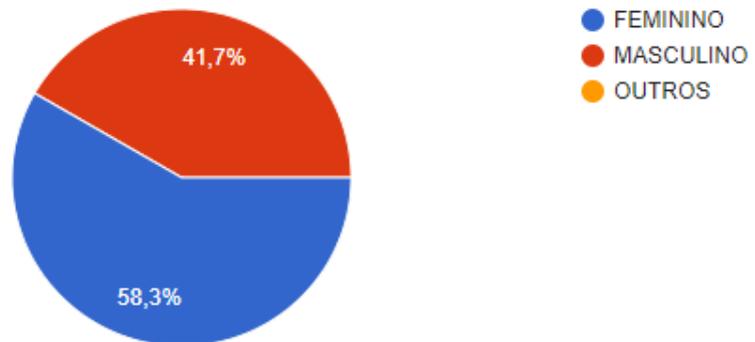


Figura 1: Gráfico sobre o sexo dos entrevistados

## OCUPAÇÃO DOS ENTREVISTADOS:

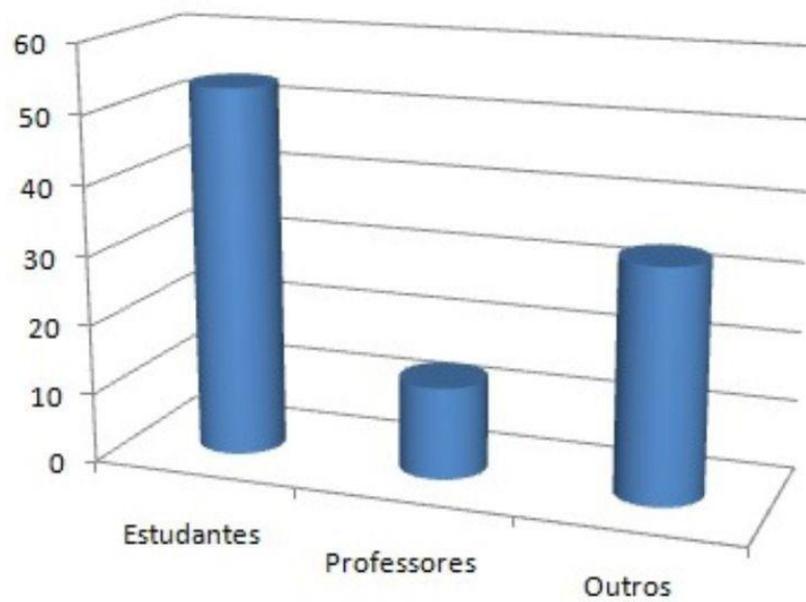


Figura 2: gráfico sobre a ocupação dos entrevistados.

### IDADE:

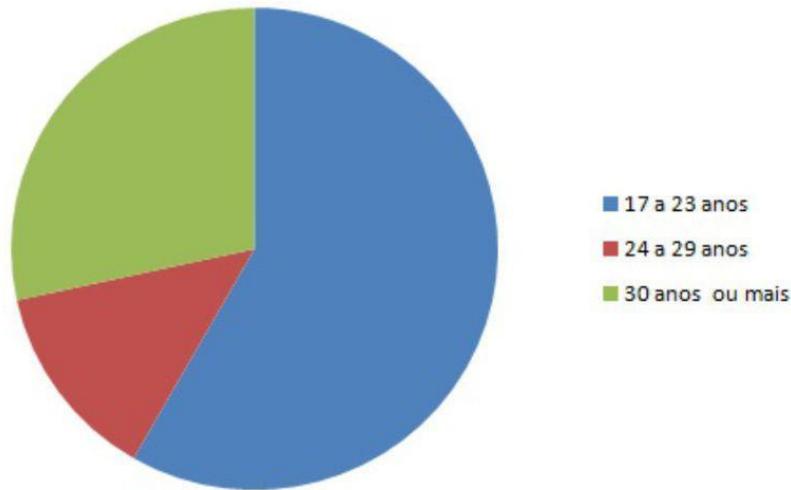
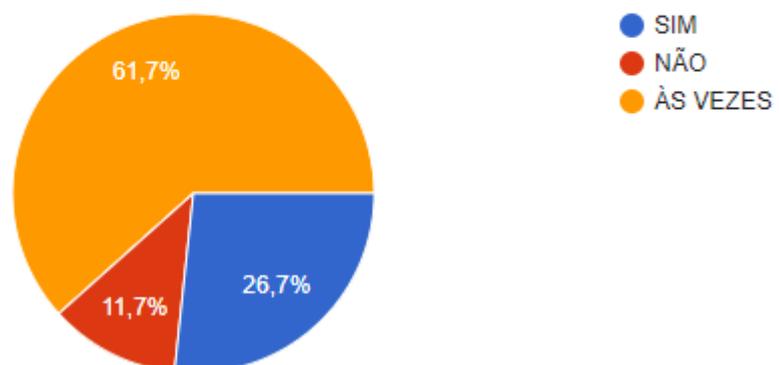


Figura 3: Gráfico sobre a faixa etária dos entrevistados.

Em relação ao hábito de escutar a programação das Rádios locais, apenas 26,7% afirmaram que sim e 11,7% alegam que não, enquanto a maioria só ouve às vezes, estes são 61,7% dos entrevistados. Nesta pesquisa levamos em consideração também o horário em que os programas de rádio chegam aos ouvintes, onde 54,2% acessam as programações pela manhã, 23,7% pela tarde, 18,6% de noite e apenas 3,4% de madrugada. Sobre o lugar onde os entrevistados costumam consumir a programação radiofônica, estes são: 45% dos contribuintes ouvem rádio no carro, 33,3% escutam em suas casas, 15% no transporte público e apenas 5% têm o hábito de ouvir enquanto estão no trabalho, o restante, 1,7%, não escutam em lugar nenhum.

### 1] Você tem o hábito de ouvir programas de Rádio?

Figura 4: Hábito de ouvir rádio dos entrevistados



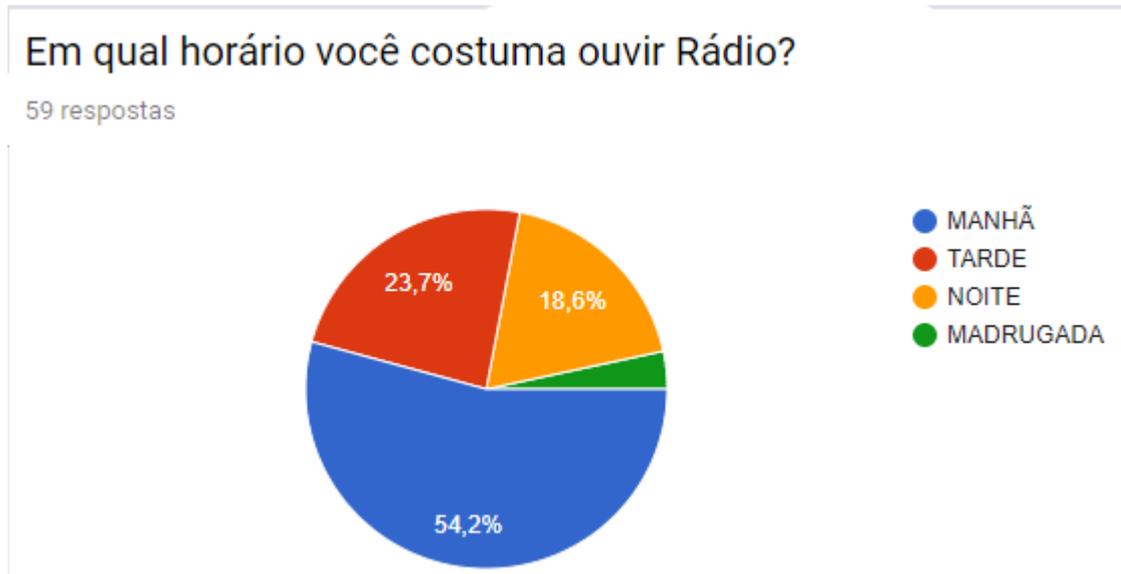


Figura 5: Horário que os entrevistados costumam ouvir a programação radiofônica

As entrevistas feitas através do questionário em questão demonstram que boa parte da população local não vai até o rádio, mas sim o rádio vai até os ouvintes. Ao passo de que a maioria dos entrevistados ouvem programações radiofônicas “às vezes” (61,7%), deixando o hábito de lado e acompanhando passivamente. Outro fator que sustenta esta análise é o local em que os entrevistados costumam ouvir rádio. À frente da pesquisa está o carro (45%) como campeão nos lugares em que mais se ouve Rádio, não à toa, o recurso de comunicação do rádio possibilita que o receptor faça outras atividades enquanto ouve a programação. Segundo Kennedy (2013):

Para ouvir rádio não é preciso saber ler ou escrever, não é necessário ter muito dinheiro para comprar um aparelho, tampouco precisa-se ficar parado em frente a ele para escutar. No trânsito, na cozinha, na roça, no escritório ou no estádio de futebol, por exemplo, você pode estar com seu rádio ligado (KENNEDY, p. 49, 2013).

Em 2013, Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) revelou que 23,9 milhões de automóveis no Brasil possuem receptores de radiofrequência, devido a isso o rádio, por sua praticidade, acaba tornando-se o parceiro de trânsito de muitos condutores, já que, segundo o Art. 3º da Resolução

242 do Conselho Nacional de Trânsito (Contran)<sup>9</sup> diz que “Fica proibida a instalação, em veículo automotor, de equipamento capaz de gerar imagens para fins de entretenimento”.

### Onde você costuma ouvir os programas de Rádio?

60 respostas

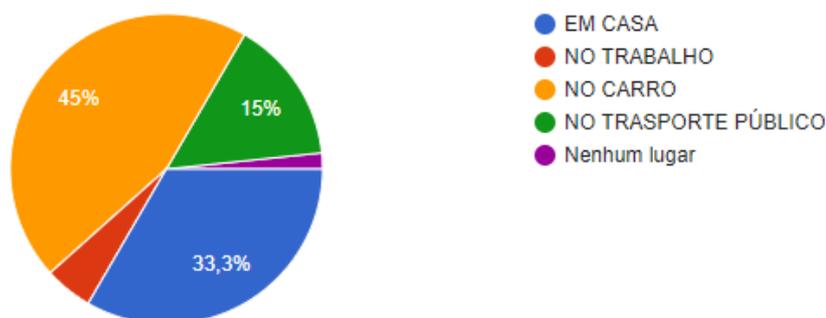


Figura 6: onde os entrevistados costumam ouvir rádio.

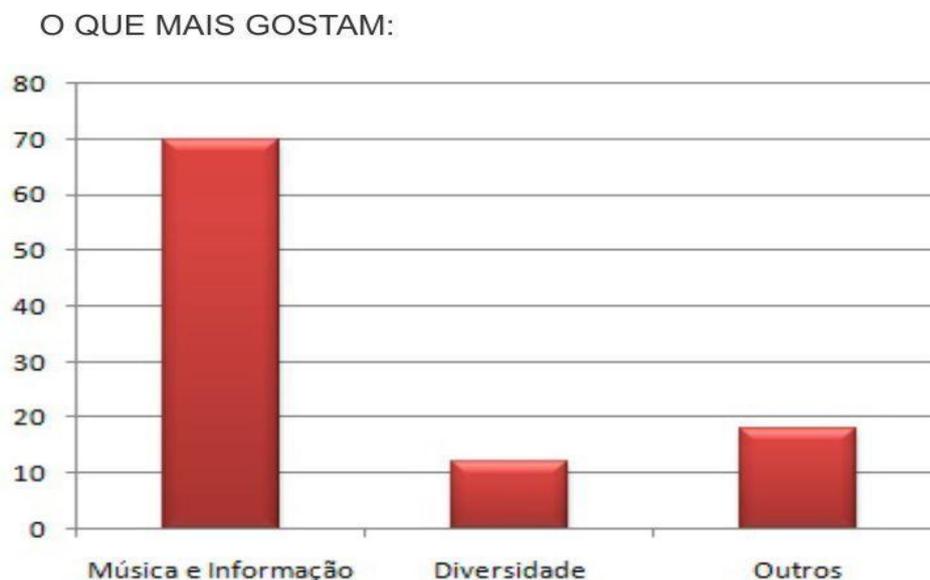
Além disso, dentro desta pesquisa identificamos que 32,18% dos entrevistados acessam a programação pela manhã no carro, em sua maioria, estudantes. Sendo assim, o costume de ouvir rádio FM em Macapá está pautado na funcionalidade, pois o ouvinte pode manter-se informado a caminho de suas atividades matinais, assim, começará o dia a par dos fatos mais importantes do dia anterior.

### 3.1 O QUE MAIS ATRAI OS OUVINTES NAS RÁDIOS

A informação sempre foi essencial para qualquer tipo de convivência, e com o surgimento de meios para difundi-las, as pessoas começaram a se informar sobre diversos assuntos próximos da sua localidade, assim como sobre outros estados e países. Primeiro veio o jornal impresso, depois o rádio, a tevê e atualmente surgem novas formas de comunicação com a convergência midiática. Mesmo com a chegada desses novos aparatos midiáticos o rádio não perdeu o seu lugar, na verdade, está em evolução com o advento da internet.

<sup>9</sup> Resolução Nº 242 , De 22 De Junho De 2007. Disponível em: <[https://www.denatran.gov.br/download/Resolucoes/RESOLUCAO\\_CONTRAN\\_242.pdf](https://www.denatran.gov.br/download/Resolucoes/RESOLUCAO_CONTRAN_242.pdf)>. Acesso em: 21 de maio de 2019

Melhorou a qualidade, aumentou o alcance, e atualmente o rádio está na Web. Por meio do questionário, foi feito um levantamento sobre os assuntos que mais atraem os ouvintes, e como resposta, com 70%, música e informação são os assuntos preferidos, conteúdos diversos atingiram 12% e a categoria 'outros' teve 18% dos votos.



Fi

Figura 7: Assuntos que mais atraem os ouvintes no rádio.

Já é um costume, ouvir uma trilha musical enquanto executa os afazeres ou ao dirigir. De acordo com Saraiva (2013) “a música é uma das mais antigas e valiosas formas de expressão da humanidade e está sempre presente na vida das pessoas” (GONÇALVES, 2012, p.3 apud SARAIVA, 2013, p. 11). Junto à música, a informação, também atrai grande interesse dos ouvintes. E no rádio, como não tem imagem, as informações são atualizadas com mais rapidez, o que faz o ouvinte buscar sintonia neste meio. Outra razão para a escolha do rádio, segundo Ferraretto (2014) é que nele, as informações são repassadas com clareza, concisão e precisão, além do vocabulário, que é simplificado, aumentando a compreensão por parte do ouvinte, como dito anteriormente.

Lembrando que também há pessoas que buscam a veiculação dos assuntos pela diversidade, e outros preferem o rádio pelas entrevistas, dinamicidade e interação.

### 3.2 A PREFERÊNCIA ENTRE AS RÁDIOS FM EM MACAPÁ

Em Macapá, os ouvintes têm uma grande variedade de emissoras radiofônicas, que são elas: Rádio Diário 90.9 FM, Rádio CBN Macapá 93.3 FM, Rádio Mix 94.5 FM, Rádio Universitária 96.9 FM, Rádio Aleluia 99.1 FM, Rádio Forte 99.9 FM, Rádio São José 100.5 FM, Rádio 101.9 FM, Rádio 102 FM 102.9, Rádio RBN 104.9 FM, Rádio 107.9 FM. No questionário, 68,5% dos entrevistados afirmaram ter uma rádio preferida, ouve o áudio, em primeiro lugar, com 25%, ficou a Rádio Universitária 96.9 FM, a rádio educativa que veicula ao vivo programas relacionados a assuntos acadêmicos e de interesses gerais.

#### DENTRE AS PREFERIDAS ESTÃO:

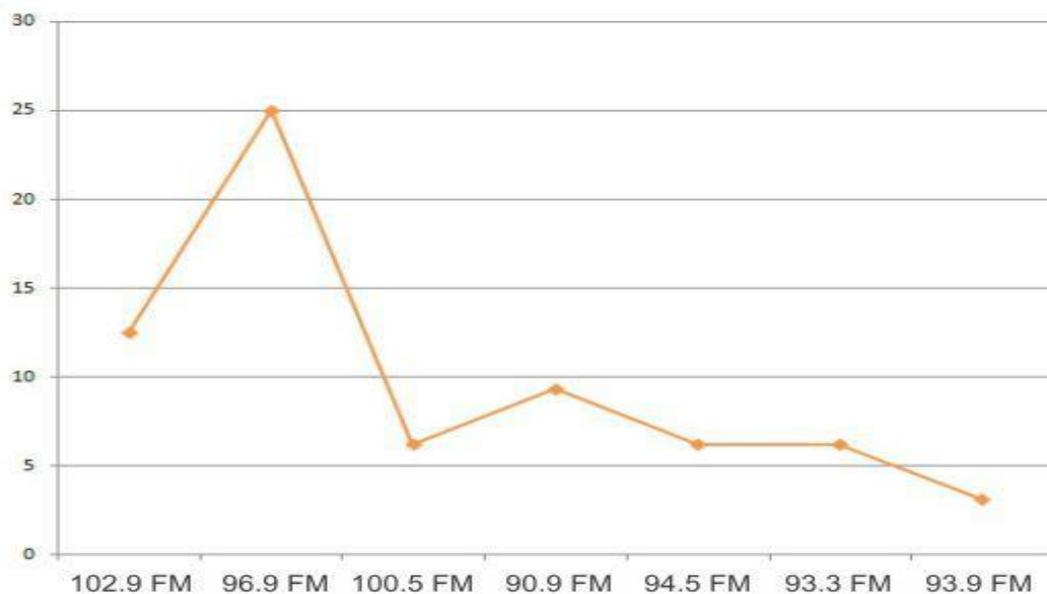


Figura 8:  
Gráfico dos veículos

ulos de rádios preferidos, em Macapá.

Em segundo lugar, com 12,5% ficou a Rádio 102 FM 102.9, que tem em sua programação música e informação. O terceiro lugar é ocupado pela Rádio Diário 90.9 FM, que também tem em grande parte da programação a veiculação de notícias e músicas, chegando a 9,3% dos votos.

Nesse questionário, 68,5% dos entrevistados afirmaram ter uma rádio preferida, seja ela pelos conteúdos repassados, radialista que tem maior preferência, ou até mesmo pelo horário do programa preferido. Os outros 31,5% não esboçaram nenhum veículo de rádio preferido, talvez pela jovialidade dos entrevistados, a busca por outros meios de comunicação seja o motivo por tal desinteresse.

A Rádio Universitária 96.6 FM foi a mais votada, sendo a preferida dentre os participantes do questionário. Como ela tem em sua programação uma diversidade de assuntos, não tratando apenas assuntos acadêmicos, o público sente-se mais atraído. Assim, como o público tem a liberdade de escolher quais assuntos ouvir, em qual veículo ouvir, procurando as diversas formas de gratificações não relacionadas aos meios de comunicação. Podendo escolher os conteúdos, o receptor é um tipo de agente ativo e busca nos meios de comunicação os conteúdos que melhor atendam às suas necessidades e desejos, abandonando a pacificidade.

Essa ideia de dominação ou persuasão exercida pela mídia contra o público receptor não é mais presente como antes, agora, ao invés de uma especulação sobre as capacidades dominadoras, adotou-se um modelo empírico-experimental (Wolf, 1995, p.30). Ou seja, o receptor já não é mais visto como um ser atomizado e sem expressão, a sua individualidade é atendida, sendo necessária diversas formas de atração para atingi-lo.

### **3.3 A CREDIBILIDADE DAS RÁDIOS FM NO AMAPÁ**

O jornalista é visto em muitos rádios como a voz amiga, porém o profissional exerce papel social muito mais amplo. A sua função é transmitir informações seguras e devidamente apuradas que se tornam notícias sobre fatos que são de interesse público. A notícia, isto é, a narração de um fato, possui características exclusivas de cada meio de informação, a forma que ela é apresentada no rádio se difere da forma que é mostrada na tevê.

Segundo Ortriwano (1948, p. 90):

Notícia: "Relato de fatos ou acontecimentos atuais, de interesse e importância para a comunidade e capaz de ser compreendido pelo público", com a ressalva de que, segundo Fraser Bond, "a notícia não é um acontecimento, ainda que assombroso, mas a narração desse acontecimento" e, por extensão, notícia é "o conteúdo do relato jornalístico. O assunto focalizado pelos informativos, para atingir o público em geral".

Na pesquisa desenvolvida para a elaboração deste artigo foi questionada a figura do apresentador radiofônico diante da transmissão das informações, em resposta à pergunta -“Para você, os apresentadores de rádio devem expressar sua opinião a respeito dos assuntos abordados no programa? ” – 33 Pessoas responderam que “às vezes”, totalizando 55% de opiniões sobre o jornalista interferir

na transmissão das notícias, 19 pessoas – 31,7% – afirmaram que sim, ou seja, eles aceitam o juízo de valor que apresentadores podem fazer quanto às notícias e somente 8 pessoas – 13,3% – condenaram a expressão do posicionamento do apresentador.

Para você, os apresentadores de rádio devem expressar sua opinião a respeito dos assuntos abordados no programa?

60 respostas

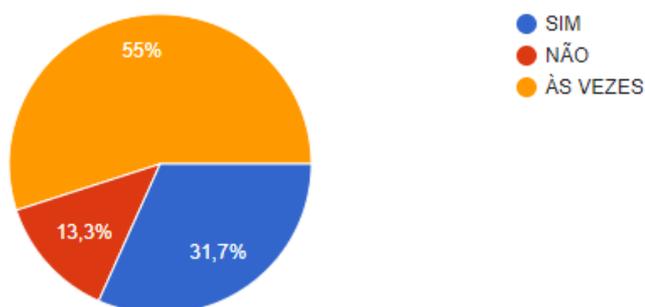


Figura 9- gráfico sobre a “imparcialidade” dos apresentadores

De acordo com as respostas percebe-se que o ouvinte dá o aval ao apresentador para que ele demonstre seu posicionamento, essa aceitação pode ser ligada a vivência dos ouvintes em uma cidade em que os jornais – principalmente de tevê – são em sua maioria policiais e oferecem conteúdos muitas vezes sensacionalistas, onde os apresentadores fazem juízo de valor e mostram seu lado político.

Com essa realidade de informações dadas juntas a opinião do apresentador, a notícia pode chegar fragmentada ao ouvinte, pois ele poderá estar consumindo uma notícia comentada cheia de pré-conceitos e sua formação de opinião pode ser formada a partir do posicionamento de outra pessoa.

Mostrar explicitamente o posicionamento ao transmitir os fatos é condenável por muitos autores jornalísticos. A forma mais recomendada é fazer a transmissão da forma mais objetiva possível, buscando noticiar o fato sem fazer juízo de valor ou dar opiniões explicitamente, pois o jornalismo é uma função social e o público é plural com a linguagem universal.

O autor Rossi (1980) explica como a corrente da imparcialidade deveria atuar na transmissão dos fatos, que o autor nomeia de “batalha entre mentes e corações”, “a imprensa, de acordo com o mito da objetividade, deveria colocar-se numa posição

neutra e publicar tudo o que ocorresse, deixando ao leitor a tarefa de tirar suas próprias conclusões” (ROSSI, 1980, n.p).

A imparcialidade foi considerada a forma mais correta por muitos autores, porém essa realidade mudou e novas correntes surgiram mostrando a impossibilidade do jornalista agir dessa forma, pois cada pessoa deveria carregar uma série de filtros que interferiam em toda conduta humana.

Ainda de acordo com Clóvis Rossi:

Entre o fato e a versão que dele pública qualquer veículo de comunicação de massa há a mediação de um jornalista (não raro, de vários jornalistas), que carrega consigo toda uma formação cultural, todo um background pessoal, eventualmente opiniões muito firmes a respeito do próprio fato que está testemunhando, o que leva a ver o fato de maneira distinta de outro companheiro com formação, background e opiniões diversas (ROSSI, 1980, n.p).

Como qualquer outra pessoa o jornalista possui uma história de vida carregada de filtros e opiniões formadas a partir da sua vivência em contato com outras pessoas, seus pressupostos se formam a partir da sua relação com diversos núcleos sociais.

O filósofo Hans Georg Gadamer, em seu livro *Verdade e Método* (1999), criou o termo historicidade para explicar filosoficamente a relação do ser com a história. Gadamer afirma que o homem pertence à história e, portanto, sua conduta é fruto das vivências e interação em sociedade. A formação social e cultural faz o ser pensar e agir da forma que age, os pressupostos são relacionados aos aprendizados tidos em núcleos sociais, como a família, escola e igreja.

De acordo com o conceito filosófico a conduta baseada na interação faz com que a pessoa passe a agir de acordo com os pensamentos das pessoas ao seu redor, ou seja, os pressupostos são passados de uns para os outros. A luz do autor, pode-se considerar a resposta predominante no questionário é o retrato da realidade radiofônica, onde as informações são passadas, também, com base nos pressupostos do autor.

### **3.4 (DES) CONFIANÇA NAS RÁDIOS LOCAIS**

Essa participação do locutor oferece diversas sensações no ouvinte e entre elas está a desconfiança, pois, como dito acima, o ouvinte está recebendo a informação e como bônus – a opinião do apresentador.

A teoria do Gatekeeper, segundo Traquina (2012), expressa que o jornalista enfrenta um processo de decisão baseado em uma série de escolhas ao escrever uma matéria, são diversas portas a serem abertas e elas são escolhidas de acordo com os filtros que o profissional faz sobre o que é mais importante para a sociedade.

O processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo das notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem que decidir se vai escolher essa notícia ou não (TRAQUINA, 2012, p. 152).

Esse processo de decisão e as consequências dele – a desconfiança – são vistos no questionário. Em resposta à pergunta – “Você considera as informações transmitidas no Rádio confiáveis?” – 50 Pessoas – 53,3% - responderam “parcialmente”, ou seja, há a necessidade de confrontar as informações recebidas e 10 pessoas – 16,7% - afirmaram “totalmente”, que as informações são seguras, nenhum entrevistado considerou as informações não confiáveis.

### Você considera as informações transmitidas no Rádio confiáveis?

60 respostas

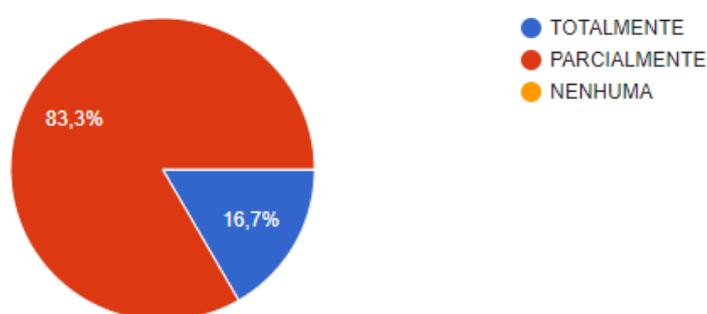


Figura 10- sobre a confiança nas informações do rádio

Há diversos estudos comprovando que o rádio no Amapá é um forte aliado da política, analisando a sua realidade é possível chegar a essa conclusão pois muitas concessões estão em mãos de grandes famílias ligadas a política e em meio a esse cenário questionar a veracidade das informações no rádio faz parte da conduta do receptor.

Pires e Wanderley (2018, p. 84) apontam que as rádios no Amapá caminham junto à política desde a sua instalação. De acordo com os autores o Estado possui diversos veículos ligados a uma só família – a família Borges – que possui 17 rádios distribuídas pelo Amapá.

Essa ligação do rádio com a política desperta no ouvinte o interesse de apurar com mais cuidado as informações, para que não recebam unicamente a opinião política de um grupo e desse sentimento de desconfiança nas notícias recebidas nasce o instinto de checagem, onde o receptor passa a conferir e levantar as fontes e não acreditar unicamente na transmissão do locutor.

### 3.5 O RÁDIO E A INTERNET

A pesquisa sobre a rádios FM no Amapá revelou que as redes sociais são os veículos de informação mais procurados pelos consumidores. Em resposta à pergunta – “Por qual meio de comunicação você costuma se informar?” – 55 pessoas – 88,3% – afirmaram se informar mais pelas redes sociais, em segundo lugar veio o veículo televisivo, com 10 respostas – 10% – e o rádio ocupando o último lugar, com 1 resposta – 1,7%.

Por qual meio de comunicação você costuma se informar?

60 respostas

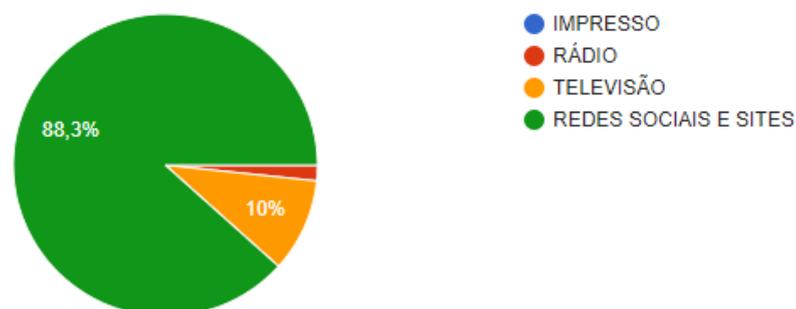


Figura 11- sobre os meios de informação mais procurados

As respostas mostraram a realidade da comunicação atual, onde a internet predomina como o canal informativo mais procurado, talvez devido a sua praticidade e dinamismo. Além disso o rádio possui a característica de instantaneidade e temporalidade, o conteúdo passado hoje não estará disponível amanhã, ao contrário da internet por exemplo.

Atualmente há a presença de diversos canais de informação, criando a convergência midiática. Para que essa convergência exista é necessária a existência de diversos canais consumidos pelos receptores, que se tornaram sujeitos ativos no processo de comunicação.

Segundo Jenkins (2009, p. 29):

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

A cultura da convergência permite isso, é um ambiente que se há público para determinado canal, ele existirá. A escolha das mídias é feita a partir de necessidades do consumidor. O criador desse conceito, Henry Jenkins (2009) afirma que no mundo da convergência das mídias que o consumidor é contemplado por diversos suportes de mídia e que o consumidor é, assim como os emissores, protagonista dessa convergência.

#### **4.0- CONSIDERAÇÕES FINAIS**

De acordo com as pesquisas bibliográficas realizadas e a metodologia aplicada, as leituras para a construção deste artigo e aplicação do questionário denominado “Panorama das Rádios FM de Macapá” permitiram que este estudo chegasse a algumas conclusões, após debates e discussões sobre o tema.

As Rádios de Frequência Modulada (FM) fazem parte do repertório dos ouvintes locais. A utilização das programações radiofônicas ainda fazem parte sim, do cotidiano dos amapaenses. Entretanto, de forma passiva, já que a maioria dos entrevistados declarou que têm o hábito que escutar o rádio “às vezes”, geralmente dentro do carro, aliando o rádio a outras atividades.

O questionário apontou que a maioria dos entrevistados (68,5%) possuem preferência por uma rádio em específico, sendo a Rádio Universitária, 96.9 FM, a primeira colocada por sua programação diversa e que conversa com vários públicos. E os outros (31,5%) dos entrevistados não possuem preferência. Sobre a credibilidade das Rádios FM de Macapá, a maioria dos entrevistados não costuma se informar primordialmente pelos programas de rádio e sim por sites e redes sociais (88,3%). Estes também acreditam que as informações repassadas para a sociedade através do

rádio são parcialmente confiáveis, o que demonstra fragilidade na programação local.

O Rádio vem passando por mudanças, desde a ascensão da Internet. Para que o público permaneça fiel ao rádio e continue usufruindo deste recurso, a Convergência (Jenkins, 2009) deve ser levada em consideração pelas emissoras das Rádios FM de Macapá. Caso contrário, o Rádio pode perder mais ouvintes com o passar do anos e este (rádio) tornara-se obsoleto para a sociedade.

## **REFERÊNCIAS**

- CÉSAR, Cyro. **Rádio: Inspiração, Transpiração e Emoção**. São Paulo. Ibrasa. 1996.
- FERRARETTO. Luiz Arthur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- GADAMER, Hans Georg. **Verdade e Método**. Petrópolis: Editora Vozes. 1999.
- GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Plageder, 2009.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.
- GIRALDI PIRES, P. V; AZEVEDO WANDERLEY, P.T. O rádio na Amazônia amapaense: a migração para FM. In: PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. (org). **Migração do rádio AM para o FM: avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica**. 1. ed. Florianópolis: Insular, 2018, p. 83-92.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2006.
- KENNEDY, Roseann; PAULA, Amadeu Nogueira de. **Jornalismo e publicidade no rádio: como fazer**. 1 ed. São Paulo: Editora Contexto, 2013.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus Editorial, 1948.
- PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. **Migração das rádios AM para o FM: avaliação de impacto e desafios entre à convergência tecnológica**. 1 ed. Florianópolis: Insular, 2018.
- ROSSI, Clóvis. **O que é Jornalismo**. 1 ed. São Paulo: Brasiliense, 1980.

SARAIVA, Rosângela Martins. **Música na Educação Infantil**. Brasília-DF. Tese apresentada à Faculdade de Educação – FE, Universidade de Brasília – UNB/Universidade Aberta do Brasil – UAB, 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2012.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 4. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1995. 247p.

## Apêndice



**Universidade Federal  
do Amapá**

**QUESTIONÁRIO  
PANORAMA DAS RÁDIOS FM DE MACAPÁ  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ - UNIFAP  
COORDENADOR: DR. RAFAEL WAGNER.**

Profissão: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Sexo: ( ) Feminino ( ) Masculino ( ) Outros

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

**1) Você tem o hábito de ouvir programas de Rádio?**

- ( ) Sim
- ( ) Não
- ( ) Às vezes

**2) Onde você costuma ouvir os programas de Rádio?**

- ( ) Em casa
- ( ) No carro

- No trabalho
- Transporte Público

**3) O que mais lhe atrai no Rádio?**

---

---

---

---

---

**4) Em qual horário você costuma ouvir Rádio?**

- Manhã
- Tarde
- Noite
- Madrugada

**5) Você tem preferência por alguma rádio local? Por quê?**

---

---

---

---

---

**6) Na sua opinião, quais são os temas mais abordados nas Rádios Macapaenses?**

- Polícia
- Esporte
- Cultura
- Política

**7) Na sua opinião, os apresentadores de rádio devem expressar sua opinião a respeito dos assuntos abordados no programa?**

- Sim
- Não
- Às vezes

**8) Por qual meio de comunicação você costuma se informar?**

- Impresso
- Rádio
- Televisão
- Redes Sociais e Sites

**9) O Rádio tem alguma importância na sua vida?**

---

---

---

---

---

**10) Você considera as informações transmitidas no rádio confiáveis?**

- Totalmente
- Parcialmente
- Nenhuma

