



## Ser jovem aos 70: o desafio de uma rádio tradicional mineira na migração do rádio AM para o FM

**Kátia Fraga<sup>1</sup>**

Universidade Federal de Viçosa (UFV)

**Resumo:** “Ser jovem aos 70”. Esse é o desafio do radiojornalismo e da programação da Rádio Montanhesa, pioneira na cidade universitária de Viçosa, em Minas Gerais, diante do processo de migração do rádio AM para o FM, conforme sinaliza o diretor administrativo, Bruno Torres. A Montanhesa fez parte de uma recente pesquisa (LOPEZ; PRATA; DEL BIANCO; ZUCULOTO; FARIAS, 2018) sobre o reposicionamento de emissoras AM nessa transição. O objetivo deste estudo, agora, é ampliar a discussão, detalhando as adaptações dessa emissora tradicional, que completou 7 décadas de existência em 2019, neste novo cenário. Acompanhando a tendência de ‘rádio expandido’ (KISCHINHEVSKY, 2016), a direção da mídia radiofônica adotou a estratégia de ampliar seu conteúdo jornalístico para um portal de internet e nas redes sociais, visando uma maior interação com a audiência.

**Palavras-chave:** rádio; radiojornalismo; programação radiofônica; migração do AM para o FM; rádio expandido.

---

<sup>1</sup> Doutora em Extensão Rural pela Universidade Federal de Viçosa (UFV); mestre em Comunicação, imagem e informação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Professora do Curso de Comunicação Social-Jornalismo da UFV e membro do DIZ - Grupo de Pesquisa em Discursos e Estéticas da Diferença (UFV). E-mail: [katiafragaufv@gmail.com](mailto:katiafragaufv@gmail.com)

## 1. O processo de migração da ‘rádio amiga da cidade’

Aos 70 anos de existência, a Rádio Montanhese está em nova fase com a migração da tradicional frequência 1500 AM para o 106,5 FM. Pioneira na cidade de Viçosa, a RM<sup>2</sup> foi fundada em 16 de julho de 1949, em Viçosa<sup>3</sup>, cidade localizada na Zona da Mata mineira, por iniciativa de um grupo de empresários e a partir de 1976, o radialista João Bosco Torres, assumiu o controle acionário da emissora (FRAGA, 2010).

Com o *slogan* ‘A rádio amiga da cidade’, a RM abrange aproximadamente 20 Municípios da microrregião<sup>4</sup>, com cerca de 500.000 habitantes no total. A RM fez parte de uma recente pesquisa (LOPEZ; PRATA; DEL BIANCO; ZUCULOTO; FARIAS, 2018) sobre o reposicionamento de emissoras AM nessa transição. O objetivo deste estudo, agora, é ampliar a discussão, detalhando as adaptações dessa emissora tradicional. Em entrevista concedida para esta pesquisa, o diretor administrativo da emissora Bruno Torres, filho do proprietário, afirmou que diante do processo de migração, ocorrido em 17 de agosto de 2017, o maior desafio nessa fase é “ser jovem aos 70”, numa menção ao aniversário de 70 anos da RM, no dia 16 de julho de 2019.

A Montanhese integra a história do rádio AM, primeiro meio de comunicação de massa, importante veículo na irradiação de notícias sociais, políticas, econômicas, no contexto mundial e nacional. Todavia, a frequência AM passou a ser ameaçada com as mudanças tecnológicas e sociais do século XXI, a partir do crescimento da internet, numa notável constituição da ‘sociedade em rede’ (CASTELLS, 2010) e da vertiginosa ‘cultura da convergência’ (JENKINS, 2009). Assim, as emissoras que operavam nessa frequência passaram a perder audiência e faturamento.

---

<sup>2</sup> Simplificação da sigla Rádio Montanhese utilizada pela autora.

<sup>3</sup> Viçosa faz parte da Zona da Mata mineira e possui cerca de 80 mil habitantes, segundo o IBGE (informações do site <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/vicosa/panorama> acessado em 10 de julho de 2019). Viçosa é considerada uma cidade universitária por sediar a Universidade Federal de Viçosa (UFV), destaque em rankings educacionais do país e do mundo. Informações foram obtidas em <https://www.ufv.br/apresentacao/> (acesso em 13 de julho de 2019).

<sup>4</sup> Viçosa, Araçuaia, Divinésia, Canaã, São Miguel do Anta, Ervália, Coimbra, Guiricema, Visconde do Rio Branco, São Geraldo, Paula Cândido, Senador Firmino, Porto Firme, Presidente Bernardes, Guaraciaba, Teixeiras, Pedra do Anta, Amparo do Serra, Cajuri e região. Informações obtidas no facebook da emissora [https://www.facebook.com/pg/radiomontanhese/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/radiomontanhese/about/?ref=page_internal) (acesso: 04 de julho de 2019).

A crise no AM<sup>5</sup> pode ser observada sob três fatores. “O primeiro fator foi a perda de qualidade do som”. Isso porque, ruídos de equipamentos, dispositivos móveis, eletrodomésticos, controles remotos e até mesmo barulho produzido por carro, dentre outros, interferem na propagação do AM. O segundo fator refere-se ao crescente uso de celulares, *smartphones* e *tablets*. Desde 2009, os celulares são fabricados sem antena para AM. Os fabricantes de aparelhos eletrônicos tem procurado produzir receptores de carro somente com a opção de sintonia para a faixa FM. O terceiro motivo é a queda no número de anunciantes, numa perda significativa de financiamento publicitário (DEL BIANCO, PRATA, 2018, p. 27-28).

No caso da RM, a principal mudança na migração para o FM foi a inserção da emissora no ambiente multiplataforma. É o ‘rádio expandido’ (KISCHINHEVSKY, 2016), fenômeno também referenciado por Nair Prata (2008) como ‘radiomorfose’, ou seja, a emissora de rádio deixou de ser sintonizada especificamente no dial, integrando a ‘cultura da convergência’ (JENKINS, 2009).

O rádio permanece no cotidiano dos brasileiros, principalmente por integrar o ambiente da internet e poder ser acessado em vários dispositivos móveis, computador e televisão. Até mesmo moradores de áreas rurais aderiram aos novos modos de se comunicar, o que foi identificado por Fraga (2018) como o fenômeno ‘rural em rede’. Dessa forma, os rurais mantêm esse veículo tradicional no seu cotidiano, embora o rádio divida espaço com outras mídias. Diante disso, Torres assegura que moradores da área rural acompanham a emissora, apesar das dificuldades tecnológicas de acesso em regiões montanhosas.

Pensando nesse novo ambiente, antes da efetivação da mudança o administrador buscou outras experiências como a Rádio Muriaé e o grupo MPA de Divinópolis, por serem referências na área, conforme afirmou. Acompanhando a tendência de ‘rádio expandido’ (KISCHINHEVSKY, 2016), a direção da mídia radiofônica adotou a estratégia de ampliar seu conteúdo jornalístico para um portal de internet e nas redes sociais, visando uma maior interação com a audiência.

---

<sup>5</sup> A migração do AM para o FM foi regulamentada pelo Decreto da Presidência da República n. 8.139/2013. O processo de transição foi tratado num projeto de pesquisa que resultou na publicação do livro *Migração do rádio AM para o FM – Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica* (PRATA, DEL BIANCO, 2018).

Torres explicou que a baixa qualidade sonora e a dificuldade de sintoniza eram motivos de muita reclamação, sobretudo por parte dos anunciantes. Depois da migração, a emissora passou a focar também na classe B, além da C, D e E, já contempladas anteriormente, o que incrementou o relacionamento com os ouvintes. Segundo o empresário, com a mudança para FM, o número de anunciantes também cresceu.

“O rádio é, hoje, bem mais do que 30 segundos; é promoção, interação nas redes sociais”, diz o diretor<sup>6</sup>, referindo-se ao fato de que as empresas anunciantes na rádio ganham também espaço em outras formas de veiculação do conteúdo da rádio. Um exemplo é o “Pit Stop”, quadro em que o repórter vai no estabelecimento de um determinado cliente e faz transmissão ao vivo do local, com sorteio de brindes. Essa ação é, ainda, transmitida em vídeo nas redes sociais da emissora. Isso também ocorre com o projeto “Montanhesa nos Bairros”, que explicitaremos mais adiante.

Acompanhando a tendência de ‘rádio expandido’ (KISCHINHEVSKY, 2016), a direção da mídia radiofônica adotou uma série de estratégias. Em relação ao jornalismo, foram contratados uma jornalista, um editor de áudio e uma estagiária para reforçar o trabalho do repórter de rua e dos locutores. O radiojornalismo tem enfoque local e regional, marcadamente em edições do giro de notícias, em reportagens de rua e entrevistas. O conteúdo jornalístico da rádio foi ampliado para um portal de internet<sup>7</sup> e para as redes sociais, com o objetivo de intensificar a interação com a audiência. Outra ampliação diz respeito ao contato com o público. Além da participação por telefone, a mais tradicional, os ouvintes interagem pelo WhatsApp, com grande frequência, e também pelo facebook e Instagram. Nas redes sociais tem enquete, participação para sorteio de brindes, dentre outras formas de interação.

Bruno Torres acompanha passo-a-passo todos os detalhes. De forma divertida, ele contou uma situação pitoresca de uma ouvinte que passou a mandar mensagens pelo WhatsApp: “um dia, uma ouvinte reclamou. Olha aqui, não tô vendo a marca azulzinha pra saber se vocês estão olhando a minha mensagem”. Foi aí que ele decidiu criar uma

---

<sup>6</sup> Entrevista concedida por TORRES, Bruno. Entrevista I. [juh. 2019]. Entrevistadora: Kátia Fraga.

<sup>7</sup> <https://primeirosaber.com.br/> é um site de notícias voltado principalmente para Viçosa e região, mantido pelo grupo Montanhesa de Comunicação, conforme informação do próprio portal.

conta comercial no WhatsApp, de tal forma que a cada contato a pessoa recebe uma confirmação de recebimento automática.

A emissora incentiva a participação online e também por telefone, buscando uma adaptação ao seu público. Recentemente, a direção decidiu fazer um sorteio para contemplar ouvintes para assistir ao show “Amigos”, em Belo Horizonte. Foram quatro contemplados que participaram do sorteio por WhatsApp, Instagram, facebook e por carta. O envio por carta não chegou a 100 unidades, sendo algumas da mesma pessoa, o que causou surpresa para Torres em função de uma memória recente quando esse tipo de participação era tão intenso que lotava mais da metade de uma sala da emissora. Num contraponto, a inscrição pela internet teve mais de 2 mil participantes.

Para Torres, portanto, tudo converge e ajuda nessa fase, principalmente as observações do público. O próximo investimento, adianta o diretor, será a instalação de câmeras de vídeo para que o público também conte com a imagem do estúdio de transmissão dos programas. Ele demonstra satisfação diante da posição da emissora, que está em 1º lugar na audiência no ranking de emissoras locais, de acordo com pesquisa contratada pela emissora. Assim, o diretor administrativo disse ter apostado na mudança, na modernização por meio da multiplataforma da empresa, mas sem perder “a alma” do AM: “grandes empresas que sobrevivem no mercado estão em constante mudança com o objetivo de permanecerem as mesmas, ou seja, se adaptar à realidade mantendo sua essência”.

Nessa perspectiva, fez novas contratações e manteve locutores antigos que “melhor souberam se adaptar nessa fase de modernização”, demandando profissionais “carismáticos e mais dinâmicos”. O momento atual, na avaliação do dirigente, exige “interação e notícia, não tendo espaço para opinião de comunicadores e, sim, a apresentação de fatos e acontecimentos apurados”. A seguir, faremos uma abordagem sobre o jornalismo e aspectos da atual programação da rádio e, em seguida, as considerações finais.

## **2. O Jornalismo da setentona**

‘A rádio amiga da cidade’ tem o conteúdo jornalístico local concentrado na programação matinal, principalmente no programa “Bom dia cidade”. Logo na abertura, a jornalista Miriam do Carmo Lima entra ao vivo da redação, por telefone, com o “Giro

de Notícias”, apresentando os principais destaques informativos do dia. Diariamente, a vinheta “Deu BO”, às 9h30, anuncia o espaço do “Repórter Montanhese”, com notícias policiais da microrregião na voz de Russo, como é conhecido o radialista atuante há 14 anos na área. A segunda edição vai ao ar 12 horas. Ocorrências policiais de Viçosa são divulgadas, ainda, às 11h30, com a participação da sargento Ivone, da Polícia Militar.

No meio da manhã, 10h30, o “Giro de Notícias” tem outra entrada, com informações de Viçosa principalmente, e cidades vizinhas. Às 11 horas o quadro ‘Entrevista’ traz sempre um convidado para falar sobre cultura, entretenimento, prestação de serviço, informações da UFV e outras temáticas de interesse do público.

Há 7 décadas, segundo Torres, a Montanhese sempre foi fonte de informação para a população de Viçosa e região. O enfoque das notícias é sempre o regionalismo, característica importante em programas populares, tendo em vista que as pessoas se interessam por questões relacionadas ao que representa o cotidiano em que vivem (MARTÍN-BARBERO, 2003; BOURDIEU, 1989;). “Nosso enfoque é o regionalismo; as notícias nacionais só entram na programação se tiver algum impacto local”, reforça Bruno Torres.

As informações, de acordo com Torres, são principalmente de prestação de serviço sobre saúde, emprego, educação. “O que mais chama a atenção são as informações policiais, na grande maioria, além de vagas de emprego, eventos, cursos gratuitos, enfim, atrações culturais a prestação de serviço”, acrescenta o diretor.

A jornalista Miriam do Carmo Lima, de 21 anos, foi contratada no dia 16 de julho de 2018, coincidentemente quando a emissora completou 69 anos, para dinamizar o conteúdo informativo na perspectiva do formato multiplataforma, conforme mencionou. Por isso, ela atua na produção de notícias para a rádio e o site, além de realizar enquetes, promoções e sorteios nas redes sociais, recebendo o suporte da Interminas, agência responsável pelo marketing da empresa. Isso se coaduna com a missão de levar para os ouvintes informação, prestação de serviço, entretenimento e interatividade. Atualmente, Miriam conta com o reforço da estagiária Sara Elen Irias D’Assunção, estudantes do curso de Comunicação Social –Jornalismo da UFV, no qual a jornalista fez a graduação.

## Montanhesa nos bairros

Na nova fase da emissora, além das estratégias digitais, da intensificação do jornalismo, o contato pessoal tem sido incrementado, mesmo diante das novas tecnologias e da atualidade da comunicação em rede (CARDOSO, 2007). Além de flashes promocionais, a RM desenvolve o projeto “Montanhesa nos Bairros”, levando brindes, brinquedos para as crianças e muita interação. O objetivo é buscar uma aproximação maior com os moradores. Para operacionalizar o projeto, a equipe de produção da emissora entra em contato antecipadamente com os comerciantes da localidade para que se cadastrem na ação e, assim, ofereçam brindes a serem distribuídos para quem estiver participando das atividades da Montanhesa no dia programado.

Os comerciantes das localidades atendidas com o projeto oferecem vale compras, corte de cabelo, serviços em geral, dentre outros atrativos para presentear os participantes do projeto. Assim, o comércio dos bairros tem publicidade garantida na emissora na rádio, no site e nas redes sociais. É uma das vantagens do ‘rádio expandido’ (KISCHINHEVSKY, 2016).

A jornalista Miriam Lima<sup>8</sup> conta que várias demandas são levadas ao ar no dia de realização do projeto nos bairros. “Eles reclamam de buraco, de falta de médico nas unidades de saúde, pedem para a prefeitura fazer capina e outras questões que levantam”, comenta ao mencionar um episódio na região rural de Buieie, região rural de Viçosa. A comunidade reclamou da falta de carro para transportar os médicos para o atendimento no PSF. Na semana seguinte, a Prefeitura informou que estava fazendo a contratação de veículos.

Assim, os moradores em sua luta por legitimação, melhorias na qualidade de vida, buscam por meio da mídia dar visibilidade para suas reivindicações “à vista de todos e em nome de todos, publicamente e oficialmente” (BOURDIEU, 1989, p.114). “Temos que ser fortes na cidade”, explica o diretor ao afirmar que 80% da população viçosense ouve rádio. O projeto começou em setembro de 2018 e vem contribuindo para aumentar e renovar a audiência, na avaliação do gestor.

---

<sup>8</sup> Entrevista concedida por LIMA, Miriam do Carmo. Entrevista II. [jul. 2019]. Entrevistador: Kátia Fraga.

### 3. A programação da Montanhesa

A programação da RM<sup>9</sup> começa meia noite, com músicas variadas, previamente planejadas no play list. De 3 às 5 horas, tem o “Caba não Mundão”, de sertanejo raiz, na locução de Ailton Freitas, programa de conteúdo contratado. A partir das 5 horas, a emissora passa a transmitir conteúdo ao vivo, com a presença de locutores locais, começando com o “Show da Manhã”, com apresentação de Alex Andrade. O radialista leva aos ouvintes muita música e já inicia a interação ao vivo<sup>10</sup> por meio de participação por telefone e WhatsApp. Alex convida seu público para enquetes, interagindo sobre temas ligados a comportamento, principalmente, e também faz um apanhado geral das notícias de sites nacionais.

A religiosidade mantém espaço na programação atual com os quadros “Momentos da fé”, às 9 horas, e “Ave Maria”, às 17h45, de segunda a sexta. Trata-se do delineamento de marcas da fé, da religiosidade, numa associação com o regionalismo, aspectos marcadamente de programas radiofônicos populares tradicionais (FRAGA, 2005).

Já o programa “Bom dia, Cidade”, com o apresentador Júlio César, a partir das 9h15 até 13 horas, é uma das novidades da nova grade. Desde agosto de 2018, de segunda a sexta, o programa conta com diversos quadros como estratégia de tornar o conteúdo mais atrativo com temáticas ligadas ao cotidiano do público. São cinco quadros veiculados as 10 horas. Na segunda tem o quadro “Projetos do Bem”, destacando ações solidárias, social, ambiental, etc. desenvolvidas por movimentos sociais, projetos institucionais, coletivos, universidades como a Universidade Federal de Viçosa, dentre outras iniciativas.

Na terça, é a vez do quadro “Ofícios e Ocupações”, uma espécie de feira de profissões. Situa o ouvinte em relação as atividades, atribuições e outras questões relacionadas com o mundo profissional, priorizando profissões com datas comemorativas a cada semana. O “Quadro promocional” de quarta-feira abre espaço para os anunciantes da RM. Definido o cliente semanal, o radialista Russo vai ao estabelecimento e cria um

---

<sup>9</sup> Todas as informações sobre a programação foram repassadas pela jornalista e pelo diretor administrativo da RM, entrevistados para este artigo. Também foram observadas informações disponíveis no site e no facebook da emissora.

<sup>10</sup> Em tempo real.



ambiente interativo em flashes ao vivo para entregar brindes oferecidos pelos patrocinadores às pessoas que passam pelo local. Os flashes ao vivo são transmitidos por vídeo no site da emissora. Previamente, os ouvintes são avisados da promoção da semana.

Temáticas sobre direito, saúde e psicologia ganharam espaço. “Conheça seus direitos” é veiculado na quinta-feira e conta com a participação de um advogado a cada semana para tirar dúvidas do público, dentre elas questões de herança, recursos para multas de trânsito, questões de disputa de terra, de inquilinato, conforme apontou a jornalista Miriam Lima. Terça e quinta tem “Consulta ao Doutor”, a partir das 8 horas, para o ouvinte tirar dúvidas sobre questões ligadas à saúde. Na sexta, uma consulta coletiva é instaurada no “Momento psicologia para todos”, com orientações de psicólogos do Instituto de Psicologia Nelimar Ribeiro.

O “Bom dia cidade” conta também com o tradicional horóscopo e “fofoca do mundo dos famosos”, com Leão Lobo. Neste espaço, o colunista dá a deixa para o apresentador forjar uma interação, a exemplo de duas participações mencionadas por Mirian Lima:

“Leão Lobo falou recentemente sobre Neymar e daí deu a deixa para o Júlio: e o Neymar, hein, Júlio?!... O apresentador comenta alguma coisa e solta o trecho final da informação gravada. Outra situação é quando destaca algum capítulo de novelas. Aí ele diz, Júlio, a novela ontem pegou fogo...”

Entre 13 e 15 horas a RM apresenta o “Mania Sertaneja”, do locutor paulista Hilton Freitas. Trata-se de um programa comprado de uma empresa especializada em geração de conteúdo para rádio, o que é um novo tipo de investimento da RM. De 15 até 18 horas, o “Tarde Sertaneja” é apresentado ao vivo por José Nascimento, divulgando sucessos de raiz e do sertanejo universitário. No ar há 50 anos, segundo a direção da emissora, o apresentador tem uma ligação direta com os ouvintes, que participam pedindo e oferecendo músicas.

Depois da Ave Maria, como mencionado anteriormente, o futebol entra em campo, às 18 horas, com a “Turma do Bate Bola”, da Rádio Itatiaia, por meio de conexão via satélite. Com a flexibilização da “Voz do Brasil”, que está na grade atualmente às 21 horas, o espaço das 19 horas ficou destinado para outro programa sertanejo, “Paixão Sertaneja”, novamente uma produção de conteúdo comprada. Desta vez com locução feminina em vozes variadas. De 22 até meia noite, “Songs by Night”, tem a locução de

José Araújo. O slogan “recordar é viver, trazendo de volta as emoções” sugere o formato de canções nacionais e internacionais, incluindo o já tradicional quadro de tradução de música num tom sentimental.

O programa *Songs by Night* é mais um programa de conteúdo comprado, conforme o diretor administrativo, que resolveu investir em empresas especializadas em geração de conteúdo para rádio.

“Contratamos locutores locais durante o dia, no período de 5 até 18 horas, de segunda a sexta. O custo com locutores na parte da noite e de madrugada era alto, por isso resolvemos investir em programas produzidos por empresas especializadas em conteúdo para rádio” (TORRES, Bruno. Entrevista I, jul. 2019).

A mesma estratégia é adotada na programação de domingo, praticamente toda gravada, incluindo músicas de play list. Sábado, porém, tem programas ao vivo. O primeiro, às 4 horas, é o “Rancho Alegre”, comandado por Marcelo Cláudio. Locutor há mais de 30 anos, adota uma linguagem popular e sabe como fazer o público participar dos bate-papos mesmo na madrugada. Às 8 horas, tem o programa “Agito Geral”, com destaque para os flashes ao vivo do comércio local e nos bairros de Viçosa. A apresentação é dos locutores Wilson Couto e Cleber (coronel, como é conhecido). O período de 11 as 13 horas é dedicado para o programa de entrevista “Montanhesa em Foco”, coordenado por José Antônio Valentim, que debate temas do cotidiano da cidade e região. Gilson do Banjo leva artistas locais ao “Samba Show Prime”, de 13 as 17 horas. Em seguida, entra música ou transmissão de futebol (sempre pela conexão com a Itatiaia).

Às 19 horas é a vez do “Sábado show”, com Nilton Gonzaga, funcionário mais antigo da RM, que representa um laço afetivo com o público (FRAGA, 2005), a exemplo de outras narrativas radiofônicas no Brasil. Sua carreira nessa mídia teve início em São Paulo, mas a primeira experiência, como relatou, foi um ‘desastre’, quando foi reprovado num teste para locutor de uma emissora paulista por causa de sua locução acelerada, típica do ‘jeito mineiro de falar’ (FRAGA, 2010, p. 94-96). Treinou locução em quermesse, fez curso de oratória e, ao observar melhora na dicção, tentou novamente e conseguiu uma vaga na Rádio Santo Amaro fazendo locução de comercial nos intervalos da programação. Depois de retornar para Viçosa, integrou o time da Rádio Montanhesa e realizou seu sonho de ser apresentador de programa.

A programação de sábado termina 23 horas com “Songs by Night”, seguido, na madrugada de domingo, de outros programas gravados contratados, o “Caba não mundaõ” e “Rancho Alegre”. Às 8 horas, Nilton Gonzaga retorna ao microfone com seu famoso “Clube do Rei”, tocando canções de Roberto Carlos. A missa tem horário garantido todos os domingos, 10 horas, com transmissão da igreja matriz de Santa Rita, uma das tradições da emissora. Às 11 horas, é o momento do programa “Elvis Presley e seus convidados”, do colaborador Altino Alves. A partir daí tem programação musical e futebol.

Bruno Torres disse que na fase de transição tem contato com ouvintes que aprovaram de imediato as mudanças, mas também admite que alguns apresentam uma certa resistência. É o caso da dona de casa Maria Angélica Morais Pompermayer<sup>11</sup>, residente em Viçosa, demonstrou afinidade com a rádio pela interação promovida nas irradiações em depoimento registrado há dez anos sobre a Montanhesa (FRAGA, 2010). Depois da migração do AM para o FM, todavia, o sentimento também passou por uma transformação.

“Eu continuo ouvindo, mas não com a mesma frequência. Eu escuto a rádio na parte da manhã, quando estou arrumando a casa. Mas o repertório musical é um só, sempre o mesmo, aquele sertanejo universitário. Até decorei as letras das músicas, das duplas sertanejas [...] Antes, tinha MPB, passava estilo sertanejo também, mas tinha mais variedade. Eu acho que que o repertório precisa ser mais diversificado. O povo devia conhecer outro estilo de música, esse sertanejo é muito chato [...]. Não diversificam mais as músicas, estou cansada disso, por isso não escuto com a mesma frequência” (POMPERMAYER, Maria Angélica Morais. Entrevista III, jul. 2019).

A ouvinte também diz ser excessivo o conteúdo policial nas notícias da emissora: gosto de ouvir a rádio para saber o que acontece na cidade, mas a gente acaba entrando num clima de pessimismo muito grande porque tem muita notícia policial.

Mesmo assim, ela reconhece a importância da emissora para a cidade:

A Montanhesa é a rádio do povo e continua sendo. Ela fala muito sobre a cidade. Tem programa de psicologia, tem entrevistas importantes, e isso ajuda no cotidiano das pessoas. No sábado, eu gosto muito do Zé Valentim Gosto dos locutores, da programação, mas não gosto das músicas (idem).

---

<sup>11</sup> Entrevista concedida por POMPERMAYER, Maria Angélica Morais. Entrevista III. [jul. 2019]. Entrevistador: Kátia Fraga.

A ouvinte considera que alguns ajustes poderiam ocorrer. Para ela, a rádio poderia, por exemplo, informar mais acontecimentos da UFV para ampliar a divulgação das ações, projetos, atrações culturais e iniciativas da Universidade entre a população.

#### Quadro I. Programação da Rádio Montanhesa

<i>Programação de segunda a sexta</i>		
<b>Horário</b>	<b>Nome do programa</b>	<b>Apresentação/locução</b>
5 horas	Show da manhã	Alex Andrade
9 horas	Momento da fé	Diariamente, uma paróquia de Viçosa fica responsável pelo conteúdo e apresentação
9h15	Bom dia cidade	Júlio César
13 horas	Programa Mania Sertaneja	Hailton Freitas
15 horas	Tarde Sertaneja	José Nascimento
17h45	Ave Maria	Paróquias de Viçosa
18 horas	Turma do Bate Bola”	Conexão com a Rádio Itatiaia
21 horas	Voz do Brasil	
22 horas	Songs by Night	José Araújo
24 horas	Programação musical variada	Play list
3 horas	Caba não Mundão	Ailton Freitas

#### 4. Programação especial de aniversário

A comemoração dos 70 anos da emissora, rendeu uma programação especial na data de aniversário, dia 16 de julho. Na abertura do primeiro programa ao vivo do dia, às 5 horas, o diretor Bruno Torres fez um depoimento emocionado sobre a trajetória da RM. Autoridades locais, anunciantes, políticos, funcionários, padres, estiveram na emissora para participar da festividade sonora.

O proprietário João Bosco foi mencionado com carinho ao longo do dia e recebeu várias homenagens. O padre Paulo, da paróquia Santa Rita, igreja matriz de Viçosa, deu uma benção especial numa oração ao vivo, para a “família montanhesa”, incluindo

os proprietários, funcionários e ouvintes, ao lembrar que na data também se celebra o dia de Nossa Senhora do Carmo.

Um dos anunciantes presentes, o empresário Luis José de Arruda Alves, conhecido como Tilu, disse não abrir mão do investimento na emissora porque a propaganda na rádio “ainda é um charme” e a repercussão é grande entre os ouvintes. “A rádio é nossa voz junto à comunidade, divulgando o comércio e a cultura local”, destacou.

O que mais chamou a atenção foi a participação dos ouvintes. Era difícil acompanhar a quantidade de mensagens que chegavam pelo WhatsApp e pelo telefone, que não parava de tocar. Todos queriam prestar homenagem e também participar do sorteio de brindes a cada uma hora, bastando dizer “quero comemorar 70 anos com a Montanha”. O kit de prêmios, mediado por Torres, foi uma cortesia de cantores: camiseta de Bruno e Marrone, chapéu de Sorocaba, celular da cantora Mariana Costa, um conjunto para churrasco de Gustavo Lima, dentre outros presentes. Durante todo o mês de julho, a emissora continuou fazendo sorteio de brindes.

Moradora de Viçosa, que se identificou como Noca Melo<sup>12</sup>, assegurou ser ouvinte “incondicional” da Montanha e não mediu palavras para expressar seu carinho:

Tudo bem, ainda mais hoje comemorando os 70 anos junto da Rádio Montanha. (...) Quando era lá em frente ao atlético, eu pequenininha ia pra lá cantar, vê se pode, no programa do Sérgio Gandolino, era estudante do Colégio Viçosa. Mas que coisa abençoada, viu? (...) Bacana. E eu queria parabenizar o João Bosco, foi meu professor, a Eugênia, foi minha professora também, e os filhos, (...) Bruno, Leandro e Rafael. Mas eu gosto, eu não ouço rádio nenhuma, a não ser a Montanha (...) Assim, incondicional mesmo, eu já levanto e já ligo na Montanha (...) E tá de parabéns a programação da Rádio Montanha; saudades do Gilberto Pinheiro, né? ‘Em cada coração, uma saudade’, aquilo, eu ouvia aquele programa de noite, eu chorava com as músicas. (...) Ô menino! Mas muito bom viu? A gente ter a primeira rádio de Viçosa, né? E a gente, de primeiro o rádio ficava chiando e a gente ia assim mesmo, ouvindo (...) Eu me lembro, tão pequenininha, indo lá na rádio cantar.(...)

Teve gente que aproveitou a oportunidade para reivindicar ajuste na programação e o retorno de conteúdo anterior a mudança. Foi o caso da ouvinte Imaculada:

(...) Queria mandar parabéns pra você, né? Né? Pra você, que tá fazendo o programa, pro Bruno, e pedir pro Bruno que, pra ele voltar pro jornal da Itatiaia de madrugada, que tem vez que a gente tá acordado e vai e gosta de ouvir. Tem muita gente que tá falando que podia voltar esse jornal, em vez de ficar

---

<sup>12</sup> Os ouvintes serão retratados aqui como se identificaram no momento da mensagem ao vivo na programação.

tocando aquelas músicas internacional, lá. (...) Voltar o jornalismo, porque igual eu tava falando aí, isso aí tá fazendo falta, né? (...) Deixar, igual antigamente, era tão bom. Eu sei que precisa mudar a rádio, mas tem mudança que não faz bem. Mas eu só... eu queria só dar os parabéns pra ele e falar isso.(...)

Dona Ilda, do bairro de Fátima, relembrou tempos antigos e parabenizou a equipe da emissora:

“Tudo bem, graças a Deus, eh, tô muito feliz, né? Hoje a Rádio Montanhese fazendo 70 anos. Eu tava com 12, 13 anos quando eu vim pra Viçosa, a única coisa que eu adorava, eu trabalhava fora... eu trabalhava, eu adorava era ouvir a Rádio Montanhese. (...) E lembro muito do... da noite do, é “Cada coração uma saudade”, ah que... era uma maravilha! (...) E, pra vocês aí também, você, o Alex, o Valentim, e muitos outros que passaram por aí, Luís Eduardo, Sérgio Bandolini... e muitos outros que agora eu não lembro... que passaram por aí eu lembro deles todos... todos. E parabéns pro João Bosco e os filhos (...) e que Deus os proteje (...) e continua essa rádio maravilhosa.”

Dessa forma, o carinho e o reconhecimento pela RM foram marcantes nas homenagens registradas no dia dedicado aos 70 anos da rádio “amiga da cidade”.

## 5. Considerações finais

A Rádio Montanhese deu sinais de reposicionamento da marca no processo de migração do AM para o FM, assegurando sustentabilidade, maior audiência e faturamento. Para essa ‘senhora’ pioneira da história midiática na cidade universitária de Viçosa, em Minas Gerais, não foi fácil a efetivação da mudança. Mas era necessário buscar uma saída diante da crise do AM, instalada por diversos fatores, como mencionamos anteriormente.

A direção da Montanhese buscou experiências positivas no cenário mineiro, em emissoras de interior como é a própria RM, antes de fazer a migração. Foi preciso acompanhar a tendência de ‘rádio expandido’ (KISCHINHEVSKY, 2016), adotando as estratégias de inserção da emissora no ambiente multiplataforma a partir da ampliação de conteúdo jornalístico para um portal de internet e para as redes sociais; e de maior interação com os ouvintes.

A audiência cresceu tanto na cidade quanto no campo, tendo em vista que o rádio está inserido no ambiente multiplataforma e os moradores de áreas rurais reforçam o

público da emissora pelo fenômeno ‘rural em rede’ (FRAGA 2018). Após a mudança, o número de anunciantes também cresceu.

O conteúdo jornalístico da rádio foi expandido para um portal de internet e para as redes sociais, com o objetivo de fortalecer a interação com a audiência. O radiojornalismo tem enfoque local e regional, marcadamente em edições do giro de notícias, em reportagens e entrevistas. A participação do público é cada vez mais estimulada pela forma tradicional, ou seja, por telefone, e pelo WhatsApp, principal vínculo de interação, além do facebook e Instagram. O contato é incrementado, ainda, com enquetes e realização de sorteios pelas redes sociais.

Dentre as estratégias de relacionamento com a audiência, outro fator preponderante para cativar ouvintes e anunciantes foi a decisão de inovar na comunicação presencial, ou seja, a equipe da emissora vai para a rua afim de intensificar a aproximação com seu público. Percebe-se isso no “Pit Stop”, quadro em que o repórter faz sorteio de brindes e busca uma interação na frente de estabelecimentos de anunciantes; e o projeto “Montanhesa nos Bairros”, garantindo a proximidade entre a emissora e as comunidades. Assim, a RM marca presença em localidades, promovendo brincadeiras, entretenimento, e sorteio de brindes de comerciantes da região visitada, com a projeção na narrativa radiofônica e no ambiente multiplataforma.

Se por um lado a Montanhesa demonstra investimento nos novos canais de comunicação com o público, para manter e renovar a audiência, por outro observa-se uma programação com formato conhecido de programas populares de AM. A forma de locução, a abordagem com ouvintes, sinalizam a manutenção de uma marca do tradicional, de um padrão instituído.

É possível pensar na mudança também analisando alguns comportamentos do público. Os ouvintes já não mandam mais cartas, em sua maioria, a exemplo do que constatou uma recente ação promocional da emissora. Poucas cartas foram enviadas para a promoção. Grande parte dos interessados optou pela participação nas redes sociais. Por outro lado, no dia da programação especial do aniversário de 70 anos da RM, muitos ouvintes fizeram questão de participar por telefone para falar seu recado ao vivo, no contato direto com os locutores. Alguns até mencionaram não ter internet no celular, nem ter afinidade com as redes sociais.

Alguns ouvintes não se adaptaram integralmente a nova proposta de programação. Teve até quem aproveitasse a oportunidade de entrar no ar no dia do aniversário da emissora para sugerir o retorno de um conteúdo ou outro. Outros porém, declaram amor ‘incondicional’ pela emissora. Uns gostaram do perfil mais contemporâneo da RM e outros defendem um padrão mais tradicional. Parece que a direção buscou atender as duas parcelas desse público, entendendo que o maior desafio nessa fase é “ser jovem aos 70”, promovendo uma mudança sem perder a essência da rádio.

## Referências

- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A., 1989.
- CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrine, notícias**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2010.
- DEL BIANCO, Nélia; PRATA, Nair. A construção da política pública brasileira de migração do rádio AM para o FM. In: **Migração do rádio AM para o FM – Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica**. Nair Prata e Nélia Del Bianco (orgs).
- FRAGA, Kátia de Lourdes. **O rural em rede: rádio, midiaticização e ruralidade no cotidiano da zona da mata mineira**. Tese (Doutorado em Extensão Rural) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa. 2018.
- FRAGA, Kátia de Lourdes. **Rádio amiga da cidade: seis décadas de namoro com Viçosa**. In *O Rádio entre as montanhas: histórias, teorias e afetos da radiofonia mineira/ Nair Prata (org.)*. Belo Horizonte: Fundac, 2010.
- FRAGA, Kátia de Lourdes. **Laços de família: a construção de uma comunidade de afeto no Programa Jairo**. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro: UFF, 2005.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações rádiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, p. 215-220, 2016.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia. **Migração do rádio AM para o FM – Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica**. Nair Prata e Nélia Del Bianco (orgs).



PRATA, Nair. Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação. Tese de doutorado – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte, 2008.

LOPEZ, Debora Cristina; PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nelia; ZUCULOTO, Valci; FARIAS, Karina. Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais. **In: Anais do 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. São Paulo: SBPjor, 2018.

### **Agradecimento**

Stéfany do Nascimento Peron, estudante do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa (UFV), colaboradora da pesquisa.