

**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE
NUCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO – NPGE
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO “LATO SENSU”
ESPECIALIZAÇÃO EM MBA GESTÃO DE COMUNICAÇÃO
EMPRESARIAL**

**EVENILSON SANTOS SANTANA
E FLAVIA AZEVEDO GARCIA**

**QUALIDADE DOS PROGRAMAS RADIOJORNALÍSTICOS
DE ARACAJU – contribuições e reflexões de estudantes e
profissionais**

Orientador: Prof. Anderson Muniz

**ARACAJU - SE
2007**

**EVENILSON SANTOS SANTANA
E FLAVIA AZEVEDO GARCIA**

**QUALIDADE DOS PROGRAMAS RADIOJORNALÍSTICOS DE
ARACAJU – contribuições e reflexões de estudantes e profissionais**

**Trabalho de conclusão de Curso
apresentado ao Núcleo de Pós-
Graduação e Extensão da
Faculdade de Administração e
Negócios de Sergipe como
exigência para obtenção de título
de Especialista em MBA Gestão de
Comunicação Empresarial.**

Orientador: Prof. Anderson Muniz

**ARACAJU - SE
2007**

Catálogo na Fonte

SANTANA, Evenilson Santos
S223q Qualidade dos programas radiojornalísticos de Aracaju:
contribuições e reflexões de estudantes e profissionais /
Evenilson Santos Santana, Flavia Azevedo Garcia. - Aracaju,
2007.

71p.: il.; col.

Monografia de conclusão da Pós-graduação em Gestão
de Comunicação Empresarial. - Núcleo de Pós-graduação e
Extensão – FANESE.

Orientador: MSc. Prof. Anderson Muniz

1. Rádio jornalismo – Qualidade 2. Comunicação - Prestação
de serviços 3. Comunicação social – Rádio – Jornalismo I -
GARCIA, Flavia Azevedo I - Título

CDD – 621.070
- 658.802
- 070

Índices para catálogo sistemático:

1. Telecomunicação : Rádio : Jornal 621.070
2. Administração : Qualidade : Serviços 658.802
3. Rádio : Jornalismo : Comunicação Social 070

Todos os direitos reservados. É expressamente proibida a reprodução total ou parcial desta obra, por qualquer meio ou processo, sem prévia autorização do autor. (Lei n. 5.988, de 14/12/73, art. 122-130-D.O.U.-18/12/73).

**EVENILSON SANTOS SANTANA
E FLAVIA AZEVEDO GARCIA**

**QUALIDADE DOS PROGRAMAS RADIOJORNALÍSTICOS DE
ARACAJU – contribuições e reflexões de estudantes e profissionais**

**Trabalho de conclusão de Curso
apresentado ao Núcleo de Pós-
Graduação e Extensão da
Faculdade de Administração e
Negócios de Sergipe como
exigência para obtenção de título
de Especialista em MBA Gestão de
Comunicação Empresarial.**

Orientador: Prof. Anderson Muniz

**ARACAJU - SE
2007**

**EVENILSON SANTOS SANTANA
E FLAVIA AZEVEDO GARCIA**

**PROGRAMAS RADIOJORNALÍSTICOS DE ARACAJU: contribuições
e reflexões de estudantes e profissionais sobre a qualidade.**

Aracaju, 30 de janeiro de 2007.

Prof. Estélio
Coordenador do Curso

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Orientador: Anderson.
Orientador

Profa. CARINA.
Membro

Profa. ALLAN
Membro

RESUMO

A proposta macro desse trabalho, e, seu principal alvo, foi o de estabelecer um processo comparativo no nível de qualidade do radiojornalismo das emissoras de Rádio de Aracaju, buscando identificar o que seria programação de qualidade neste segmento na visão dos estudantes de comunicação, no setor “rádio”, da Universidade Federal de Sergipe e dos apresentadores de programas deste mesmo gênero jornalístico. As experiências de um comunicador e de uma turismóloga, cada um com a sua vivência e estudos específicos, nortearam o contexto mais amplo do tema e apresentam resultados significativos.

O capítulo I apresenta a história do Rádio no mundo, no Brasil e em Sergipe. Seu surgimento, curiosidades, e, principalmente, seu o impacto junto a sociedade. O capítulo II, define o que é Programação Radiofônica e quais são os tipos mais conhecidos no meio e o que representa cada tipo para o público almejado. Define também, através de vários prismas, o que é o radiojornalismo. A qualidade na prestação de serviços, através do radiojornalismo será o assunto a ser destacado no Capítulo III. Este, enfoca, além da importância da qualidade no cenário atual, a necessidade de se priorizar qualidade na prestação de serviços no que diz respeito ao cliente, e que, como Rádio é prestação de serviços, o ouvinte merece a melhor qualidade de programação jornalística. No capítulo IV, o destaque é para as particularidades do radiojornalismo no Brasil e em Sergipe. O último capítulo, foco do nosso trabalho, apresenta o que os estudantes de rádio e jornalismo da UFS (ouvintes), definem como qualidade de programação no radiojornalismo local. Exibe também as opiniões de profissionais do meio e administradores das emissoras sobre o tema. Finalmente, conclui-se este trabalho apresentando o comparativo proposto através da visão acadêmica, e, ao mesmo tempo, mostrando suas perspectivas no segmento como futuros comunicadores.

Palavras-chaves: Radiojornalismo, qualidade de programação, rádio, prestação de serviço, concessão pública, ouvintes, administradores.

ABSTRACT

The main purpose of this monograph is to make a comparison among the standard of quality of the radio stations in Aracaju, trying to identify what would be a good quality of program in this field. This essay activator is attempting to focus on the view of standard of the communication's students, of the radio area, who studies at Sergipe Federal University and also the Sergipe's radio's presenters. It gathered together, to build up it, two experiences. One from somebody of communication area and the other one from somebody of the tourism area, each of them with their own experiences and specific studies, which guided this subject widely and gave a very significant result. In the first chapter, you can read the radio history in the world, in Brazil and in Sergipe. How it appeared, its curiosities, and, mainly its influences on the society. In the second chapter it is defined what is a radio program and what are *the most well-known ones*, what is intentionally presented to each segment, so on. It is also defined, using many views, what is a radio news. The good quality in the service area is something which is focused in the third chapter. In this chapter you can also find out how, currently, a high standard is important. It is showed that, nowadays, the priority is to serve, to the customer, the best service. And as the radio also provides a service, the audience deserves the best programs. In the chapter fourth, the main point is the special news radio's characteristics in the Brazil and in Sergipe. In the last chapter you can have what is a news radio quality in the UFS's students view. It is also defined what are the professional's and company's administrator's opinions about this theme. Finally, it is concluded, from this research, the student's view and its perspective how future's communicators.

Key words: radio news, the program's quality, radio, the provide service field, public concession, costumers, administrators.

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	1
1.	O SURGIMENTO DO RADIO NO MUNDO	5
1.2	O Rádio no Brasil	9
1.2.1	Profissionalização do Setor Radiofônico e legislação	12
1.2.1.2	Radio Record Pioneira na profissionalização	14
1.3	O Radio em Sergipe	16
1.3.1	A História	16
1.3.2	As FM's e a Situação atual	19
2	PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA E O RADIOJORNALISMO-TIPOS DE PROGRAMAÇÃO	22
2.2	O Radiojornalismo	24
2.2.1	Abordagens dos Valores - Notícia	24
3	A QUALIDADE E O RADIOJORNALISMO	29
3.1	A qualidade na Prestação de Serviço	29
3.2	O Rádio digital como um forte aliado à qualidade	31
3.2.1	Outras vantagens da tecnologia digital	33
3.3	A credibilidade relacionada à qualidade	33
3.4	A linguagem e as suas influências no radiojornalismo	34
3.4.1	A credibilidade relacionada à qualidade	34
3.5	A influência dos estilos no resultados	35
3.5.1	Requisitos de estilo	35
4	O RADIOJORNALISMO NO BRASIL E EM SERGIPE	37
4.1	O Radiojornalismo no Brasil	37
4.2	O Radiojornalismo em Sergipe e os programas matinais	38
5	O QUE OS OUVINTES (ESTUDANTES DA UFS) E PROFISSIONAIS DEFINEM COMO QUALIDADE NO RADIOJORNALISMO LOCAL	42
5.1	Analisando índices de audiência	42
5.2	A visão sobre "Qualidade de Programação" para alguns dos responsáveis por Emissoras	46
5.2.2	Para o ex-Coordenador de Programação da 103 FM	48
5.2.3	Para o ex-superintendente da Liberdade FM	50
5.2.4	Para a jornalista Ana Paula Araújo, TV Globo – RIO.	52
5.2.5	Para o jornalista Milton Alves, ex-Secretário Municipal de Comunicação.	53
5.2.6	Para o ex-superintendente da Liberdade FM	50
5.3	Análise dos Resultados	55
5.4	Universo e Amostra	55
5.5	Método e Instrumento de Coleta de Dados	55
5.6	Tratando os Dados	56
5.7	Análise dos Resultados	56
6.0	CONCLUSÃO	65
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67
	ANEXOS	70

LISTA: FIGURAS, GRÁFICOS E TABELAS

FIGURA I	31
GRÁFICO 1	44
GRÁFICO 2	45
GRÁFICO 3	45
GRÁFICO 4	46
GRÁFICOS 1.1	56
GRÁFICOS 2.1	57
GRÁFICOS 3.1	58
GRÁFICOS 4.1	59
GRÁFICOS 5.1	59
GRÁFICOS 6.1	59
GRÁFICOS 7.1	60
GRÁFICOS 8.1	61
GRÁFICOS 9.1	61
GRÁFICOS 10.1	62
GRÁFICOS 11.1	63
GRÁFICOS 12.1	64
GRÁFICOS 13.1	64
TABELA 1	56
TABELA 2	57
TABELA 3	57
TABELA 4	58
TABELA 5	59
TABELA 6	59
TABELA 7	59
TABELA 8	60
TABELA 9	61
TABELA 10	62
TABELA 11	63
TABELA 12	63
TABELA 13	64

INTRODUÇÃO

Este trabalho faz um comparativo entre as diversas visões de estudantes de graduação dos cursos de Jornalismo e radiojornalismo da UFS bem como as opiniões de jornalistas e especialistas do ramo sobre a qualidade de programação das rádios de Aracaju. Vemos que, com base nos dados coletados na pesquisa de campo, a comunicação, de uma forma geral, por si só, se apresenta com uma das principais, se não, a principal, via de interação e/ou, integração nos mais diversos meios sociais. É possível apontar essa afirmação como um fato depois de alguns meses de estudos e pesquisa, que foram motivados por fatores que podemos considerar bastante significativos, capazes de despertar desde uma simples curiosidade até o fato de aguçar a vontade de estar em contato mais constante com este segmento.

De uma forma ou de outra, convém questionar as melhores formas de se fazer uma boa comunicação. O que poderíamos chamar de: comunicar com qualidade. Seja qual for o meio. Por isso, o desejo de aprofundar o tema foi ainda maior durante este período. Um comunicador e uma turismóloga, cada um com a sua experiência e estudos específicos, decidimos trilhar um caminho neste segmento que nos apresentasse algumas respostas relativamente satisfatórias em um dos setores da comunicação: O rádio. Sendo ainda mais específico, uma das vertentes desse tipo de veículo de comunicação: o radiojornalismo.

Na condição de comunicador, com 15 anos de experiência na área radiofônica, e, intercalando-os com o agenciamento de publicidade, e, ainda, como Gerente Comercial em uma Emissora local, foi possível perceber a grande preocupação dos veículos de comunicação em apresentarem uma programação denominada como: "a melhor". Como consequência disso, "ela" conceitua-se como aquela que oferece uma "programação de qualidade" em seu segmento. No âmbito jornalístico não é diferente. Ao longos dos anos, foi possível perceber que, ao fazer contato com o ouvinte, no ar, e, fora dele, a percepção divergia em alguns aspectos, ou seja, havia sempre uma, ou mais, insatisfações que o fazia mudar de estação em determinados horários. Sendo assim, num primeiro momento, a impressão que se tem é que uma programação jornalística de qualidade é diretamente proporcional ao nível de fidelidade do ouvinte em relação a Emissora. Principalmente, nos quatro

últimos anos, na condição de repórter e, apresentador substituto de um programa matinal ("Liberdade Sem Censura", na Liberdade FM), ficou ainda mais clara a idéia de que muitos dos ouvintes que interagem nestes programas, são praticamente os mesmos. Até porque, é costume dos repórteres ouvir as emissoras concorrentes, no mesmo horário em que os programas estão acontecendo, na busca de alguma pauta e, ao ouvirmos as coirmãs, percebemos muitos deles fazendo as mesmas reivindicações, ou, emitindo suas opiniões sobre um determinado tema. Nestes casos, ainda mais inusitados, fica nítida a impressão de um discurso ensaiado e pré-fabricado na tentativa de se defender uma bandeira "ideológica". Existem ainda aqueles que aparentam depositar uma certa credibilidade num veículo, mas, não necessariamente, a fidelidade em relação a audiência. Eles ouvem a todas, mas, ligam para aquela de sua maior "confiança" para perguntar se "tal" fato que foi noticiado na emissora concorrente é verídico. E, tem, também, os chamados "convencionais" e fiéis. Aqueles que desejam, de fato, que seu "reclame" seja atendido, independentemente de sua filiação partidária ou paixão política e que só sintonizam em uma única emissora. Em situações como essas, nota-se uma maior credibilidade e nível de fidelidade por parte do ouvinte. Alguns chegam a afirmar, no ar, que o programa ou apresentador deste, é o seu fiel escudeiro e defensor ferrenho da sua causa. O comunicador, âncora, ou, o repórter, apresenta-se como herói. O ouvinte, como uma espécie de pobre indefeso, esquecido pelo poder público que só encontra refúgio nestes programas de rádio.

Na condição de turismóloga, após vivenciar a academia e após alguns anos de experiência no setor, entendemos que uma programação jornalística que prestigia um determinado lugar, ou, o desmerece perJORATIVAMENTE denominando-o como um péssimo ambiente para se morar ou passear, pode influenciar significativamente num roteiro turístico. Principalmente se os interesses intrínsecos estiverem ligados, por exemplo, a algum aspecto político ou comercial.

Sendo assim, e, observando a diversidade de público e, de seus diferentes interesses, convém perguntar: Que tipo de programação jornalística seria capaz de prender por mais tempo a atenção do ouvinte? Prendê-lo prolongadamente ao pé do rádio já seria prova suficiente de que aquela seria uma programação de qualidade?

Objetivando encontrar respostas de quem, além de ouvinte, se prepara profissionalmente para lidar com o assunto, decidimos, nesse contexto, questionar:

“O que os futuros comunicadores da UFS consideram, efetivamente, “programação de qualidade” no radiojornalismo local? Que estilo de programa, no gênero radiojornalismo, estes estudantes optariam? E os apresentadores atuais? Qual a idéia que eles têm em relação ao tema?”. É só a audiência pela audiência, ou, de fato, a prestação de serviço é prioridade? O que eles entendem por radiojornalismo de qualidade?

O objetivo deste trabalho é estabelecer um processo comparativo no nível de qualidade do radiojornalismo das emissoras de Rádio de Aracaju, buscando **identificar o que seria programação de qualidade neste segmento** na visão dos estudantes de comunicação, no setor “rádio”, da Universidade Federal de Sergipe e dos apresentadores de programas deste mesmo gênero jornalístico.

A metodologia aplicada se fundamenta em uma pesquisa de opinião pública, em formulário específico, de auto-entrevista, para se obter a percepção deste tipo de ouvinte sobre o tema. Ela será desenvolvida com os alunos do Curso de Rádio e Televisão da Universidade Federal de Sergipe.

Também foram realizadas entrevistas com alguns profissionais da área de comunicação de Aracaju, principalmente, aqueles que estão trabalhando em radiojornalismo nos segmentos AM e FM, coletando seus depoimentos no intuito de auxiliar no processo comparativo.

Consideramos este projeto importante em duas dimensões: A primeira, refere-se à fiscalização, enquanto cidadão, sobre o uso devido das Emissoras de Rádio em Aracaju. A segunda, refere-se a mensurar uma visão macro da qualidade no que diz respeito às programações destas Emissoras na atuação do radiojornalismo como prestação de serviço, e que poderão subsidiar a elaboração de futuras programações segundo os resultados obtidos junto aos pesquisados e entrevistados.

O capítulo I apresenta a história do Rádio no mundo, no Brasil e em Sergipe. Seu surgimento, curiosidades, e, principalmente, seu impacto junto a sociedade. O capítulo II, define o que é Programação Radiofônica e quais são os tipos mais conhecidos no meio e o que representa cada tipo para o público almejado. Define também, através de vários prismas, o que é o radiojornalismo. A qualidade na prestação de serviços, através do radiojornalismo será o assunto a ser destacado no

Capítulo III. Este, enfoca, além da importância da qualidade no cenário atual, a necessidade de se priorizar qualidade na prestação de serviços no que diz respeito ao cliente, e que, como Rádio é prestação de serviços, o ouvinte merece a melhor qualidade de programação jornalística. No capítulo IV, o destaque é para as particularidades do radiojornalismo no Brasil e em Sergipe. O último capítulo, foco do nosso trabalho, apresenta o que os estudantes de rádio e jornalismo da UFS (ouvintes), definem como qualidade de programação no radiojornalismo local. Exibe também as opiniões de profissionais do meio e administradores das emissoras sobre o tema. Finalmente, conclui-se este trabalho apresentando o comparativo proposto através da visão acadêmica, e, ao mesmo tempo, mostrando suas perspectivas no segmento como futuros comunicadores.

1. O SURGIMENTO DO RÁDIO NO MUNDO

Até que o primeiro aparato de transmissão e recepção radiofônica fosse colocado efetivamente em operação, cientistas como o norte-americano **Benjamin Franklin** (1706-1790) e o dinamarquês **Hans Christian Oersted** (1777-1851) exerceram papel preponderante para o fortalecimento dos princípios tecnológicos que baseiam este meio de comunicação.

Desde 1753, Franklin já defendia a tese de que a eletricidade poderia ser usada para transmitir mensagens à distância. Já em fins da década de 1820, Oersted conseguiu provar a conexão existente entre eletricidade e magnetismo ao constatar que a corrente elétrica de um condutor conseguia movimentar a agulha de uma bússola. Surgia então uma nova área de estudos que passou a se ocupar do *eletromagnetismo*. Os estudos sobre ondas eletromagnéticas resultaram na invenção de dois novos meios de comunicação: o *telefone* e o *telégrafo*.

Pioneiro, o telégrafo surgiu no final do século XVIII. Um dos primeiros aparatos telegráficos do mundo foi posto em operação pelos ingleses **William Fothergill Cooke** (1806-1879) e **Charles Wheatstone** (1802-1875). Entretanto, da forma como é conhecido hoje, o telégrafo é, em grande parte, resultado dos estudos e do trabalho do norte-americano **Samuel Finley Breese Morse** (1791-1872) entre os anos de 1832 e 1837. O aparelho criado por Morse *"intercalava impulsos elétricos breves e longos que correspondiam, respectivamente, a pontos e traços de acordo com um código que passou à história com o nome de seu inventor"*(FERRARETO, 2001, p. 81).

Somente 40 anos depois, deu-se o surgimento do telefone. Tomando por base os mesmos princípios do eletromagnetismo e da telegrafia, o escocês **Alexander Graham Bell** (1847-1922) desenvolveu um sistema de transmissão onde *"as vibrações da voz humana são transformadas em um fluxo de elétrons e recompostas, na seqüência, em forma de som"* (FERRARETO, 2001, p.81).

O rádio, portanto, começa sua história bem antes de sua invenção propriamente dita. É em invenções como o telégrafo e o telefone que o meio de comunicação radiofônico vai buscar a origem de sua estrutura tecnológica e dela se beneficia para sua expansão.

Em 1863, vislumbrando a possibilidade de existência de ondas eletromagnéticas, antes comprovada por Oersted, o professor inglês de Física Experimental **James Clerk Maxwell** (1831-1879) forneceu um dos marcos da história do rádio no mundo, desencadeando o interesse de outros pesquisadores pelo assunto.

Seguiram-se diversos cientistas a estudar a propagação das ondas eletromagnéticas, hoje também chamadas de *ondas de rádio*.

Heinrich Rudolph Hertz (1857-1894), alemão, foi um deles. Em 1887, Hertz deu início a estudos sobre o princípio da propagação radiofônica. Um de seus experimentos consistiu em fazer saltar faíscas através do ar que separava duas bolas de cobre. O objetivo era comprovar que as ondas eletromagnéticas têm a mesma velocidade que as ondas de luz. Em sua homenagem, as ondas de rádio passaram a ser chamadas de *ondas hertzianas*, usando-se também o **Hertz (Hz)** como unidade de frequência.

A entrada do rádio em um esquema coordenado de produção industrial ocorreu com a fundação da primeira companhia de rádio na Inglaterra pelo cientista italiano **Guglielmo Marconi** (1874-1937). Anos antes, em 1896, Marconi já tinha demonstrado o funcionamento de seus aparelhos de emissão e recepção de sinais na própria Inglaterra, quando percebeu a importância comercial da telegrafia. Inovador para a época, o rádio se utilizava do princípio da telegrafia, com a vantagem da abolição do uso de fios.

Seguiram-se vários melhoramentos tecnológicos, sempre operados por cientistas interessados em desenvolver o novo meio que surgia. Nessa mesma época, o inglês **Oliver Lodge** (1851-1940) e o francês **Édouard Branly** (1846-1940) inventaram o *coesor*, equipamento que permitiu a transmissão de mensagens faladas através do espaço.

Em 1897, o mesmo Oliver Lodge inventou o *circuito elétrico sintonizado*, que possibilitava a mudança de sintonia selecionando a frequência desejada. Inovações como a *válvula triodo*, criada pelo norte-americano **Lee Forest** (1873-1961), foram marcantes para o desenvolvimento do rádio. Mais tarde, a mesma invenção, aperfeiçoada pelo cientista alemão **Robert Von Lieben** (1878-1913) e pelo norte-

americano **Edwin Howard Armstrong** (1890-1954), mostrou-se capaz de amplificar e produzir ondas eletromagnéticas de forma contínua.

Algumas correntes teóricas concedem a Guglielmo Marconi uma importância que renega a contribuição de outros cientistas para o desenvolvimento dos princípios tecnológicos do rádio. Um dos pesquisadores preteridos seria o físico russo **Alexander Stepanovitch Popov** (1859-1906), que em 7 de maio de 1895 teria transmitido, recebido e decifrado a primeira mensagem telegráfica sem fios com sucesso. O feito de Popov teria consistido em enviar uma mensagem de um navio da Marinha russa, distante 30 milhas no mar, para seu laboratório na cidade de Saint Petersburg. Interessada em monopolizar o domínio desta tecnologia, a Marinha russa não teria permitido que Popov divulgasse, sob nenhuma forma, sua realização.

As contribuições do padre gaúcho **Roberto Landell de Moura** (1861-1928) também rivalizam com os feitos de Guglielmo Marconi e, da mesma forma, são renegadas por alguns estudiosos da história do rádio. Antes da década de 1890 ? portanto precedendo os feitos de Marconi ?, Landell de Moura defendeu teses que previram o advento de tecnologias como a *telegrafia sem fio*, a *radiotelefonia*, a *radiodifusão*, os *satélites de comunicações* e os *raios laser*. No ano de 1904, o cientista obteve do *The Patent Office at Washington* três cartas patentes que reconheciam seu pioneirismo no desenvolvimento do *telégrafo sem fio*, do *telefone sem fio* e do *transmissor de ondas sonoras*.

Tempos depois, em 1916, Lee Forest instalou a primeira estação-estúdio de radiodifusão, em Nova Iorque. Foi quando teve-se notícia do primeiro programa de rádio, que consistia em conferências, música de câmara e gravações. É dessa mesma época o primeiro registro de radiojornalismo, com a transmissão das apurações eleitorais para a presidência dos Estados Unidos.

Desde o início do século XX, já era tecnicamente possível a transmissão de sons complexos, entre os quais estão incluídos elementos como a música e a voz humana. O rádio havia atingido um nível que permitia a transmissão de boletins informativos sonoros, quando teve início a I Guerra Mundial. A partir da eclosão deste movimento, as forças armadas dos países em guerra vislumbraram a importância tecnológica do meio radiofônico e passaram a fazer uso da tecnologia para fins militares.

A mesma guerra que impulsionou a comercialização de aparelhos, distribuídos às tropas como instrumentos táticos de comunicação à distância, foi uma das responsáveis pelo incentivo que resultou em um modelo de transmissão radiofônica mais próximo das práticas atuais.

Com o fim da I Guerra Mundial, em 1920 a indústria norteamericana *Westinghouse Electric Co.*, sediada na cidade norte-americana de Pittsburgh, deu uma das mais significativas contribuições para o surgimento do processo de transmissão radiofônica da forma como conhecemos hoje. Ao tentar viabilizar o desencilhamento do excedente da produção de rádios no período que sucedeu a I Guerra Mundial, a *Westinghouse* instalou uma antena de rádio no pátio da fábrica para transmitir música. Com essa estratégia de *marketing*, a indústria conseguiu comercializar os aparelhos parados em estoque. Assim, é mérito da empresa ter posto em operação a primeira estação radiodifusora comercial do mundo, conhecida como K.D.K.A.

Com poucas exceções, ainda se insistia na utilização de um modelo comunicacional de pessoa para pessoa, com a presença de um único emissor e de um único receptor. Somente aos poucos passou a surgir um modelo coletivo, onde um único emissor transmitia informações para uma variedade de receptores. Era o começo dos clubes de radioamadores. Nessas reuniões, as pessoas que possuíam um gramofone cediam o aparelho para que várias pessoas pudessem ouvir uma mesma gravação em locais diferentes. Nos Estados Unidos de então o rádio crescia vertiginosamente.

Criou-se em 1919 a primeira empresa norte-americana de telecomunicações: a *Radio Corporation of America* (RCA). Em seguida, vieram a *National Broadcasting Company* – NBC (1926) e a *Columbia Broadcasting System* – CBS (1927). Em território norte-americano o rádio evoluiu em proporção espantosa: se em 1921 havia 4 emissoras nos Estados Unidos, um ano depois este número já tinha crescido exponencialmente e atingido o índice de 382 emissoras. O número de aparelhos receptores de rádio teve crescimento espantoso, passando de 50 mil, em 1922, para mais de 4 milhões, em 1925.

Paralelamente ao crescimento do rádio nos EUA, na Europa implantaram-se diversas empresas de grande porte, com destaque para a *Radiotelevisione Italiana* –

RAI (1924), a inglesa *British Broadcasting Corporation* – BBC (1927) e a francesa *RadioFrance Internationale* – RFI (1931).

No mundo todo, os primeiros vinte anos do século XX foram marcados pelo uso quase monopolista da telegrafia sem fio, que consistia na utilização de ondas eletromagnéticas para transmissões de telegramas pessoa a pessoa, com o emprego dos sinais de ponto e traço do código Morse. A radiodifusão propriamente dita somente surgiu a partir dos anos vinte. Ela se apresentou, desde os primeiros tempos, como um elemento fundamental no campo da comunicação à distância. Esse papel estratégico foi desde cedo percebido pelos governos, e em alguns países somente foi permitida a criação de emissoras de rádio estatais. A primeira emissora de rádio comercial entrou em funcionamento em 1920, nos Estados Unidos, tornando-se logo um sucesso. O sistema de radiodifusão doméstico foi implantado em diversas partes do mundo. Ainda na década de 1920, a rápida multiplicação de emissoras fez com que surgissem protocolos internacionais de utilização de frequências e de alcance das ondas sonoras. O sistema de radiodifusão instalado nos diversos países seguia dois modelos básicos. O primeiro era centrado na estreita ligação entre o rádio, a educação nacional e o controle estatal (este é o caso da maioria dos países europeus na primeira metade do século XX). O segundo, estritamente comercial e para o qual o sistema norte-americano serve de paradigma, era formado por um conjunto de emissoras montadas sobre uma estrutura predominantemente comercial, voltadas para os interesses do mercado e financiadas pela verba da venda de publicidade.

1.2 O Rádio no Brasil

No Brasil, as inovações internacionais foram acompanhadas de perto. Há controvérsias quanto ao nascimento do rádio no Brasil. Walter Sampaio, em seu livro “Jornalismo Audiovisual”, afirma que o nascimento do rádio ocorreu exatamente no dia 6 de abril de 1919, no Recife, quando foi fundada a Rádio Clube de Pernambuco por Oscar Moreira Pinto, que, depois, se associou a Augusto Pereira e João Carlos Aires.

Uma solicitação governamental resultou na instalação do primeiro transmissor de ondas de rádio em território brasileiro. Corria o ano de 1913 e o destinatário do pedido foi **Paul Forman Godley**, um dos fundadores da *Adams-Morgan/Paragon*, na região amazônica.

Nove anos depois, no dia 7 de setembro de 1922, registrou-se o marco oficial da história do rádio no Brasil. Acontecia a Exposição do Centenário da Independência na Esplanada do Castelo no Rio de Janeiro, então capital federal, onde se deu a primeira transmissão radiofônica brasileira.

Dias antes, a pedido da Repartição Geral dos Telégrafos, a empresa *Westinghouse* havia instalado uma estação transmissora no alto do Corcovado. A estação, com 500 *watts* de potência, possibilitou que membros da elite carioca, por meio de cerca de oitenta receptores importados, ouvissem à distância o discurso do presidente da República Epitácio Pessoa, seguido pelos acordes da ópera *O Guarani*, transmitidos diretamente do Teatro Municipal.

No decorrer de toda a exposição, outra tecnologia importada dos Estados Unidos possibilitou a transmissão de músicas e da previsão do tempo. Era um serviço de rádio-telefone equipado com alto-falantes.

Há, entretanto, documentos anteriores a 1922 que situam o surgimento da atividade radiofônica brasileira na inauguração da Rádio Clube de Pernambuco, realizada por Oscar Moreira Pinto, em 06 de abril de 1919.

Mário Ferraz Sampaio, em sua obra "História do Rádio e da Televisão no Brasil e no Mundo" faz o seguinte registro:

"Depois das efêmeras irradiações experimentais, realizadas durante a Exposição do Centenário, em setembro de 1922, o Rio de Janeiro teve a grata notícia de que a 20 de abril do ano seguinte, surgia a primeira emissora do Brasil. É que se havia organizado a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, tendo à frente os professores Roquette Pinto e Henrique Morize. Eles conseguiram do Governo a cessão de uma das duas emissoras da Western Electric importadas para serviços telegráficos. Com uma potência de 500 watts, a emissora foi adaptada à radiodifusão e na data marcada entrou no ar. Era a primeira a inaugurar-se no país".

Historiadores e pesquisadores como Saint-Clair Lopes concordam que o rádio tornou-se efetivo no país, a partir do dia 20 de abril de 1923, quando foi ao ar a “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”, de Roquette Pinto Morize, instalada na Academia Brasileira de Ciências.

Dentre algumas outras divergências de fontes bibliográficas quanto a chegada do rádio ao Brasil, Gisela Ortriwano apresenta o fato pela seguinte ótica:

“(...) experiências já eram feitas por alguns amadores, existindo documentos que provam que o rádio, no Brasil, nasceu em Recife, no dia 6 de abril de 1919, quando, com um transmissor importado da França, foi inaugurada a Rádio Clube Pernambuco por Oscar Moreira Pinto, (...). Oficialmente, o rádio é inaugurado a 7 de setembro de 1922, como parte das comemorações do Centenário da Independência, quando, através de 80 receptores especialmente importados para a ocasião, alguns componentes da sociedade carioca puderam ouvir em casa o discurso do Presidente Epitácio Pessoa.” (ORTRIWANO, pp.13).

Contudo muitos caminhos foram percorridos antes de se fazer essas transmissões, e o professor Roquette-Pinto participou intensamente deste processo de implantação do rádio no Brasil. Durante uma viagem de navio com destino ao Mato Grosso, no ano de 1912, Edgard Roquette-Pinto conheceu o rádio através de um transmissor de centelha. Neste mesmo ano aprendeu os primeiros sinais do alfabeto Morse com um funcionário dos telégrafos.

Ao observar o mapa do Brasil, Roquette-Pinto pensou porque não se aproveitava a radiotelegrafia para levar o pensamento para todo o país, unindo-o e livrando as pessoas da ignorância. Então procurou seu antigo professor de Física, Henrique Morize e apresentou a idéia de fundar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Em 14 de abril de 1923 Roquette-Pinto publicou um artigo no jornal “Gazeta de Notícias” que propunha a implantação de uma transmissora brasileira.

“Definitivamente, podemos considerar 20 de abril de 1923 como a data de instalação da radiodifusão no Brasil. É quando começa a funcionar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette-Pinto e Henrique Morize, impondo à emissora um cunho nitidamente educativo.” (ORTRIWANO, Pp.13).

O rádio nasceu como um meio de comunicação de elite, “como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram basicamente culturais, educativas e altruísticas”. Ortriwano pp.14.

Segundo BARBOSA FILHO (2003, p.40),

[...] Muitos apreciadores que apostavam na potencialidade do novo meio se associavam e pagavam assinaturas. [...] Sem a instituição do campo publicitário nesse espaço, que era proibido pela legislação brasileira, as rádios eram mantidas por atividades privadas ou públicas. Havia, também, um apelo aos sócios para que ajudassem nessa tarefa.

Naquele momento, a radiodifusão era ainda um investimento muito caro, e único no país a possuir um grande número de emissoras e de aparelhos receptores de rádio eram os Estados Unidos. A indústria norte-americana de aparelhos de rádio cresceu de forma extraordinariamente rápida. Tanto na América quanto na Europa, eram intensas as discussões sobre o papel social do novo meio de comunicação de massa. Uma das grandes questões em debate era a do caráter dos conteúdos transmitidos: se eles deveriam ser educativos, informativos ou de simples diversão.

O crescimento do rádio brasileiro se deu lentamente na década de 1920, foi acelerado na década de 1930, mas, somente após o término da Segunda Guerra Mundial, o veículo se tornou acessível para as classes populares. Nesses 22 anos entre o lançamento da primeira emissora e o fim da Guerra, o Estado estabeleceu diferentes relações com o setor. No governo de Getúlio Vargas, o sistema radiofônico foi objeto de atenção de diferentes ministérios.

1.2.1 - Profissionalização do setor radiofônico e legislação

Na década de 1920, o governo brasileiro não se interessou em criar um sistema estatal de emissoras de rádio, deixando o caminho aberto para a iniciativa privada. Através do Decreto nº16.657, de novembro de 1924, o presidente Arthur Bernardes aprovou o *Regulamento dos serviços civis de radiotelegrafia e*

radiotelephonia. As emissoras de rádio destinadas à *radiodifusão (broadcasting)* foram classificadas por esse decreto como de tipo experimental. O governo preocupou-se em controlar o conteúdo e o caráter daquilo que era transmitido.

A potência das emissoras era limitada, impedindo que fossem claramente captadas nos estados vizinhos. Os aparelhos receptores (chamados pelo decreto de estações receptoras) deveriam ser registrados nas repartições do serviço de telégrafo mediante o pagamento de uma taxa anual de 5\$ (cinco mil réis). A partir do registro dos aparelhos receptores, o governo poderia acompanhar cuidadosamente o crescimento do número de ouvintes e realizar avaliações sobre o papel do sistema radiofônico em diferentes regiões.

O setor de radiodifusão era, na década de 1920, um local de incertezas, de investimento caro e retorno duvidoso. O desenvolvimento do rádio brasileiro, no período anterior à década de 1930, foi freado não só por razões de ordem técnica, mas também por uma turbulenta conjuntura política, que entremeava períodos de normalidade constitucional com constantes declarações de estado de sítio. Nessa conjuntura, o rádio poderia tornar-se um perigoso veículo de comunicação, de divulgação dos acontecimentos e de idéias.

Na década de 1930, a situação se altera. Entre 1930 e 1937 foram fundadas 43 emissoras.

Atribui-se à legislação aprovada em 1931 e regulamentada em 1932, através dos Decretos nº 20.047 e 21.111, de 27/05/1931 e 1º/03/1932, respectivamente, uma grande parcela de contribuição para o surgimento e consolidação de uma conjuntura favorável ao rádio. A nova legislação tornou o sistema de radiodifusão potente e eficaz, aperfeiçoando e atualizando o decreto de 1924. É o fim da idéia de um rádio experimental e amador.

O rádio foi obrigado a evoluir e em 1931, como forma de garantir a sua existência os "*reclames*" faziam o papel dos intervalos comerciais de hoje. Com a introdução de comerciais o rádio se transfigurou perdendo seu caráter erudito, educativo e cultural, tornando-se popular e mais preocupado com o lazer e a diversão. "*Com o advento da publicidade trataram de se organizar como empresas para disputar o mercado.*" Ortriwano pp.15. Por conta também da publicidade surge o interesse pela audiência.

1.2.1.2 – Rádio Record, pioneira na profissionalização

A Rádio Record foi uma das primeiras emissoras a investir na criação de quadros permanentes de profissionais, com remuneração regular. O desempenho do rádio no período que se seguiu à Revolução Constitucionalista (1932), conseguindo exercer com eficácia o papel irradiador e influente na discussão de temas nacionais reforçou a percepção governista de que o novo meio de comunicação precisava de maior direcionamento. Devidamente controlado, o rádio serviria aos interesses de agregação nacional e à difusão dos ideais do governo recém-instalado. Como primeira líder de audiência na história das rádios brasileiras, a Record estendeu seu pioneirismo à discussão de temas políticos por meio do que se chamava de *palestras instrutivas*. Estas palestras se traduziam em não mais do que na presença de políticos em seus estúdios, emitindo opiniões sobre temas nacionais e tentando arrebanhar ouvintes para as causas que defendiam.

O Estado ordena, distribui, racionaliza e incentiva o sistema de radiodifusão em todo o país, preparando-se, então, em contrapartida, para utilizá-lo em proveito próprio, a partir da criação de um programa nacional de caráter oficial. Segundo o artigo 69º do Decreto nº 21.111, o programa deveria “ser ouvido, ao mesmo tempo, em todo o território do país, em horas determinadas”, tendo como principais assuntos questões educacionais de ordem política, social, religiosa, econômica, financeira, científica e artística. Ficava proibida a irradiação de outros programas no horário do *Programa Nacional*. Além das dificuldades técnicas propriamente ditas, a irradiação do Programa ainda enfrentou outros problemas. Segundo o historiador Antônio Pedro, “as rádios de São Paulo rebelaram-se contra as propostas de integração do governo central ao instituir a Hora Nacional em 1934” (Tota, 1990: 16), preferindo manter-se fora do ar durante a irradiação do mesmo. Em abril de 1935, a revista *A Voz do Rádio*, dirigida por Gilberto de Andrade, publicou uma entrevista com Salles Filho, diretor da Imprensa Nacional, sobre a resistência enfrentada pelo *Programa Nacional*. Salles filho esclarece que o programa dedicava-se a divulgar “não só os atos oficiais, mas tudo quanto interessar ao país, dentro ou fora das fronteiras, mormente assuntos comerciais e econômicos” e que a resistência se devia simplesmente a interesses contrariados. Ainda em 1935, o programa foi rebatizado como *Hora do Brasil*, ficando sob a responsabilidade do Departamento de

Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), dirigido por Lourival Fontes, que em 1939 foi escolhido para dirigir o DIP.

A criação de um programa para ser ouvido, simultaneamente, em todo o território nacional, e que fosse capaz de integrar à Capital Federal os vilarejos mais distantes, somente se efetivou em 1939, já com a *Hora do Brasil*, a cargo do então recém-criado DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda).

No período entre 1939 e 1945, as atividades culturais do país estiveram sob a supervisão do DIP, poderoso órgão de controle e censura do Estado Novo. O Decreto-Lei nº 1.949, de 30/12/1939, fixou as normas que regeriam as atividades de imprensa e propaganda em todo o país. Nos primeiros 25 anos, apenas os atos do Poder Executivo eram divulgados. Este perfil editorial mudou em 1962, quando o Congresso Nacional passou a integrar o noticiário. Neste mesmo ano, o Senado e a Câmara dividiram a segunda meia hora do programa. Também em 1962 ocorre a mudança de nome, com o programa passando a chamar Voz do Brasil. Em 1962, o noticiário oficial ficou sob responsabilidade da Empresa Brasileira de Notícias (EBN), que foi substituída em 1988 pela Radiobrás. Atualmente, a Voz do Brasil é regulamentada pelo Código Brasileiro de Telecomunicações. Em 1995, a Voz do Brasil entrou para o Guinness Book (livro de registro dos maiores feitos de pessoas e entidades no mundo inteiro) como o programa de rádio mais antigo do Brasil. O noticiário também é o mais antigo programa de rádio do Hemisfério Sul.

Devido ao objetivo do aspecto educativo as primeiras emissoras sobreviveram graças às doações feitas periodicamente, e às mensalidades pagas pelos possuidores de aparelhos receptores.

Em 1935 a rádio Kosmos e a Rádio América, ambas em São Paulo, criam o primeiro programa de auditório. A rádio Jornal do Brasil foi a primeira a implantar uma programação baseada na informação.

Com toda evolução os governantes começaram a notar o poder do rádio. *"Getúlio Vargas foi o primeiro governante brasileiro a ver no rádio grande importância política. E passa a utilizá-lo dentro de um modelo autoritário."* Ortriwano pp.17

1.3 O Rádio em Sergipe

1.3.1 – A história

No momento em que toda essa revolução na comunicação acontecia no país, Sergipe também passava por algumas mudanças no cenário político econômico. Segundo a professora e historiadora Ilma Ramos, através do site *aracaju.se.gov.br*, *“Em 1911 e 1920 Aracaju já se impunha como o maior centro urbano do Estado e a cidade mais industrializada de Sergipe, confirmando a visão política-administrativa de Ignácio Barbosa”*. Ela também afirma que *“é na segunda década do século vinte que os governantes se preocuparam com o aspecto urbano e isso se configura num ordenamento espacial mais condizente com as novas necessidades”*.

As grandes transformações urbanísticas aconteceram em torno das comemorações do primeiro Centenário da Independência de Sergipe, quando a Intendência associou-se ao Estado para um melhor tratamento urbanístico de Aracaju, por volta de 1920.

Nesta época, Sergipe possuía uma economia basicamente agropecuária, com pequenas fábricas em Aracaju. Reflexos das transformações também ocorriam no estado. Na agricultura os engenhos começavam a ser desativados, a política cafeeira tomava conta do Brasil, centralizando a monocultura entre os Estados de Minas Gerais e São Paulo. Em meio às mudanças vieram as revoluções militares até que Getúlio Vargas assumiu a presidência da república em 3 de novembro de 1930 e resolveu apoiar o desenvolvimento da radiofonia nacional.

Vargas nomeou interventores para todos os Estados brasileiros. O primeiro interventor sergipano foi Maynard Gomes, que mais tarde foi substituído por Eronides de Carvalho, em 2 de abril de 1935. Foi durante a intervenção de Carvalho que Sergipe ganhou sua primeira emissora de rádio, a Rádio Difusora de Sergipe, ou PRJ-6, atualmente chamada de Rádio Aperipê AM, operando na frequência de 630 KHz; sua inauguração aconteceu em 30 de junho de 1939.

Sua programação contou com nomes de destaque na radiodifusão sergipana

como: João Melo, Guaraci Leite França, João Bezerra, Sodré Jr. e Santos Santana.

Segundo relata Júnior, *"O nome da emissora foi uma homenagem ao Cacique Aperipê, que havia chefiado uma tribo de índios na região de Sergipe."* (pp.13.)

Após a implantação da Rádio Aperipê, que tinha o objetivo específico de valorizar *"a educação e a propaganda, além de divulgar a vida do Estado e municípios"*³, como também servir aos interesses dos governantes, outros grupos políticos resolveram ter suas próprias emissoras. Atualmente, a Rádio Aperipê AM (FUNDACAO APERIPE DE SERGIPE, situada à rua Laranjeiras, 1837, Bairro Getúlio Vargas), onde funciona a o Sistema Aperipê de Comunicação, com mais uma Rádio FM (104,9 Mhz) e a TV que levam os mesmos nomes, e, segundo os registros do Ministério das Comunicações, tem como diretores, **JOSE GEOVACI CORREIA DOS SANTOS e GERALDO SANTANA DE MORAES**.

Em 1953, mais de dez anos depois da implantação da PRJ-6, a segunda emissora de rádio do Estado começou a funcionar. **A rádio Liberdade AM**, (RADIO LIBERDADE DE SERGIPE LTDA), situada à Rua Pacatuba, Edifício Paulo Figueiredo - Centro), operando em 930Khz, surgiu para atender aos anseios do grupo Udenista de Sergipe. O Ministério das Comunicações apresenta em seus registros, os nomes de 10 pessoas como integrantes de seu quadro societário, dentre elas, **o deputado estadual LUIZ GARIBALDI RABELO DE MENDONCA** e como principal diretor, o senhor RONALDO RAMOS ALMEIDA SANTOS, sobrinho do senador ALMEIDA LIMA. À época, quando Leandro Maciel, um dos líderes do partido da União Democrática Nacional, resolveu visitar Aracaju, quis que sua passagem fosse registrada desde a chegada ao aeroporto. Como na época a UDN era oposição ao governo, a Rádio Difusora não fez a cobertura do evento. Porém, o oposicionista local, Albino Silva foi à residência de Maciel e garantiu que na próxima visita tudo seria registrado por outra emissora que não fosse a estatal. Assim sendo, em 1953 surgia, na rua Manoel Aguiar Menezes, 33 – Getúlio Vargas a Rádio Liberdade. Recentemente, a sua programação esteve arrendada à Igreja Universal. Depois, passou a ser afiliada da CBN (Central Brasileira de Notícias) – Sistema Globo de Rádio. Há pouco mais de um ano, tornou-se afiliada da Rede Bandeirantes de rádio retransmitindo quase 100% de sua programação nacional para Sergipe. Apenas alguns boletins informativos locais, gravados, são exibidos diariamente.

Cinco anos mais tarde, em 21 de novembro de 1958, nasce outra emissora,

desta vez uma rádio católica, a **Rádio Cultura**, que opera em 670Khz. Na época o Bispo Dom José Vicente Távora percebeu que as emissoras existentes somente atendiam a interesses políticos. Então *“Dom Távora procurou o senhor Manoel Donizete Vieira - uma pessoa muito religiosa - entregando-lhe a missão de dirigir os destinos da nova emissora, cujos orçamentos e plantas para a sua montagem foram solicitados à Phillips do Brasil”* (revista *Rádio Cultura 40 anos* Pp.07-08). Após o estudo técnico ter sido concluído Dom Távora procurou um de seus parentes, um dos coronéis da política cearense que possuía a concessão e a aparelhagem para montar uma rádio e fez-lhe o pedido que logo foi atendido.

A Rádio Cultura de Sergipe nasceu com o objetivo de evangelizar e educar através do Movimento de Educação de Base (MEB) que transmitia através da programação da emissora com 10Kw de potência na antena, sempre das 18 às 19 horas aulas para todo o Estado e até para municípios de Alagoas e Bahia. Desde a sua fundação, a emissora funciona na Rua Simão Dias, 643, Centro de Aracaju e os transmissores no Parque dos Faróis (Município de Socorro) e, há 12 anos, é administrada pela Comunidade Católica Shalom, apresentando uma programação religiosa, em sua maioria, mas, parte dela também, dedicada ao jornalismo e ao esporte. Pelos registros do Ministério das Comunicações a rádio Cultura (**FUNDAÇÃO ARQUIDIOCESANA DE CULTURA**), tem em seu quadro societário quase quatrocentas pessoas e tem como diretores: **GERALDO SANTANA DE MORAES, CLAUDIO MESSIAS BARRETO e FERNANDO GARCEZ VIEIRA.**

Também em 1958, surgiu outra emissora, a **Rádio Jornal AM**, (RADIO JORNAL DE SERGIPE LTDA, situada à RUA CLAUDIO BATISTA, 334 – SANTO ANTÔNIO), e que, de acordo com o Ministério das Comunicações, 11 pessoas compõem seu quadro societário, dentre elas, o **ex-Governador** do Estado de Sergipe, **JOÃO ALVES FILHO**, e a sua esposa e **senadora, MARIA DO CARMO NASCIMENTO ALVES**, na condição de sócia e principal diretora da Emissora. A Rádio Jornal AM opera em 540Khz. Instalou-se, inicialmente, na Avenida Barão de Maruim e foi fundada por causa de divergências entre UDN e PSD. Por conta da briga política no dia de sua inauguração o grupo udenista interrompeu o fornecimento de energia elétrica do transmissor da Jornal, quase impedindo a inauguração. Os correligionários udenistas não contavam com a astúcia de José Leite, que mandou transportar de uma de suas fazendas até o local onde ficava o

transmissor um gerador de energia, o que acabou frustrando a ação do grupo opositor.

Dez anos depois da rádio Jornal, em 29 de junho de 1968, foi inaugurada a **Rádio Atalaia AM** (RADIO ATALAIA DE SERGIPE LTDA, que segundo o Ministério das Comunicações, tem como sócios os senhores **WALTER DO PRADO FRANCO SOBRINHO e AUGUSTO DO PRADO FRANCO NETO** e opera em 770Khz. A Rádio nasceu de uma necessidade político-econômica do grupo político de Augusto Franco, que precisava legitimar seu prestígio em Sergipe. No início, começou a operar no Hotel Pálace. Atualmente seus estúdios situam-se na Rua Cláudio Batista, no Bairro Santo Antônio, e seus transmissores estão situados no Bairro Porto D'anta).

Após estas emissoras surgiram outras também de Amplitude Modulada no interior do Estado, como a Rádio Esperança, em Estância; a Princesa da Serra, em Itabaiana; Progresso e Eldorado, em Lagarto; e a Rádio Cidade, em Simão Dias. Após o festival de concessões de rádio em AM, chega a vez das emissoras de Frequência Modulada ocuparem o seu espaço no chamado "éter".

1.3.2 - As FM's e a situação atual

Atualmente Sergipe possui mais de dez emissoras de Frequência Modulada (FM), funcionando regularmente. São elas: **Rádio Delmar FM**, (RADIO FM ARACAJU LTDA RUA, situada à rua SANTA CATARINA, 136 – Siqueira Campos e, que, segundo o Ministério das Comunicações, tem como sócios: **DANUSA SILVA MENEZES e JOSE CARLOS SILVA**), operando em 88,7 Mhz, está com sua programação totalmente arrendada a Igreja Universal.

Rádio Atalaia FM, (TELEVISAO ATALAIA LTDA), situada a RUA CLAUDIO BATISTA - SANTO ANTÔNIO, e que, de acordo com o Ministério das Comunicações, tem como sócios: **WALTER DO PRADO FRANCO SOBRINHO e AUGUSTO DO PRADO FRANCO NETO**, pertencente a outro grande grupo político que, além da FM, administra, também, a rádio AM Atalaia e a TV que leva o mesmo nome. Esta última, afiliada da Rede Record de Televisão. Ela opera em 93,5 Mhz, e foi denominada há quase um ano como MEGA FM e arrendada ao radialista Joe

Feitosa, que conta com uma programação denominada "povão", evidenciando o axé music, pagode e o modismo do "arroxa".

A FM Sergipe, (RADIO TELEVISAO DE SERGIPE S/A), localizada na rua ALTO DO MORRO DA TV, S/N, e, que, segundo o Ministério das Comunicações, conta um grande número de sócios, dentre eles, o **Ex – governador** do Estado de Sergipe, **ALBANO DO PRADO PIMENTEL FRANCO** e tem como diretores: **LEONOR BARRETO FRANCO** - ex-primeira dama do Estado – , **JOSE NILTON DE SOUZA** e **EVANDO FERREIRA SANTOS**), opera em 95,9 Mhz. Também pertence a um outro grande grupo político; o grupo da Família Franco que administra ainda a TV Sergipe, retransmissora da Rede Globo de Televisão para o Estado. Sua programação é totalmente popular e conta com a participação do ouvinte em praticamente todos os programas.

Rádio Jornal FM, (RADIO 98,1 FM LTDA, situada na AVENIDA CORINTO LEITE – B. Industrial, e que tem como sócios: **MAX WALTER PINTO ALVES** e **MARCOS ANTONIO PEREIRA**), atualmente com sua programação arrendada ao grupo do bispo Edir Macedo, é chamada de Rede Aleluia e opera em 98,1 Mhz.

Rádio Liberdade FM, (RADIO LIBERDADE DE SERGIPE FM LTDA, situada a RUA MIRON DE OLIVEIRA RIBEIRO, 155 – SANATÓRIO e, que tem como sócios: **ANTONIO VALENCA ROLLEMBERG NETO**, **FRANCISCO DE CAMPOS ROLLEMBERG** e **ANGELICA MARIA DE CAMPOS ROLLEMBERG**), operando em 99,7 Mhz, conta com uma programação bastante definida, priorizando clássicos da MPB, um leve pop rock, além de reservar um espaço específico para a música sergipana. Como quase todas, também pertence a um grupo político influente em Sergipe, a família Rollemberg, que também é proprietária de uma concessão de emissora por assinatura a TV Caju, canal 47 e outra FM no município de Carmópolis (Ouro negro FM, 94,5 Mhz). Embora as duas FM's ainda constem no MC com os nomes supracitados, recentemente já foram consolidadas as vendas dos dois veículos para o empresário Gilton Andrade, também gestor da banda Calcinha Preta.

Ilha FM, (RADIO FM DA ILHA LTDA), embora os transmissores fique localizados na RUA N, 133 - no município de Barra dos Coqueiros, os estúdios situam-se à rua Estância, em Aracaju, visto que, estes municípios são separados apenas pelo Rio Sergipe. Segundo o Ministério das Comunicações, a Ilha FM tem como sócios: **RICARDO AUGUSTO FERREIRA RIBEIRO**, **JOSE RAYMUNDO**

RIBEIRO JUNIOR, ANA CLEIDE FERREIRA RIBEIRO e VERONICA BARBOSA LIMA RIBEIRO). Ela opera em 102,3 Mhz.

Seguindo a seqüência no dial vem a 103 FM, (EMPRESA SERGIPANA DE RADIODIFUSÃO LTDA, situada a RUA NOSSA SENHORA DA GLORIA - SANATÓRIO e, que, de acordo com o Ministério das Comunicações tem como sócios, **CARLOS JOSE MENESES SILVA E JESSICA MENESES SILVA**) operando em 103,1 Mhz .

A Rádio Aperipê FM, (FUNDACAO APERIPE DE SERGIPE), situada a RUA LARANJEIRAS – Getúlio Vargas e, que, segundo o Ministério das Comunicações tem como diretores: **JOSE GEOVACI CORREIA DOS SANTOS SE GERALDO SANTANA DE MORAES**), operando em 104,9 Mhz é a emissora educativa em Frequência Modulada. Sua programação também é bastante definida tocando somente MPB e música clássica. Sergipe possui outras emissoras FM no interior do Estado. Algumas delas são: Lagamar FM, de Lagarto; Ouro Negro FM, de Carmópolis, operando em 94,5 Mhz e também de propriedade do grupo Rollemberg; FM Princesa da Serra, de Itabaiana entre outras.

Existem hoje mais de 3 mil emissoras de rádio no País, e o rádio está presente em mais de 95% dos lares brasileiros. (Terra - 23/09/2005 - Gp rádio)

2. PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA e o RADIOJORNALISMO

Tipos de Programação

Cada Emissora de Rádio, a partir de seu objetivo e perfil de público almejados, procura evidenciar um tipo de programação que funciona como principal atrativo aos ouvintes e anunciantes. Segundo Vigil Lopez, no Livro Manual Urgente para de Radialistas Apaixonados da Editora Paulinas, (2003, p. 434), "A programação é o diálogo que a Rádio entabula com o público, as mensagens que emite para se relacionar com cada um dos personagens recém-descritos..." Diz ainda: (2003, p.435) "A programação é a palavra conquistadora, a declaração de amor dela - emissora - a ele - seu público."

A ética e a consideração pelos valores morais sempre foram premissas quando se pretende liberar a concessão pública de uma Emissora de Rádio.

De acordo com o artigo 221, da constituição Brasileira, "A produção e programação das Emissoras de Rádio e Televisão atenderão os seguintes princípios":

- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV – "respeito aos valores éticos e, sociais da pessoa e da família".

Todas as emissoras de Rádio emitem, basicamente, músicas e/ou notícias, visando, de alguma maneira, prender a atenção do público desejado. A questão não é o somente o que vai pro ar, mas, a forma do que vai ao ar, ou seja, ser diferente, é apresentar uma programação com a linguagem adequada ao que se pretende como veículo de comunicação.

Numa emissora em que predomina o foco jornalístico sua programação pode

ser denominada como INFORMATIVA. Quando o que prevalece é a música e o entretenimento, adicionada a participação do ouvinte, pode-se entender que a programação é a PARTICIPATIVA. Além desses, existem outros tipos de programação, como quando acontece de uma emissora caracterizar-se como FEMINISTA ao focar-se nesse gênero.

A forma pela qual, essa ou aquela emissora, é conhecida na "boca do povo", é a maneira mais simples de definir o seu posicionamento junto ao público. Algumas são conhecidas como: "as populares"; outras: "as elitizadas"; outras ainda: "as verdadeiras...", ou...as do blá, blá, blá..."

Pode-se definir de uma forma relativamente ampla, **quatro modelos de programação**: A **total** (de tudo para todos), ou, conhecida também como: geral, convencional, ou de serviço total. A **segmentada** (de tudo para alguns), ou seja, um público selecionado, preferencial. Não se trata de direcionar um ou outro programa, mas, toda a grade de programação. A **especializada** (de algo para alguns). Neste caso não se segmenta a audiência, mas, especializa a programação em algum gênero, conteúdo ou temática. Há emissoras que se especializam em só tocarem músicas. Outras, apenas, notícias, como é o caso da Rede CBN, pertencente ao Sistema Globo de Rádio, representada aqui em Aracaju pela Rádio Liberdade AM, 930 Khz. E, finalmente, as **Radiofórmulas**. Neste modelo a essência está no próprio formato de forma generalizada e constante. A Rádio Reloj, de Cuba, foi uma das primeiras radiofórmulas da América Latina superando a casa dos setenta anos de existência anunciando somente as horas, durante toda a sua programação, de minuto a minuto.

Vigil Lopez, no Livro Manual Urgente para de Radialistas Apaixonados da Editora Paulinas (2003, p. 436), apresenta a programação em duas direções: "Como uma ponte, podemos percorrê-la de lá para cá - partindo das expectativas do público para com a emissora - de cá para lá - partindo das ofertas da emissora para o público. Ambos os extremos são indispensáveis para desenhar uma programação: o que o público quer, o que a emissora quer. Essa dialética... é igualmente válida para o conjunto da programação. Uma programação impositiva, pensada unicamente em nossos objetivos, está destinada ao fracasso. Uma programação condescendente, armada apenas em função do gosto dos ouvintes, colhe um sucesso tão fácil quanto volúvel".

Pelo que se pode observar, essa realidade vivida pelos administradores de Emissoras e os ouvintes, acaba provocando a necessidade de se achar um meio termo que atenda tanto a esses veículos quanto aos seus receptores. Para isso, cada Rádio procura apresentar, baseando-se em seu público alvo, o diferencial de sua programação. Neste caso, o fator qualidade, aparece como ponto determinante desta discussão. Mas, o que poderíamos chamar efetivamente de qualidade de programação radiofônica?

2.2 O Radiojornalismo

2.2.1 A abordagem dos Valores-Notícia

Nos meios de comunicação, os acontecimentos abordados partilham uma característica: todos eles passaram por algum tipo de seleção. De acordo com pesquisadores, os jornalistas se baseiam em um grupo de critérios chamados de *valores-notícia*. São esses critérios que permitem determinar se um acontecimento merece relato, e/ou, investigação jornalísticos e também se é justificável sua entrada na pauta do veículo de comunicação.

De acordo com WOLF (1996, p.223),

[...] os 'valores notícia' derivam de regras práticas que incluem um corpus constituído de conhecimentos profissionais que implicitamente e, freqüentemente também explicitamente, orientam e dirigem os processos de trabalho na redação.

É claro que não se deve esbarrar na ingenuidade da afirmação que jornalistas e editores sejam orientados por uma lista pendurada na parede da redação, mas, é certo de que eles procedem, a partir da verificação da existência de determinados *valores-notícia*, à verificação do potencial de que, um fato ou acontecimento, pode possuir para ser transformado em notícia. Isto é chamado de *noticiabilidade*.

A definição deste potencial, de acordo com EPSTEIN (2004) está vinculada à análise do *“conjunto de elementos, princípios e valores através dos quais o sistema informativo que controla e gerencia o fluxo de informações sobre os eventos, procederá a seleção das notícias”*.

Um dos primeiros estudos feitos acerca dos valores-notícia foi realizado pelos pesquisadores Johan Galtung e Marie Holmboe Ruge, no ano de 1965. Mesmo com o tempo que separa a realização dessa pesquisa dos dias atuais e ainda que o foco inicial do trabalho tenha sido a cobertura internacional de eventos, a pesquisa de Galtung e Ruge tornaram-se referência nas discussões sobre os valores de noticiabilidade adotados pelos meios de comunicação em geral. Os cientistas identificaram, pelo menos, 12 valores-notícias, como segue:

a) **Frequência – Duração** de um acontecimento e a extensão com a qual este acontecimento se encaixa na periodicidade dos meios de comunicação. De acordo com esse critério, eventos como acidentes em geral e assassinatos se qualificam para a transformação em notícia porque são de curta duração e quase sempre são adaptáveis ao cronograma dos meios de comunicação. As implicações de um acontecimento como, por exemplo, desdobramentos econômicos, sociais e/ou políticos têm pouca probabilidade de serem efetivados como notícias uma vez que levam tempo para se desenvolver. Quando chegam a figurar como notícia, geralmente isso ocorre por meio de um evento claramente definido (uma coletiva de imprensa, a divulgação de uma nota oficial etc);

b) **Amplitude** - Definida pela extensão que um evento consegue alcançar. O conceito de amplitude varia de acordo com o meio de comunicação e o público a que este se destina. Assim, segundo o critério da amplitude, um acidente automobilístico causado por um motorista bêbado pode até ser noticiado em um jornal local, mas dificilmente ganhará destaque em um meio de comunicação de alcance nacional. A dimensão de um acontecimento também costuma ser influenciada por seu grau de significação;

c) **Clareza ou falta de ambigüidade** – Ao contrário do que ocorre na literatura, onde a polissemia é explorada e evidenciada, os *mass media* em geral costumam privilegiar o caráter monossêmico dos acontecimentos. A esse respeito, TRAQUINA (2005, p.70) destaca que *“é preferível um*

acontecimento com uma interpretação clara, livre de ambigüidade no seu significado, ao que é altamente ambíguo". Eventos corriqueiros como assassinatos e acidentes automobilísticos não levantam questionamentos, porque seus significados são imediatamente apreendidos e esse caráter os tornam fortes candidatos a se materializarem como notícia;

d) *Significância* – A significância de um evento, de acordo com Galtung e Ruge, é um valor-notícia passível de dupla interpretação. Pode tanto ser compreendido a partir do viés da relevância do acontecimento (traduzido pelo impacto que pode causar sobre leitores/ouvintes/espectadores) e pela proximidade, principalmente a cultural, uma vez que acontecimentos ocorridos em culturas diferentes da nossa são menos vistos como atrativos e significantes;

e) *Consonância* – O valor-notícia da consonância tem a ver com a capacidade de um acontecimento responder às expectativas da mídia. O resumo desse princípio é o de que se a mídia espera que algo aconteça, então vai acontecer e essa certeza é garantida pelo ângulo escolhido para a abordagem de determinado acontecimento.

Sob esse ponto de vista, um protesto de servidores por melhorias salariais geralmente está associado a tumultos e é justamente esse aspecto que vai ser privilegiado na cobertura.

f) *Caráter inesperado* – Se um acontecimento é altamente não previsível, então sobem na mesma proporção suas chances de se materializar em notícia. A imprevisibilidade, entretanto, necessita estar dentro dos limites da *significância* e da *consonância*. Como TRAQUINA (2005, p.71) refere que:

[...] não é suficiente para um acontecimento ser culturalmente significativo e consonante com o que se esperava – isto define apenas um vasto conjunto de candidatos a notícias. Dentro deste conjunto, de acordo com Galtung e Ruge, as mais inesperadas têm maiores hipóteses de serem incluídas como notícia.

g) *Continuidade* – Uma vez que um acontecimento recebe cobertura jornalística, é conveniente cobri-lo mais um pouco. Antes de qualquer coisa,

isso permite que as organizações midiáticas abordem outros ângulos do evento, considerando que o acontecimento original já foi devidamente retratado. Contudo, isso depende fundamentalmente da natureza do evento. Para TRAQUINA (2005, p.71), isso reflete que *"[...] logo que algum acontecimento ou assunto [...] seja definido como 'notícia', então continuará a ser definido como notícia durante algum tempo, mesmo que a amplitude seja drasticamente reduzida"*.

h) Composição – Esse valor-notícia tem a ver com uma questão de equilíbrio das notícias e está muito mais vinculada ao julgamento dos editores do que a qualquer outro critério. Um exemplo de seu padrão de funcionamento é que se há muitas notícias internacionais, algumas serão descartadas em favor de abordagens mais domésticas e que guardem mais familiaridade com o público nacional. Se algum acontecimento de grande porte estiver atraindo muita atenção, haverá um grupo de notícias menos importantes para contrabalançar sua abordagem.

i) Referência a nações de elite – Está relacionado à proximidade cultural. Conforme a percepção de Galtung e Ruge, aquelas nações que são mais culturalmente próximas de nós recebem a maioria da atenção e da cobertura jornalísticas. Esse critério é observável não somente na cobertura política ou bélica, mas também na cobertura de acidentes, em que aspectos como o número de mortos ganha mais ênfase quanto maior for a proximidade cultural. Em geral isso é condicionado pelo fato de que as organizações noticiosas mantêm jornalistas na Europa e nos Estados Unidos, de modo que quando um acontecimento noticiável eclode, sempre há alguém para proceder à tarefa;

j) Referência a pessoas de elite – A mídia presta atenção a pessoas importantes. Qualquer pessoa em quem os meios de comunicação prestem atenção deve ser importante. Se um acontecimento envolve um chefe de Estado, ganha cobertura jornalística.

Se envolve um membro do *show business* (ator, cantor, celebridade instantânea, etc), um acontecimento tem seu potencial noticiável amplificado.

De modo geral, “as ações da elite são, pelo menos geralmente e na perspectiva a curto prazo, mais importantes do que as atividades dos outros” (TRAQUINA 2005, p.72);

k) Personalização – É definida pela referência a pessoas envolvidas.

De acordo com Galtung e Ruge está ligada aos valores notícias definidos pela *significância* e pela *clareza*. Por exemplo, uma incompatibilidade entre as políticas governamentais e as idéias da oposição pode ser representada como um embate discursivo entre os dois líderes. A personalização consiste em

[...] apresentar acontecimentos como frases em que existem um sujeito, uma determinada pessoa ou coletividade composta por algumas pessoas, e o acontecimento é também visto como uma consequência das ações desta pessoa ou destas pessoas (TRAQUINA, 2005, p.72).

l) Negatividade - *Bad news is good news*. A máxima da língua inglesa diz que *notícias ruins são boas notícias*. De fato, acontecimentos com acentuado caráter negativo carregam consigo muitos dos outros critérios de noticiabilidade – podem ser inesperados, claros, consoantes com nossas expectativas gerais sobre o mundo e, ainda, amplos. Um exemplo interessante referido por FISKE (1987) dá a medida da valorização do caráter negativo. Segundo o autor, um jornalista americano durante uma guerra no Congo Belga abordou um grupo de mulheres brancas perguntando “*Alguém aqui foi estuprada e fala inglês?*”. O exemplo demonstra a sobrevalorização da negatividade envolvida no acontecimento a ser retratado em detrimento das consequências reais, principalmente para os envolvidos.

3. A QUALIDADE E O RADIOJORNALISMO

3.1. A qualidade na prestação de serviço

Faz-se necessário, inicialmente, focar-se nas necessidades e desejos do cliente (neste caso, do ouvinte), criando uma programação que atenda ou exceda suas expectativas. A definição do que é qualidade foi apresentada por ASAS (1994): "Qualidade é a extensão com que os produtos e/ou serviços cumprem as exigências das pessoas que os utilizam".

A qualidade na prestação de um serviço, e Rádio, é prestação de serviço, se faz presente por intermédio das pessoas. São elas que fazem com que os serviços sejam diferenciados pelo atendimento prestado ao cliente. A qualidade depende basicamente de cada colaborador, consciente do papel a cumprir e comprometido com o sucesso do empreendimento.

Uma outra questão com a qual a Empresa (Emissora) deve preocupar-se, quando busca a qualidade na prestação de serviços, é ter uma estratégia bem concebida para os serviços. Segundo CASAS (1994, p.21), ao considerarmos o setor de prestação de serviços como um todo, percebe-se que o objeto de comercialização é uma combinação de tangíveis e intangíveis que variam de proporcionalidade. A estratégia vai definir as políticas da organização, os procedimentos, as instalações, além de outros fatores, capazes de atenderem à conveniência do cliente (ouvinte) e não somente da Empresa. A partir daí, é importante uma orientação massificada da organização em relação as reais prioridades do cliente.

O diferencial do mercado, diante de uma clientela (massa de ouvintes) cada vez mais exigente e bem informada, consiste em ir além da satisfação. O ideal é que se exerçam as expectativas do cliente no atendimento que lhe é dado, mesclando qualidade com um compromisso pessoal e profissional de cada pessoa.

Numa Emissora, por exemplo, em que o seu foco é, realmente, atender aos anseios de seus ouvintes, todos são importantes na prestação do serviço. O locutor, por exemplo, funciona como um cartão postal da Emissora. Uma espécie de "porta

de entrada", mas, a satisfação do ouvinte vai muito mais além. Incide, desde a dinâmica deste profissional, à programação como um todo.

"(...) Em uma organização voltada para o cliente, todos são responsáveis pelo serviço, porém, existem as pessoas que estão no local ideal para ajudar a conhecer melhor o cliente: os funcionários - homens e mulheres - cujo trabalho coloca a empresa em contato pessoal e direto com o público todos os dias, em que cada uma delas, independente do setor de negócios, pode servir como um "ímã" para atrair informações sobre o cliente (Albrecht, 1992).

Para Kotler (1998, p. 65), "Qualidade é a totalidade de aspectos e características de um produto ou serviço que proporcionam a satisfação de necessidades declaradas e implícitas". Esta definição deixa clara a idéia de que se trata de qualidade focada no cliente, o que proporciona a satisfação deste. Ou seja, um trabalho que envolve a participação de todos. Em se tratando de uma emissora de Rádio, a programação que vai ao ar também depende de uma sinergia entre todos os setores. Percebe-se que é possível compará-la a uma engrenagem. Todos têm a sua devida e real importância. Desde a funcionária que serve o cafezinho ao locutor de comunica.

A qualidade voltada ao atendimento a clientes está diretamente relacionada a uma nova cultura organizacional, um ambiente de participação, no qual o compromisso com o sucesso deve ser o ponto comum. Novos parâmetros gerenciais e participativos e inovações nos procedimentos operacionais são ações voltadas para a satisfação dos clientes e para o aumento da produtividade de uma empresa, independente do ramo ou setor à qual faça parte.

A competição global é uma realidade atual e constante e deve permitir uma interação de forma transparente seja por telefone, atendimento presencial ou, até mesmo, internet, facilitando a prestação de serviços a qualquer momento, sempre com um enfoque pessoal com quem se busca a interação.

Serviço pode ser definido como uma atividade que não gera produtos e, dessa forma, a qualidade destes, implica no bom desempenho dos processos internos e externos que levem ao fornecimento de serviços que tragam satisfação às necessidades e exigências do consumidor (Puri, 1994).

A análise e o aperfeiçoamento dos ciclos de serviços (Figura 1) de uma empresa são fundamentais na administração dos serviços por ela prestados, pois, vão contribuir para a maior satisfação do cliente. Conseqüentemente ocorrerá melhoria da qualidade dos serviços, o que torna mais fácil conseguir o sucesso da organização.

Figura 1 - Qualidade de um serviço



Fonte: Revolução nos serviços. Karl Albrecht, 1992.

3.2 O Rádio digital como um forte aliado à qualidade

O futuro, não muito distante, mostra um novo horizonte em relação ao nosso rádio. Em algumas capitais brasileiras já existem emissoras funcionando com o modelo de rádio digital em caráter experimental. Em Aracaju, de acordo com o cronograma estabelecido pela Anatel, (Agência Nacional de Telecomunicações), a perspectiva de implantação é para o ano de 2008.

Djalma S. Ferreira, diretor da Rádio Globo do Rio de Janeiro, em artigo publicado na revista ABERT, n.º 65, conclui o seguinte sobre o DAB (Digital Audio Broadcasting/Difusão de Áudio Digital): "Até aqui, nada de assustar a radiodifusão sonora, em sua forma atual. Apenas a perspectiva remota de que um dia todos os receptores de rádio existentes vão ficar obsoletos e serão substituídos por aparelhos

(evitando usar a palavra “rádio”). Nos Estados Unidos, esta quantidade ultrapassa os 500 milhões. Em todo o mundo é provável atingir a casa do bilhão. O mercado é, portanto, extremamente atrativo e a competição já em andamento pelo domínio deste mercado, ou de segmentos dele, é bastante aparente (...). Estes fatos confirmam a certeza de que estamos no limiar de mudanças drásticas no panorama mundial da radiodifusão sonora. O Brasil, que conta com um dos maiores conjuntos de emissoras de rádio do mundo, provavelmente será atingida por esta onda. É dado para avaliar se sua consequência será o fim da radiodifusão sonora em sua forma atual, ou a alvorada de uma nova era com rádio mais eficiente, mais rentável e, sobretudo, mais útil para seus ouvintes.”.

Profissionais do setor radiofônico consideraram setembro de 2005 o início de uma nova e significativa etapa no País: a transmissão digital. As principais emissoras brasileiras já começaram a transmitir a programação com a tecnologia, proporcionando um ganho considerável na qualidade do áudio. Em termos concretos, é possível escutar rádio AM com qualidade de FM e ouvir as músicas FM com qualidade de CD. No entanto, para usufruir dessa facilidade, é preciso ter um aparelho habilitado para receber os sinais transmitidos digitalmente, diferente do sinal analógico utilizado hoje em dia pelos aparelhos de som.

De acordo com a Associação das Emissoras de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (Aesp), em dez anos toda a malha radiofônica do Brasil será digital. Por enquanto, as únicas emissoras com transmissão digital são as rádios dos grupos Eldorado, Bandeirantes, Jovem Pan, RBS e Sistema Globo de Rádio, mas nenhuma na Região Norte/Nordeste. Outras 30 emissoras já solicitaram autorização à Anatel e devem começar os testes em breve. Para os atuais aparelhos de rádio, nada muda. Com a recepção analógica dos radinhos de hoje, o usuário não percebe mudança na qualidade do som.

O padrão escolhido pelo governo brasileiro é o americano: “In Band On Channel” (Iboc, na sigla em inglês), abrindo mão da opção europeia de “Digital Radio Mondiale” (DRM).

A diferença é que o sistema europeu não permite a transmissão simultânea da programação em analógico e digital, ou seja, deixaria todo mundo fora do ar. O Brasil é o quarto país do mundo a adotar rádio digital, atrás dos Estados Unidos, Canadá e México.

3.2.1 Outras vantagens da tecnologia digital

Além de ouvir estações de rádio com qualidade de CD, o sistema digital possui outras vantagens ao ouvinte. A primeira é que não há interferência, tão comum em rádios AM. Um liquidificador ou o motor do carro podem causar interferência na transmissão analógica, por exemplo. Outra vantagem é a convergência de mídias, já que o aparelho de rádio digital pode receber textos e imagens. Nos Estados Unidos, onde o serviço está mais consolidado – e é pago – o ouvinte recebe informações sobre o clima e o trânsito, com direito a mapas e imagens. No Brasil, durante o período de testes, tudo será gratuito.

Ainda não há definição sobre preços futuros. Ainda há uma expectativa muito grande em relação aos preços dos equipamentos, mas, de acordo com as expectativas de mercado da indústria eletrônica, os aparelhos fixos devem ficar entre R\$ 700 e R\$ 1.000 e os automotivos entre R\$ 550 e R\$ 700, inicialmente.

3.3. A credibilidade relacionada à qualidade

Na incumbência de criar imagens mentais, a linguagem do rádio se vê na obrigação de transportar o ouvinte para o lugar dos acontecimentos através do locutor. Nesse momento, o locutor/repórter radiofônico se transforma, segundo PAIVA (2002, p.553), nos “*olhos de quem escuta*”, estabelecendo uma relação de identificação com o ouvinte, onde a presença do locutor/repórter é o atestado de autenticidade do acontecimento narrado. É sobre essa relação de identificação que se constrói a credibilidade do rádio.

Esta relação de credibilidade e identificação está fundada na emoção, manifestada na transmissão do acontecimento pelo locutor para o ouvinte, que “*cria uma relação sensitiva que se amplia para um sentimento de proximidade, de compartilhamento (mesmo universo de sentidos)*” (PAIVA, 2002, p.559).

A autora defende que, mesmo diferentes entre si, os ouvintes do rádio formam uma comunidade homogeneizada. Essa homogeneização dar-se-ia a partir da emoção, centro do processo de reconhecimento do ouvinte em ambos os níveis

do *eu* e, dos *nós*. Ao que se percebe, a credibilidade de uma programação radiojornalística se constrói com o tempo, mediante diversos fatores estruturais que propiciam ou não um resultado de qualidade de acordo com a proposta da emissora.

Essa idéia é baseada na concepção de Francis Jacques, segundo o qual o conhecimento se constrói através da manutenção de relações.

No desempenho das relações pessoais nas quais está envolvido, o ser humano tem a medida das diferenças existentes entre ele e o outro. Essa prática, por sua vez, gera o conhecimento porque *"o 'outro' constitui a possibilidade de conhecimento do 'eu'"* (PAIVA, 1999, p.560).

3.4. A linguagem e as suas influências no radiojornalismo

A cada público corresponde uma linguagem distinta. Por isso observamos diferenças quando comparamos um discurso de um ocupante de cargo político e a fala de um vendedor na feira, por exemplo. Ainda que tomados em extremos opostos, os dois discursos obedecem a uma regra fundamental: porque focados em públicos diferentes, sua forma de concepção e transmissão também é diferente. Fazer tais distinções é primordial para o sucesso da emissão e da decodificação das mensagens que se pretende transmitir. Para que a mensagem radiofônica seja eficaz, entre outros fatores, é necessário que sejam:

"(...) conhecidos e considerados a audiência - o conjunto dos usuários do meio e suas características culturais e econômicas - e os objetivos ou metas que o comunicador pretende atingir com as suas mensagens" BECKER (1998, p.18).

Essa distinção necessária, caracterizada pela adequação de formatos conforme quem recebe a mensagem transmitida, está intimamente ligada ao que chamamos de *estilo*, definido por LIMA (1970, p.46), citado por BECKER (1998, p. 19), como (...) a forma de escrever e falar de cada um. O estilo compreende a seleção de palavras, a colocação e o polimento das frases e também a maneira de dizê-las.

Não raro fica subordinado ao acidental e ao variável, e sempre resulta da natureza e da experiência do comunicador.

De modo geral, a definição de um estilo lingüístico está ligada intrinsecamente ao domínio das normas gramático-sintáticas que regem a língua em questão. Quando tomamos por base a forma culta de uma língua, esse domínio é suficiente para o adequado desenvolvimento de um estilo.

Com a linguagem radiofônica ocorre fenômeno diferente. A natureza oral-auditiva do texto produzido no rádio (definida pela interação constante entre a fala e a escrita) depende de requisitos que vão além do simples domínio da gramática de uma língua.

À leitura propriamente dita de um texto impresso podem bastar o conhecimento e o uso correto dessas normas. Ao texto no rádio, não. A linguagem radiofônica é diferente daquela que salta dos veículos impressos. Nestes, há a possibilidade de releitura e, conseqüentemente, a de uma nova oportunidade de apreensão da mensagem transmitida; no rádio, o texto só tem uma única chance para ser ouvido.

3. 5. A influência dos estilos no resultados

3.5.1. Requisitos de estilo

Para que se processe um ciclo garantindo a eficácia da transmissão da mensagem radiofônica e, conseqüentemente, dos conteúdos que esta carrega, é imprescindível observar alguns requisitos. CABELLO (2003, p.18-20) ressalta alguns deles:

- a) Seleção lexical rigorosa, com a devida observância do uso dosado de elementos como estrangeirismos, gírias, jargões etc. - O emprego de estrangeirismos deve ser restrito àqueles que gozam de amplo domínio popular. Também é necessário o uso prudente de gírias para que, na tentativa de criar um ambiente de aproximação com o ouvinte, o texto radiofônico produzido não resulte exageradamente popular. O caso dos jargões também

requer cautela por tratar-se de vocabulário específico de um grupo social ou profissional e não ser, portanto, de domínio de toda a audiência;

b) Atenção ao vocabulário ativo e passivo dos ouvintes – Em toda língua, o indivíduo possui um *vocabulário ativo*, composto pelos termos dos quais faz uso em seu dia-a-dia, e um *vocabulário passivo*, formado por aqueles termos que, apesar de reconhecer, não utiliza com frequência. É necessário que o texto radiofônico seja focado no vocabulário ativo, para evitar o uso de termos que, conforme lembra CABELLO (2003, p.19), carregam expressões que não encontram familiaridade no repertório de experiências do ouvinte. Por isso, *“é necessário que a decodificação seja facilitada mediante exemplos e dados que conectem tais expressões ao mundo experiencial do ouvinte”*;

c) Clareza - A clareza desempenha papel fundamental no processo de produção de linguagem nos mais variados meios de comunicação, inclusive no rádio. É necessário, entretanto, destacar que o imperativo da clareza não deve afetar a produção do texto radiofônico, sob o risco de resultar em um produto destituído de atração, revelando-se demasiadamente simples. Por outro lado, na tentativa equivocada de atrair a atenção do ouvinte (que, como se sabe, é facilmente dispersável), os produtos textuais radiofônicos não devem ser excessivamente ornamentados. Ser claro, de acordo com CABELLO (2003, p.20), implica em observar os aspectos seguintes:

- *simplicidade*, alcançada pelo uso de frases curtas, pouco complexas, com termos e palavras conhecidas e providas da tradução de expressões técnicas;
- *exatidão*, que exprime a informação de forma concisa;
- *organização*, materializada pela construção e pela continuação das informações fáceis de mentalizar, estabelecendo distinções entre o essencial e o supérfluo;
- *acréscimos estimuladores*, propiciados, entre outros elementos, pelo trabalho sonoplástico adequadamente correlacionado ao texto.

4. O RADIOJORNALISMO NO BRASIL E EM SERGIPE

4.1 O Radiojornalismo no Brasil

Após toda a evolução e organização empresarial o rádio atinge a sua época de ouro na década de 40. Nesta mesma década surgem modelos de radiojornalismo e um deles foi o conhecidíssimo "Repórter Esso". Foi o primeiro noticiário de radiojornalismo do Brasil. Este programa radiofônico era patrocinado por uma empresa norte-americana chamada "Esso Brasileira de Petróleo". Os locutores que fizeram maior sucesso no noticiário foram Gontijo Teodoro, Luís Jatobá e Heron Domingues. O noticioso fez ampla cobertura da Guerra da Coréia em 1950, enviando correspondentes para o campo de batalha. A primeira transmissão do programa se deu no dia 28 de Agosto de 1941 com a seguinte notícia de chamada: "*Os japoneses atacam a base americana de Pearl Harbor*". O programa repórter Esso se especializou em fornecer principalmente notícias ligadas ao *american way of life*, onde os radionoticiosos informavam principalmente a evolução das guerras travadas pelos Estados Unidos em todas as partes do planeta.

Além das guerras, o programa radiofônico dava bastante ênfase às notícias de autoridades, notáveis, estrelas e astros de cinema e feitos científicos norte-americanos. Noticiou com exclusividade o suicidio de Vargas em 1954 pelo fato da empresa patrocinadora ter amplo tráfego no Palácio do Catete. Ele não informava por exemplo, notícias da Europa, da Ásia e da África se não houvessem norte-americanos envolvidos. Em 1957, informou com estardalhaço a explosão da primeira bomba de Hidrogênio norte-americana. Em 1959 informou que Fidel Castro vencera a Revolução Cubana reforçando o avanço do *perigo comunista* na América Latina.

O programa Repórter Esso terminou suas transmissões em 31 de Dezembro de 1969 com os jornalistas Heron Domingues narrando a abertura, e o jornalista Roberto Figueiredo se despedindo dos ouvintes bastante emocionado.

O grande sucesso do rádio acaba quando a televisão surge na década de 50 e toma para si profissionais, programas e, principalmente, a publicidade. O rádio troca os "Cantores do Rádio" por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias, e os programas de auditório pelos serviços de utilidade pública.

Em meados da década de 60 surgem as primeiras emissoras a operar em frequência modulada. No final deste período, em 1969, em São Paulo, foi fundada a primeira emissora com uma programação totalmente voltada para assuntos referentes à mulher. Seu nome não poderia ser outro senão "Rádio Mulher".

4.2. O Radiojornalismo em Sergipe e os programas matinais

Inevitavelmente uma particularidade precisa ser observada quando o assunto é rádio em Sergipe, e, principalmente, radijornalismo. É que, conforme se pode observar em seus quadros societários e de diretorias, nas AM's e FM's, praticamente todas elas foram concedidas ou estão ligadas a grupos políticos locais muito fortes. Embora os profissionais do rádio (principalmente os apresentadores, em sua maioria), sustentem publicamente a chamada "independência jornalística em suas programações, e, queiramos acreditar na boa fé de seus gestores, e/ou, responsáveis pelo departamento de jornalismo de cada emissora, no dia-a-dia, e, principalmente, no momento em que antecede o período eleitoral, não é muito difícil se perceber através de comentários, matérias e entrevistas em estúdio, que alguns dos princípios básicos de um jornalismo imparcial, da boa prestação de serviço e do que seria, realmente, de interesse público, aparentam dá lugar a outros objetivos.

No segmento AM, Aracaju tem hoje três emissoras de rádio que apresentam os conhecidos "programas jornalísticos matinais". Os mesmos se sustentam durante três horas ininterruptas, geralmente, das 06h às 09h, e, respeitando os devidos blocos de comerciais, com as reportagens externas e as entrevistas em estúdio, comandadas pelo apresentador, também conhecido como "âncora". Os programas, em sua maioria, destacam notícias sobre política, polícia, cidade, esporte e abrem espaço para a participação dos ouvintes, que normalmente, tecem comentários sobre algum tema proposto pelo apresentador, ou, fazem reivindicações a respeito do seu bairro, da cidade, Estado e até mesmo do país. O que difere, geralmente, um

do outro é a forma de apresentação (estilo) do “âncora”. Alguns mais brandos, comedidos, outros mais enfáticos, gritantes, irônicos, etc. Em relação a horário, uma das exceções é a Rádio Cultura de Sergipe (670 Khz), que, desprende menos tempo logo cedo, com o Programa “Linha Direta”, (07h30 às 09h) apresentado pelo jornalista Jairo Alves de Almeida, mas, exibe um outro programa, das 16h às 18h (“O Giro da Notícia”), apresentado por Rosalvo Nogueira, com características parecidas com a do anterior. A emissora ainda mantém um *minijornal falado* de meia hora diária, das 06h30 à 7h, (raridade nos rádios atuais), com maior ênfase para as notícias locais, seguindo um modelo de jornalismo no rádio mais antigo, onde o apresentador (Gilvan Fontes) lê as notícias – de forma objetiva e voz empostada – algumas, ainda, com curtas reportagens. Seguindo o mesmo padrão deste *minijornal* local, a RCR (Rede Católica de Rádio), também está inserida na programação da Rádio Cultura apresentando as notícias nacionais das 07h às 07h30 (“Jornal Brasil Hoje”) e com boletins diários de hora em hora.

A Rádio Jornal AM (540 Khz), além do programa matinal (“Comando Geral”), apresentado por Augusto Júnior, das 06h às 09h, de maior repercussão, dedica boa parte de sua programação ao jornalismo de uma forma geral. Antecedendo o “Comando Geral”, o radialista Paulo Lacerda apresenta o “Jornal da Manhã”, das 04h às 06h, que se mostra como um reprodutor das principais notícias dos jornais impressos locais e da internet, além de exibir reportagens gravadas com fatos que aconteceram no dia anterior, além de destacar, ao vivo, através de um repórter, as últimas ocorrências policiais. Além destes, a Rádio Jornal também apresenta alguns outros programas na linha jornalística com focos específicos, a exemplo do “Fala Defensoria”(prestação de serviço), apresentado pela defensora pública Emília Correia, das 11h às 12h; o “cidade aflita” (policial), das 12h às 12h30, apresentado pelo radialista “Faro Fino”; o esportivo, das 12h30 às 13h30; o “Balanço Geral (jornalístico – semelhante ao matinal), das 16h30 às 19h, apresentado por Carlos Magalhães; “Ronda 540”, das 20h às 21h (policial), e tem como âncora o radialista “Bareta”. Das 21h às 23h, um outro chamado de “Resumo Geral”, apresentado por Elmo Siqueira e Fernando Cabral, destacam as notícias (nacionais e locais), contando com a participação de ouvintes, entrevistados em estúdio e fazendo um mix entre notícia e música. Sempre, em toda a programação diária, acontece o giro de repórteres a cada hora cheia.

A outra é a Rádio Atalaia AM (770 KHz). Essa há alguns anos está arrendada a um grupo Evangélico. Apenas três horas de sua programação é destinada ao jornalismo e como as duas anteriores, também apresenta um programa matinal das 06h às 09h, ("Fala Sergipe"), sob o comando do Radialista Fábio Henrique, que além de comunicador é vereador em Aracaju. Estas únicas horas de jornalismo só existem porque foram arrendadas ao parlamentar. Há poucos meses, um outro grupo evangélico, que também é encabeçado por outro vereador (Daniel Fortes), ensaia uma espécie de "minimatinal jornalístico" mesclado com orações e mensagens religiosas das 05h às 06h, antecedendo o "Fala Sergipe".

No gênero FM, atualmente, três também são as emissoras que se dedicam aos jornalísticos chamados de matinais. Muito embora uma delas tenha escolhido o horário do meio dia para exibir o seu programa, mas, a linha de trabalho é semelhante a dos demais que são apresentados pela manhã.

A Liberdade FM (99,7 Mhz), foi a pioneira em lançar o jornalismo interativo (alguns o chamam de participativo), em seu segmento. O programa intitulado "Liberdade sem Censura" teve origem ainda na Rádio Liberdade AM (emissora que também já pertenceu ao grupo Rollemberg) sob o comando do radialista Carlos Magalhães em 1988. Em 1995, já na FM e ancorado pelo jornalista Messias Carvalho, apresentou-se como um grande diferencial na Emissora, porém, segundo o próprio apresentador, isso provocou um certo clima de expectativa em relação à adesão de público e até, dos próprios donos da emissora, principalmente, por causa da linha altamente segmentada já pré-estabelecida pelos seus gestores. Um programa jornalístico matinal, à época, no formato já relatado anteriormente, seria mais que uma novidade e provocaria um certo impacto na programação, mas, a idéia deu tão certo que até hoje continua consolidada no mercado. No ano de 2000, o programa de rádio foi transformado em programa de TV, apresentado nos estúdios da TV CAJU (TV por assinatura, empresa do mesmo grupo Rollemberg) e retransmitido pelas rádios: Liberdade FM e Ouro Negro FM (Carmópolis/SE), com, praticamente, a mesma estrutura jornalística, mas, com alguns diferenciais quanto a linguagem. As matérias exibidas na TV, mesmo que as imagens já mostrem quase tudo, têm por obrigação, de conter os detalhes dos fatos para que o público que acompanha o programa pelas rádios possa compreender a informação de forma completa. Ou seja, embora o "Liberdade Sem Censura" aconteça na TV, a

linguagem é muito mais direcionada ao público ouvinte. Além do programa matinal, a emissora distribui boletins informativos diários (gravados), de hora em hora, em sua programação linear. Os repórteres também podem fazer intervenções ao vivo, a qualquer tempo, na programação, desde que o fato mereça relevância. Mas, estas, acontecem em menor incidência. A partir da aquisição da emissora pelo Empresário Gilton Andrade, em janeiro de 2007, a rádio amplia a parceria com a TV CAJU e passa a apresentar o “Liberdade Sem Censura” - 2ª edição, das 12h às 13h30, também sob o comando de Messias Carvalho.

Na Atalaia FM, agora chamada de “Mega FM”, o programa é o “Fala Sergipe”, apresentado pelo Vereador em Aracaju Fábio Henrique. Embora faça parte da programação da emissora, o horário é arrendado ao parlamentar que o apresenta. No mesmo horário (das 06h às 09h), entra em cadeia, com a rádio Atalaia AM, horário também arrendado pelo vereador. A estrutura jornalística é a mesma dos demais matinais.

A outra é a Ilha FM, (102,3 Mhz) que, apesar de exibir o chamado “Jornal da Ilha”, sob o comando do radialista Paulo Roberto de Almeida, das 12h às 14h, a estrutura e métodos adotados são os mesmos dos demais jornalísticos matinais. Muito embora, um dos considerados mais polêmicos apresentadores destes “matinais” (O radialista Gilmar Carvalho), volta ao rádio em 22 de janeiro de 2007 assumindo o comando da programação jornalística da emissora, trazendo de volta o programa ao seu horário de origem: Das 06h às 09h, assim como nas outras já citadas. Gilmar Carvalho, que também reassume a condição de deputado estadual em Sergipe pelo PV, já esteve apresentando, em Aracaju, os programas “Impacto”, na Rádio Jornal AM e o “Jogo Aberto” na FM Sergipe, de onde rompeu vínculo contratual com a emissora no final de 2006.

5. O QUE OS OUVINTES (ESTUDANTES DA UFS) E PROFISSIONAIS DEFINEM COMO QUALIDADE NO RADIOJORNALISMO LOCAL

De uma maneira geral, é fácil observarmos a grande preocupação dos veículos de comunicação em conceberem resultados de pesquisas que os credenciem para concorrerem, em condições mais favoráveis, à audiência, na busca de ouvintes, e, conseqüentemente, clientes, que, como em qualquer organização, mantêm o negócio funcionando através dos resultados financeiros obtidos.

Com base em nossa pesquisa de campo, e, entrevistas diretas com os alunos do curso de rádio da UFS (Universidade Federal de Sergipe), com alguns responsáveis pelos veículos, e, ainda, profissionais da área radiofônica, percebe-se que o aspecto "Qualidade" em suas programações jornalísticas ainda é um assunto distante das prioridades de quem detém o direito de explorar o serviço de radiofonia no Estado. É importante, porém, antes de expormos o resultado da nossa pesquisa e dos depoimentos dos profissionais da área, analisarmos alguns números que, ao que se sabe, representam as premissas para quaisquer tomadas de decisões nestas organizações.

5.1 Analisando índices de audiência

O IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), na **seção:** IBOPE Mídia, Rádio - **Área:** Análises e Índices\Audiência de Rádio em 02/08/2004, apresenta um histórico de audiência de Rádio que mostra a evolução nas formas de se medir estes índices e o quanto eles são significativos para o mercado. O instituto conta que na década de 40, Auricélio Penteado era dono da Rádio Kosmos de São Paulo. Ansioso por conhecer os índices de audiência de sua emissora, foi até os Estados Unidos estudar no American Institute of Public Opinion, criado em 1935 por George Gallup. Buscava aprender as técnicas de pesquisa. De volta ao Brasil, começou a medir a audiência das rádios de São Paulo e, curiosamente, constatou que a Rádio Kosmos não estava entre as mais ouvidas. A partir daí, passou a dedicar-se exclusivamente às pesquisas.

Em 1942, a audiência do meio Rádio era medida por meio da metodologia "flagrante" onde o entrevistador do IBOPE abordava os domicílios perguntando sobre qual emissora o indivíduo estava ouvindo no momento.

Essa metodologia existiu até 1982. A partir de 1983, as entrevistas passaram a ser feitas por "recall" - metodologia na qual o entrevistador pergunta o que o entrevistado tinha ouvido ontem e anteontem.

Em 1993, o IBOPE passou a realizar também a pesquisa Painel para o meio Rádio. O Painel de Rádio é uma pesquisa contínua, realizada com os mesmos colaboradores, com o objetivo de conhecer o comportamento espontâneo dos indivíduos em ouvir Rádio ao longo de um período específico.

De 1993 a 2003, foi realizada exclusivamente na Grande São Paulo, com a população das classes ABC em quatro levantamentos anuais sendo que cada colaborador preenchia um questionário durante 14 dias sobre seus hábitos de ouvir rádio.

Com o objetivo de continuar aperfeiçoando os produtos de audiência de Rádio, em 2003, o IBOPE utilizou-se de um sistema de "Fusão" e criou o Radio Planning no qual foi possível aprofundar as análises de alcance e frequência de programação e comportamento dos ouvintes além de avaliar os resultados das campanhas publicitárias.

Aqui em Aracaju, as emissoras locais também encomendam aos Institutos de Pesquisas, como o próprio IBOPE, resultados que lhes dêem referência para avaliar a sua programação.

No gráfico abaixo, resultado da pesquisa IBOPE – EasyMedia3 – VERSÃO TRIAL – RÁDIO RECALL, percebemos a disputa entre os programas jornalísticos já citados ao longo do trabalho direcionado ao público ouvinte de classes A, B, e C, das 06h às 09h. Neste caso, a pesquisa aponta dados quantitativos. Apresentamos apenas as emissoras do FM, em Aracaju, que estavam no páreo naquela ocasião (de 12 a 19/09/2005) com os seus respectivos programas e a evolução de suas audiências a cada hora:

Liberdade FM (99,7 Mhz) – “Liberdade Sem Censura”

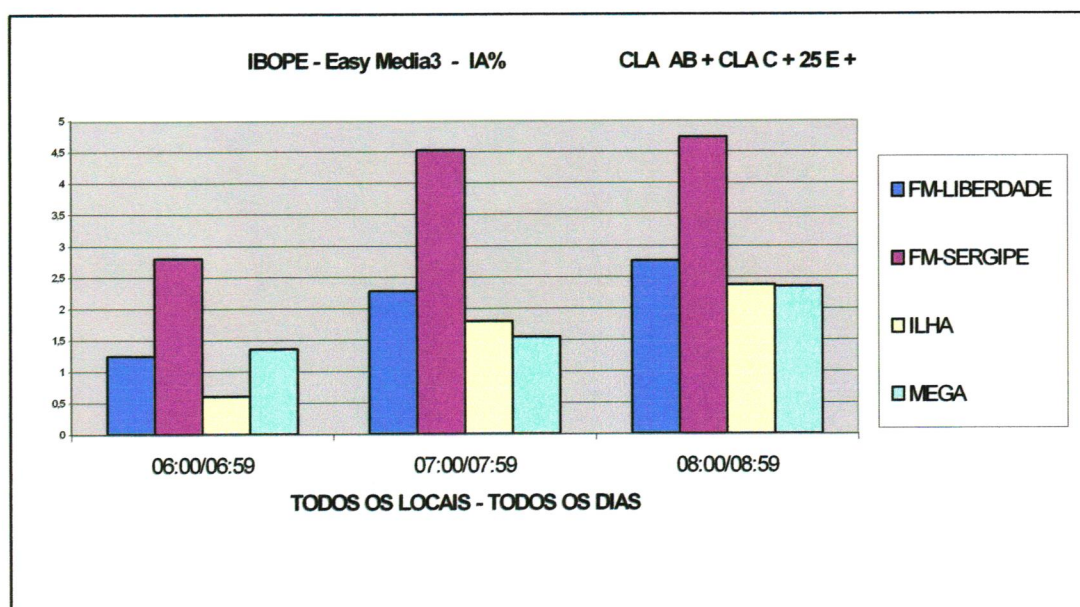
FM Sergipe (95,9 Mhz) – “Jogo Aberto”

Ilha FM (102,3 Mhz) – “Espaço Aberto”

Mega FM (93,5 Mhz) – “Fala Sergipe”

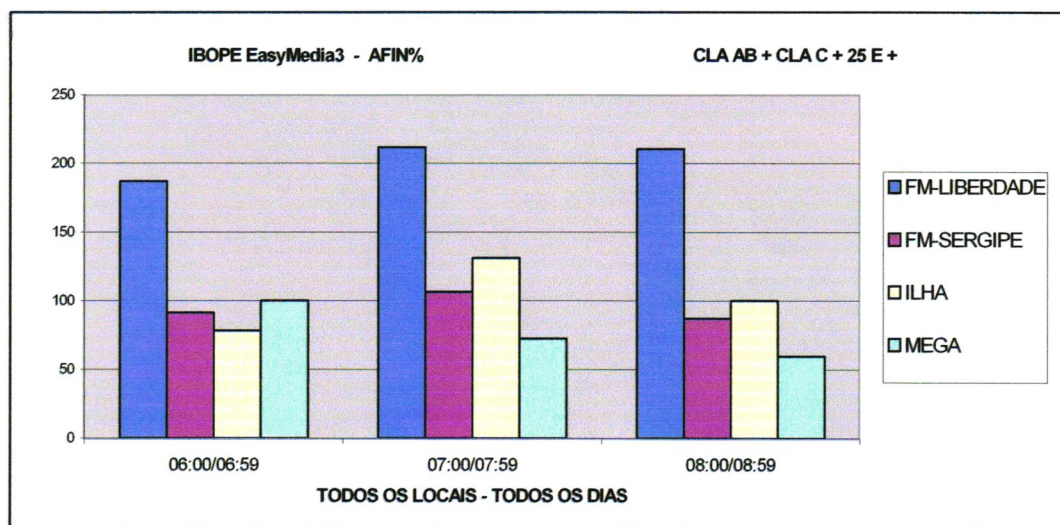
O **gráfico 1** mostra a FM Sergipe (Programa “Jogo Aberto”), apresentado à época por Gilmar Carvalho, em primeiro lugar a cada hora no IA% (índice de audiência), que, por amostragem, apresenta uma noção macro de qual rádio, neste segmento, e que atinge as classes AB e C + , e público acima de 25 anos, estaria melhor colocada na preferência popular.

Gráfico 1 – AUDIÊNCIA FM / 2005



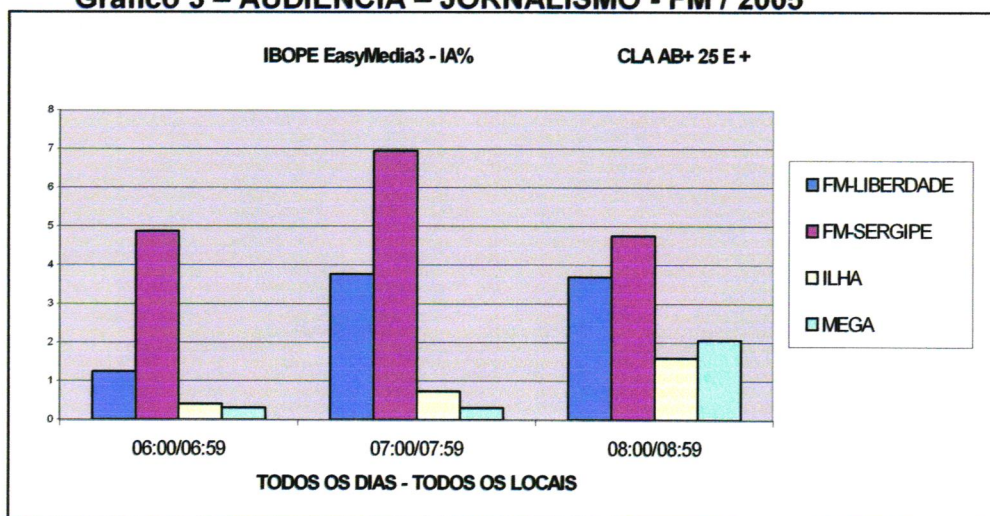
Fonte: IBOPE – Período: De 12 a 19/09/2005

O **gráfico 2** mostra o índice AFIN% (afinidade) nas classes AB e C + e público acima de 25 anos. A FM Liberdade (Programa “Liberdade sem Censura”), apresentado por Messias Carvalho aparece em primeiro lugar a cada hora de forma crescente. Esse tipo de amostragem apresenta, também de forma macro, a afinidade que o ouvinte tem com a emissora. Está muito mais relacionado ao aspecto qualidade que quantidade.

Gráfico 2 – AUDIÊNCIA – JORNALISMO - FM / 2005

Fonte: IBOPE – Período: De 12 a 19/09/2005

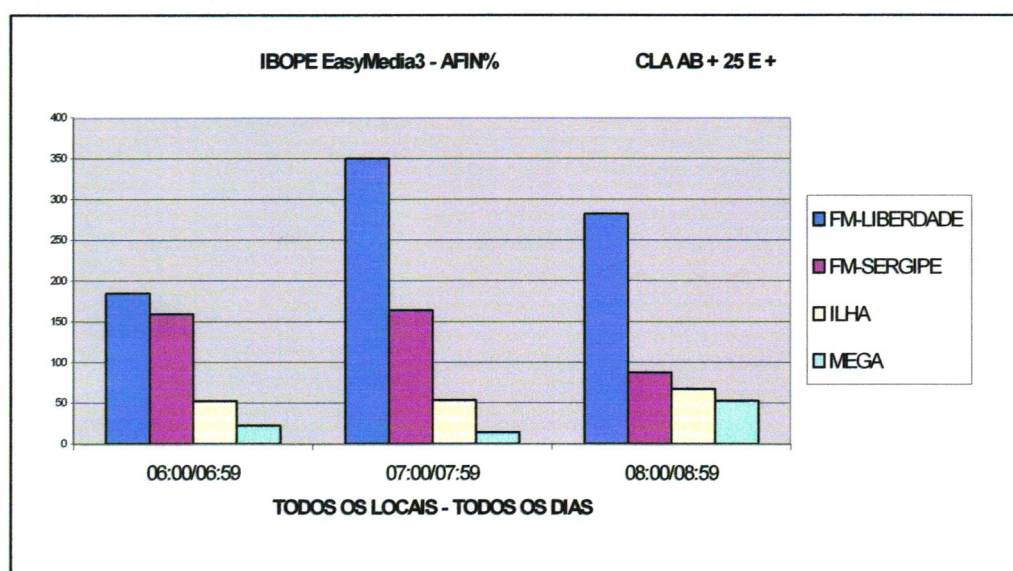
O gráfico 3 também apresenta o índice IA%, porém o público é mais segmentado (AB) e, mais uma vez, a FM Sergipe se destacou em primeiro lugar.

Gráfico 3 – AUDIÊNCIA – JORNALISMO - FM / 2005

IBOPE – Período: De 12 a 19/09/2005

O **gráfico 4** destaca a Liberdade FM, mais uma vez, no índice afinidade, porém, direcionado ao público AB com mais de 25 anos. A pesquisa mostra uma maior adesão de público das 07h às 08h.

Gráfico 4 – AUDIÊNCIA – JORNALISMO - FM / 2005



Fonte: IBOPE – Período: De 12 a 19/09/2005

5.2 A visão sobre “Qualidade de Programação” para alguns dos responsáveis por Emissoras

Para o Diretor da Rádio Jornal AM de Sergipe

Um de nossos entrevistados é o radialista e Diretor Geral da Rádio Jornal, AM de Sergipe, há 20 anos, sr. João Augusto Celestino de Assis, conhecido no meio artístico da radiodifusão como Augusto Júnior. Segundo ele, as pesquisas populares que medem o perfil do ouvinte, como as do IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), continuam prevalecendo sobre qualquer outro referencial para definirem o melhor tipo de programação: *“... O IBOPE norteia toda a programação. Não só a programação artística, como, também, a programação comercial da Rádio, porque, um programa que vai muito bem, claro, ele vende bem. Dá um respaldo*

muito grande... O IBOPE é fundamental... é a Bíblia das Emissoras de Rádio e Televisão... a gente procura estratificar tudo que tem na pesquisa do IBOPE, pra, a partir daí, montar uma programação e vender a públicos diversos..."

Questionado sobre a possibilidade de já ter sido feita alguma pesquisa voltada para a qualidade na programação da Emissora, Augusto Jr. afirmou que a Rádio Jornal desenvolve pesquisa de qualidade, mas, para consumo interno e a considera de extrema importância: *"Nós fazemos, sim, aqui na Rádio Jornal... que é exatamente pra você saber qual o tipo de público que você está atingindo, o que você deve mudar, como o programa deve ser feito, se o locutor tá falando a linguagem apropriada pra aquele horário...isso, a gente usa pra consumo interno"*.

Segundo Júnior, a linha Editorial da Emissora é traçada pelos proprietários, porém, a Rádio tenta se adequar ao que eles ditam. Ele afirma que não há uma imposição. Há uma gestão participativa, envolvendo as áreas comercial e artística, visando encontrar a idéia mais apropriada para a programação: *"... não há ninguém que imponha. Muito pelo contrário! Quem impõe aqui é o público... Quando um programa vai mal ele sai do ar. Claro que a gente não tira de imediato....quando passa um certo período, 5 ou 6 meses, você vê que ele não "decolou", aquele programa tá errado. Ou, pelo menos, está em horário errado. A gente tenta mudar"*.

Apesar dos números apresentados pelo IBOPE, nos últimos 20 anos, e que, têm colocado a Rádio Jornal em primeiro lugar durante todo esse tempo, conforme informou o Diretor, ele não considera a sua programação como uma programação de qualidade: *"Não. Acho que a gente tem sempre que melhorar... neste momento, mesmo, está acontecendo um curso... de dicção, impostação, redação, leitura, pra os repórteres, pra os locutores (....) a gente tenta qualificar a equipe, pra, em qualificando a equipe, melhorar a qualificação geral da Rádio. A gente tenta fazer isso, mandar pessoas pra fora do Estado, acompanhar, de vez em quando, Rio, São Paulo, Recife, Salvador; alguns centros mais evoluídos, pra ter esse intercâmbio e aprender alguma coisa..."*

Para Augusto Jr., os programas jornalísticos matinais, (normalmente apresentados das 06:00 hs às 09:00 hs, pelas Emissoras AM's e algumas FM's), em Aracaju, caracterizam-se como sensacionalistas, e, muitas das vezes, inclusive, apelativos, mas, segundo ele, é o estilo jornalístico que o povo prefere: *"...é, não deixa de ser sensacionalista... é um jornalismo, até, às vezes, apelativo...Pelo*

menos, na Rádio Jornal, a gente tá tentando corrigir esse tipo de coisa... Claro que é muito difícil porque nos dá um respaldo de audiência muito grande. O povo gosta de ouvir isso. O povo gosta de programas policiais, de programas de escândalo, de programas de denúncias, infelizmente... e a gente tenta mesclar. Tudo tá no bom senso, tudo tá no meio termo... a gente agora tá tentando ver se consegue mexer um pouco nesta programação, não só matinal, como também geral, dando a ela um cunho mais jornalístico, mais informativo, mais de prestação de serviço e menos de denúncias”.

A Rádio Jornal AM, foi uma das escolhidas para nos ajudar neste trabalho, devido ao seu grande e freqüente índice de audiência no segmento e pela experiência de 20 anos como Diretor e 28 anos de carreira, como radialista, de Augusto Júnior. Este profissional, além de Diretor, continua exercendo a profissão de radialista, apresentando o programa Jornalístico “Comando Geral”, que vai ao ar, na sua Emissora, das 06:00 às 09:00. Ele começou na Rádio Jornal como office-boy, depois passou a auxiliar de escritório, e em seguida, começou a sua carreira de radialista. Fez estágios nas Rádios, Jovem PAN e Bandeirantes de São Paulo. Voltando para Aracaju, depois de passar por vários postos, chegou a ser, durante 6 anos, Superintendente da Rede Jornal de Comunicação, onde faziam parte desta Rede, aqui em Aracaju, além da Rádio Jornal AM, a Jornal FM e TV Jornal. No interior do Estado, ele montou a FM Jornal de Propriá, FM Jornal de Estância e de Tobias Barreto (hoje, Ilha FM desta cidade). Neste interim, Augusto Júnior foi Plantão Esportivo e apresentador de programas esportivos durante 20 anos nesta mesma Emissora.

5.2.2 Para o ex-Coordenador de Programação da 103 FM

Fábio Rivera começou na Rádio jornal AM de Aracaju, em 85, num estágio. Em 1987, foi para a FM Jornal de Propriá, depois, Salvador FM, TV Itapoã, Liberdade FM Aracaju, FM Atalaia, Delmar FM, 103(Jovem Aracaju), perfazendo um total de 21 anos de rádio. Chegou a Coordenar a Atalaia FM, mas, de fato, desde 1996 até 2005, ele foi coordenador de programação da 103 FM. Recentemente assumiu a direção da Liberdade Fm e Ouro Negro FM (Carmópolis). Essa entrevista

nos foi concedida antes de deixar a 103 FM.

Fábio considera que um dos maiores problemas das Emissoras de Rádio, em Aracaju, é a falta de perfil de programação. À época, a sua emissora pensou numa programação que atendesse aos públicos C, D e E, e, dentro deste perfil popular, foi montada uma programação que agradasse a esse público: *“Foi implantada uma rádio popular que agradasse ao público consumidor dela... nós não temos medo de dizer que a 103 é uma Rádio brega. Que rádio brega, na verdade, não existe, existe rádio popular. Todas as Rádios são populares, mas, claro, que algumas têm suas programações voltadas para um público, de determinadas classes, de um determinado conhecimento. E a 103 foi feita pra o ‘povão ... Perguntado sobre a importância do IBOPE para a Emissora, Fábio Rivera destacou a necessidade de tê-lo sempre como referência quando se tratar de desenvolver pesquisas de opinião pública. Isso porque, principalmente, as agências de publicidade de fora do Estado ou clientes nacionais, não reconhecem outros institutos Regionais como organizações capazes de medir, na mesma proporção de eficiência, a audiência das Rádios de Sergipe: ‘... pra o cliente nacional isso não tem valor. Ele não sabe do que se trata... as grandes agências do eixo Rio / São Paulo, do sul do país, os grandes anunciantes, eles só anunciam se você tiver uma planilha do IBOPE na mão... Sem pesquisa de IBOPE na mão, nós não conseguimos capitalizar nenhum cliente de fora.’”*

A respeito da linha jornalística da emissora, Rivera disse não acreditar em Jornalismo Independente e sim em jornalismo isento: *“...você tenta se isentar em algumas horas, e é o que a gente faz... Mas, claro que o proprietário da Rádio, o Diretor presidente, a Superintendente, eles têm as opiniões deles e a gente tem que respeitar...”*

Questionado sobre a possibilidade das Emissoras disporem de uma programação jornalística enfraquecida, pelo fato das mesmas, em sua maioria, pertencerem a grupos políticos, Fábio Rivera, afirmou, categoricamente, que a independência e imparcialidade jornalísticas num veículo comandado por grupos políticos, inexistem: *“... Rádio quando você diz : Rádio é de político! Cabou! Você tem que jogar o jogo de acordo com a sigla política do cidadão... Basta dizer que, hoje, quase que 100% das Emissoras de rádio do Estado de Sergipe, têm programas jornalísticos que são verdadeiros palanques eletrônicos pela manhã.*

Você acorda ouvindo cada um defendendo o ponto de vista de seu candidato... E aqui eu acho que acontece mais do que no resto do país todo...infelizmente..."

Analisando o jornalismo de qualidade, Rivera afirmou que o jornalismo de qualidade é aquele que mais se isenta e o que tem opinião. E disse ainda: *"... nosso jornalismo é de qualidade porque presta um bom serviço pra comunidade em geral, tanto empresarial quanto ao público em geral: O radialista Rivera chamou os programas jornalísticos matinais de "palanques eletrônicos", quando foi questionado quanto a sua impressão sobre eles: "Nós temos eleições de dois em dois anos, mas, a galera não desce do palanque de forma alguma... "n" emissoras de Rádio têm os seus programas. A maioria fala em ética profissional, quando, na verdade, a grande maioria são ante éticos...a maioria que acha que falar que uma senhora foi estuprada na rua "tal" vai dar audiência pra ele. E, eu acho que a "coisa" não funciona dessa forma. Na verdade, ali, existe o interesse particular em geral. O Camarada pensa primeiro nele, segundo nele, terceiro nele e quarto na Rádio, e por último, no ouvinte... é uma forma de capitalizar... a grande maioria desses programas de rádio sensacionalistas são sustentados ou por prefeitura ou por governo do Estado... A 103 FM é a única, acho, que sobrevive sem a ajuda do Governo Estadual ou Municipal...sobrevivemos basicamente de varejo.*

Fábio Rivera comentou também que existem bons profissionais nessa área que são éticos e prezam pela qualidade e citou, por exemplo, o jornalista Jairo Alves de Almeida (que apresenta, das 06:00 às 09:00 da manhã, o programa "LINHA DIRETA", na Rádio Cultura de Sergipe) como referência.

A 103 FM também foi umas das Emissoras escolhidas pelo seu alto índice de audiência apresentado pelo IBOPE e que o tem mantido durante 11 anos consecutivos, caracterizando-se como uma rádio altamente popular.

5.2.3 Para o ex-superintendente da Liberdade FM

Antônio Rollemberg, ex Superintendente da Liberdade FM, explica que a rádio, desde quando foi adquirida chegou com uma proposta diferente, buscando atingir um público ainda não explorado em Sergipe: as classes A e B. Para estruturar a programação ele procurou conhecer outras Emissoras no sul do país, como:

Antena 1, Globo FM, Eldorado, JB FM (Jornal do Brasil), Rádio Cidade, entre outras, utilizando-as como referência, para atender às expectativas do nicho de mercado ainda não focado por outros empreendedores até aquela oportunidade.: *“...desenvolvemos uma programação que tinha e atendia essa carência do público aracajuano . A idéia era montar uma emissora que tocasse a música que esse público gostasse (classes A e B), com uma característica em que a estrela da Rádio não era o locutor, como se faz numa Rádio mais popular, e, sim, a boa música e a informação...*

O Superintendente considera o IBOPE, por exemplo, como um Instituto dos mais respeitados do país, porém, a sua forma de medir audiência é pouco representativa para a Liberdade FM, no que diz respeito a lhe fornecer certos subsídios no intuito de redirecionar a sua programação, pois, normalmente, se trata de pesquisa quantitativa e não qualitativa. Ele também disse que a Emissora trabalha com segmento definido e os resultados nunca vêm especificados: *“...você não vai ver a Liberdade FM em primeiro lugar no IBOPE, em Aracaju, nunca!...agora, se você pegar a pesquisa do IBOPE e for debulhar ela, for pegar, olhar os fatos, as características e os números que mais interessam, vamos dizer assim: os números que têm o nosso perfil, nós estamos sempre na cabeça, liderança há mais de dez anos, graças a Deus...!*

Apesar de focar de maneira segmentada e visar uma programação mais qualitativa, Rollemberg afirmou que não há impacto negativo nos resultados financeiros do ponto de vista comercial: *“... além do nosso ouvinte ser muito fiel, o nosso cliente é muito fiel...Eu tenho clientes hoje que anunciam com a gente há mais de sete anos...a Rádio não se incorpora às despesas fixas de um comércio ou produto qualquer se ela não estiver dando resultados, se ela não for um fator de auxílio na vida do cliente... em termos de faturamento, a Rádio tem um faturamento muito bom e eu acredito que é um dos melhores, ou, maiores do mercado local, por conta dessa fidelidade de cliente...*

Segundo Antônio, o aspecto “inovação” também sempre foi uma marca da Liberdade FM. Os equipamentos técnicos, vinhetas, profissionais envolvidos, além de outras “ousadias”, sempre favoreceram ao pioneirismo da Emissora. A 99,7(prefixo da Liberdade), foi a primeira a evidenciar um programa de jornalismo participativo, matinal no segmento FM, em Aracaju, como ocorre com as emissoras

de segmento AM: *“...Surgiu a idéia de se colocar nessa FM um programa com uma característica também atendendo a esse público... o “Liberdade Sem Censura”, (programa apresentado das 06:00 às 09:00 pelo Jornalista Messias Carvalho) é um programa que tem um mundo de ouvinte muito seletivo...o Messias Carvalho faz um trabalho muito interessante, num nível muito bom, com uma preocupação de atender a esse público de forma segmentada, sem fazer sensacionalismo... Com um jornalismo sério, comprometido com a verdade, né, ... a idéia é fazer um jornalismo calcado em participação popular e servir ao ouvinte da forma mais correta possível, usando o rádio da forma mais nobre possível que ela tem... O rádio nada mais é do que uma ferramenta de utilidade pública”.*

5.2.4 Para a jornalista Ana Paula Araújo, TV Globo – RIO.

Para essa profissional mineira é possível se fazer um jornalismo ético, sério, de boa qualidade e sem empregar o sensacionalismo. Esse tipo de jornalismo demonstra apenas uma busca exacerbada pela audiência: *“Você não precisa fazer um “carnaval”, digamos assim, em cima de uma informação. Os fatos falam por si só... e manter a seriedade é fundamental...”*

A fórmula para se ter um jornalismo descente foi apresentada pela comunicadora como sendo, nada muito desconhecido e que são regras fáceis de serem seguidas: *“... ouvir todos os lados; não aumentar nada pra ficar mais interessante pra o público; não criar fatos; proteger pessoas, até que se tenha, realmente, convicção de que elas podem ser acusadas de alguma coisa; não ficar soltando nomes e denegrindo imagens de pessoas sem ter confirmações, sem ter provas...”*

Ana Paula disse também que essa busca pela audiência não pode fazer perder a noção da responsabilidade sobre ela. Incrementar um pouco mais os fatos para se atingir um público maior e se deixar levar por essa “tentação”, não é uma idéia muito inteligente, na opinião da apresentadora: *“... ter a consciência de que a audiência é consequência do trabalho que você faz, eu acho que é o principal e acho que as pessoas estão perdendo isso hoje...”*

Ana Paula Araújo é natural de Juiz de Fora (MG), formada em jornalismo pela Universidade Federal Fluminense (RJ). Começou trabalhando numa Rádio local da sua cidade natal, depois passou pelas Rádios Globo e CBN, do Rio de Janeiro, e, atualmente, continua como apresentadora do RJ TV da TV Globo. A jornalista nos concedeu essa entrevista em agosto de 2002, num mini fórum para rádio apaixonados, no Sindicato dos jornalistas do Rio.

5.2.5 - Para o jornalista Milton Alves, ex-Secretário Municipal de Comunicação

Para o jornalista e ex-Secretário de Comunicação da Prefeitura Municipal de Aracaju, Milton Alves, que durante alguns anos tem lidado mais de perto com profissionais do meio jornalístico, e, principalmente, do rádio, defendendo a Administração Municipal, torna-se cada vez mais difícil se fazer um rádio-jornalismo no mesmo nível de seriedade e competência como ocorrera no passado. Segundo ele, um dos modelos adotados por algumas emissoras, o sensacionalista, traz muito mais malefícios que benefícios: *“... Eu condeno o jornalismo sensacionalista. Ele não ensina, ele não contribui pra história de qualquer que seja a cidade, né... ele não constrói a história da humanidade... ele tem um procedimento muito mais de destruição do que construção. Da mesma forma eu condeno o texto quando ele é tratado basicamente com adjetivos. Eu acho que o adjetivo tanto elogiado, quanto crítico, ele não constrói, ele não ensina, ele fica um jornalismo “capenga”, defeituoso... nós profissionais da imprensa devemos pautar por aquilo que a sociedade espera da gente, de cada um de nós: em que seja a ela oferecido o sagrado direito da informação concisa e verdadeira. Nem adjetivada e nem sensacionalista...”*

O ex-Secretário definiu “programação de qualidade” no rádio, aquela que se preocupa em pautar a informação correta. Ele criticou e condenou, também, a forma como os chamados “programas matinais” (das 06:00 às 09:00) são apresentados nas emissoras. Segundo ele, o Rádio-jornalismo perdeu a sua essência após adotar esse estilo de comunicação: *“... eu condeno o processo de rádio-jornalismo atual, quando você tem programas de 06:00 às 09:00, um horário nobre de rádio, onde você abre espaços para ouvintes. Não que o ouvinte não tenha o seu valor. Ele tem*

valor... mas, às vezes, é o tipo de jornalismo que você corre risco. Você abre o microfone, você não tem o domínio do que vai ser dito, daqui a pouco você tá no xingamento...Nisso, você afeta a muitas pessoas... É possível que nós retomemos o velho jornalismo, onde as equipes existiam nas redações das emissoras e fazia exatamente um puro jornalismo.

Logo no início da sua gestão, enquanto Secretário de Comunicação Municipal, procurou realizar um sonho não concretizado, por dificuldades financeiras, quando esteve à frente do Sindicato dos jornalistas que foi a edição e impressão de dois livretos. Um, que regulamenta a lei radialista e o código de ética do jornalista. Até então, não existe nenhum código de ética dos radialistas: *“eu sempre digo que a questão ética, ela é superior ao procedimento de profissão. Eu acho que nós todos temos que nos acostumarmos como cidadãos a ser éticos... é preciso que todos nós tenhamos em mente os princípios éticos que devem nortear toda a profissão do jornalista...”*

Milton foi contundente ao responder sobre a questão ética aplicada pelos profissionais do meio, no momento atual, mas, evitou tecer maiores comentários: *“... Há falhas! É um assunto que eu não gostaria de falar, mas, eu identifico falhas. Falhas, até grotescas...! Para corrigir estas falhas, o Secretário apresentou algumas sugestões, que segundo ele, são fáceis de serem percebidas e alcançadas: “...basta que você entenda que tem um compromisso com a sociedade, um compromisso de informar a verdade, um compromisso de construir a informação, entendendo que ela amanhã, vai ser instrumento de estudo histórico. Você não deve apenas se pautar sobre a falsa idéia de que, você, jornalista ou radialista, ancorando um programa de rádio, você se veste de juiz, de promotor, padre, delegado, ou seja; você “acusa”, “pune” “prende” e isso é inaceitável...”*

Milton Alves é jornalista e formado também em Serviço Social. Em seu currículo já atuou como editor de diversos jornais locais e iniciou sua carreira na Gazeta de Sergipe em 1969. Depois, passou pelo jornal da Cidade, Tribuna de Aracaju (hoje, Correio de Sergipe), Jornal de Sergipe (extinto), foi repórter do Jornal Cinform, além de ser correspondente do jornal O GLOBO entre setembro de 1978 a maio de 1994 e trabalhou pra revista VISÃO durante 09(nove) anos. Milton também foi Presidente do Sindicato dos jornalistas durante 3(três) mandatos. Foi líder de grêmios estudantis no momento de suas duas graduações: Jornalismo (UFS) e

Serviço Social (Faculdade Pio X).

Ele foi um dos escolhidos para a entrevista devido a sua vivência jornalística e pela responsabilidade de cuidar da imagem da Administração Municipal junto aos canais de comunicação, principalmente, rádio.

5.3 Análise dos Resultados

A seguir relacionamos diversas tabelas e gráficos com dados que contribuirão na análise quantitativa dos resultados da pesquisa.

5.4 Universo e Amostra

O universo desse estudo se realizará em volta dos estudantes dos cursos de Jornalismo e Radiojornalismo da UFS – Universidade Federal de Sergipe, e a população amostral, que consiste em uma parcela do universo, será entrevistada durante o horário escolar da instituição de ensino público.

Nesse trabalho pretende-se analisar um universo de 1.000 onde a amostra de 25 elementos que serão devidamente entrevistados durante o expediente bancário.

5.5 Método e Instrumento de Coleta de Dados

Como se optou pelas entrevistas dos estudantes de uma instituição de ensino de nível superior de nossa cidade, as abordagens são de forma aleatória. Após as entrevistas, elaborou-se um questionário de pesquisa, que foi aplicado após efetiva concretização do fato, após isso foram encaminhados 25 questionários de escolha, com 13 questões, aos estudantes dos cursos de Jornalismo e Radiojornalismo do 1º ao 7º períodos, conforme demonstradas no **Anexo: 1**.

De acordo com a boa técnica de pesquisa quantitativa, adotaram-se as técnicas de: notificação, pesquisa e posterior acompanhamento.

5.6 Tratando os Dados

Para analisar e interpretar os resultados das pesquisas de satisfação dos ouvintes das Rádios sobre a qualidade da programação apresentada em nossa cidade foi utilizado a análise descritiva, baseada em valores absolutos e percentuais.

5.7 Análise dos Resultados

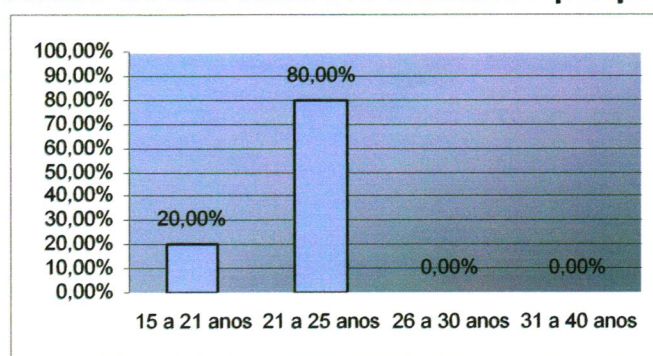
A partir dessa seção é colocada a análise dos dados quantitativos demonstrados nas tabelas e gráficos abaixo:

A Tabela 1 e o gráfico 1 apresentam os seguintes resultados: 20 % são estudantes da faixa etária entre 15 à 21 anos e, a maioria, 80 % são de 21 à 25 anos de idade.

Tabela 1: Faixa etária dos estudantes pesquisados

Faixa etária	Quantidade	Frequência
15 à 21 anos	5	20%
21 à 25 anos	20	80%
26 à 30 anos	0	0%
31 à 40 anos	0	0%
41 à 50 anos	0	0%
acima de 51 anos de idade	0	0%
Total	25	100%

Gráfico 1: Faixa etária dos estudantes pesquisados



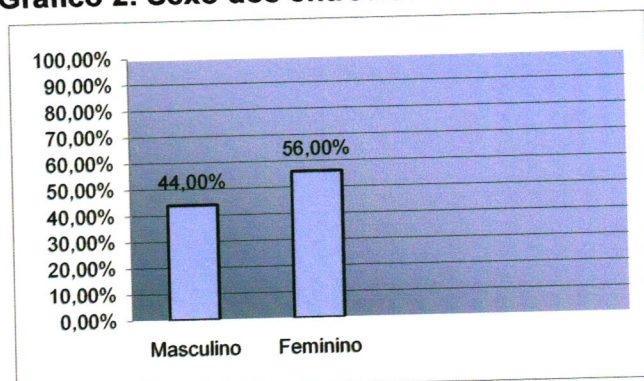
Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

Verificamos na pesquisa o perfil dos estudantes em relação ao sexo: 44 % são do sexo masculino enquanto o percentual de 56 % são alunos do sexo feminino.

Tabela 2: Sexo dos Entrevistados

Sexo	Quantidade	Frequência
Masculino	11	42%
Feminino	14	58%
Total	25	100%

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

Gráfico 2: Sexo dos entrevistados

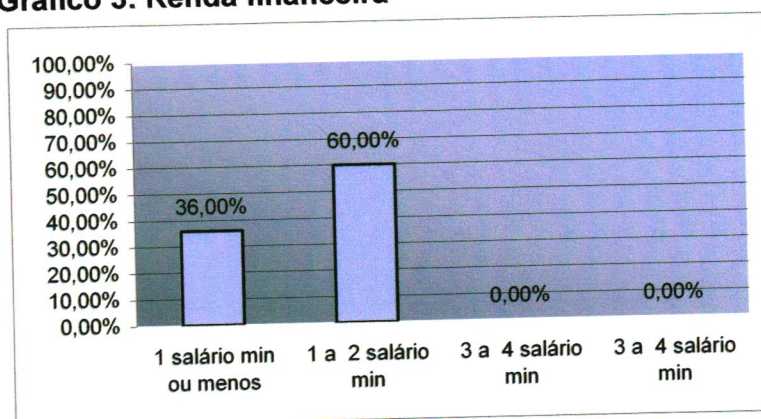
Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

Com relação à renda financeira dos estudantes pesquisados, a tabela e o gráfico 3 abaixo apresentam os seguintes valores: 36% dos alunos informaram que possuem uma renda de 1 (um) salário mínimo ou menos, 60 % ganham de 1 (um) a 2 (dois) salários mínimos, e, as faixas de que vão de, 2 (dois), a 3 (três) salários mínimos, de 3 (três) a 4 (quatro) salários mínimos, a resposta é 0% e, apenas 1 respondeu que percebe na faixa compreendida entre 5 (cinco) salários ou mais, ou seja, 4%.

Tabela 3: Renda financeira

Renda financeira	Quantidade	Frequência
1 (um) salário mínimo ou menos	9	36%
1 (um) a 2 (dois) salários mínimos	15	60%
2 (dois) a 3 (três) salários mínimos	0	0%
3 (três) a 4(quatro) salários mínimos	0	0%
5 (cinco) salários ou mais	1	4%
Total	25	100%

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

Gráfico 3: Renda financeira

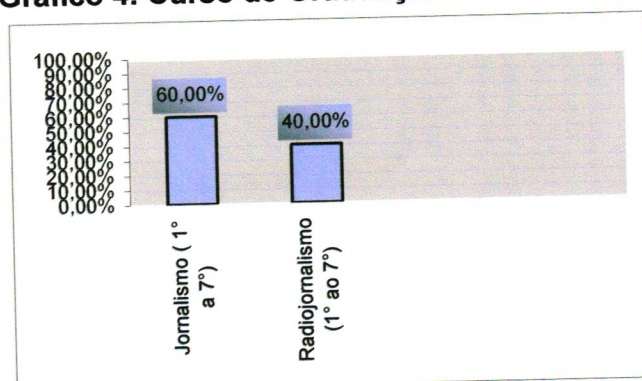
Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

Na pesquisa encontra-se o Curso de graduação dos alunos: 60 % estão matriculados no curso de Jornalismo do 1° ao 7° período e, 40% estão cursando o curso de radiojornalismo.

Tabela 4: Curso de Graduação

Curso de Graduação	Quantidade	Frequência
Jornalismo	15	60%
Radiojornalismo	9	40%
Total	25	100%

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

Gráfico 4: Curso de Graduação

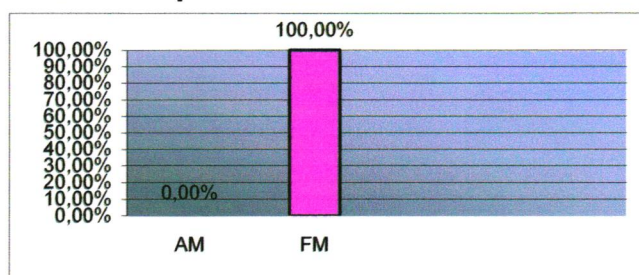
Fonte: Santana, Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

Com relação aos tipos de Rádios mais preferidas, 100% dos entrevistados responderam a sua preferência as do tipo de Rádio FM.

Tabela 5: Tipo de Rádio mais ouvido

Tipo de Rádio mais ouvido	Quantidade	Frequência
AM	0	0%
FM	25	100%
Total	25	100%

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

Gráfico 5: Tipo de Rádio mais ouvido

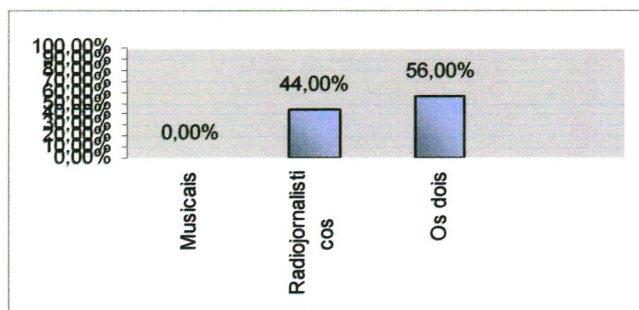
Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

Na pesquisa vemos que os ouvintes não preferem ouvir apenas o tipo de programação em temas musicais, mas, um número de ouvintes na ordem de 44%; indicaram sua preferência os programas de radiojornalísticos e em seguida 56% tem a preferência em ouvir os dois tipos programas.

**Tabela 6: Tipos de Programas mais ouvidos
% 2006**

Tipo de Programa mais ouvido	Quantidade	Frequência
Musicais	0	0%
Radiojornalísticos	11	46%
Os dois	14	54%
Total	25	100%

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

**Gráfico 6: Tipos de Programas mais ouvidos
% 2006**

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

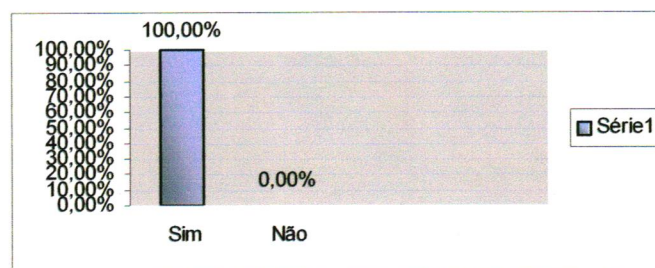
A Tabela e o gráfico 7 mostram que 100% dos ouvintes aprovam os programas jornalísticos que são apresentados pelas Rádios no horário matinal das 6hs às 9hs da manhã.

**Tabela 7: Aprova os programas jornalísticos matinais das Rádios das 6h às 9h
% 2006**

Aprecia os programas jornalísticos matinais das Rádios das 6h a 9h	Quantidade	Frequência
Sim	25	100%
Não	0	0%
Total	25	100%

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

**Gráfico 7: Aceitação dos Programas jornalísticos matinais das Rádios - 6h a 9h
% 2006**



Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

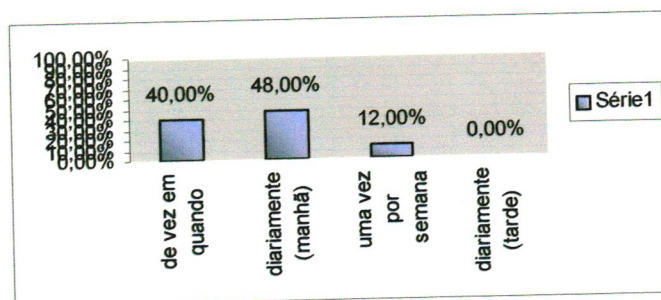
A Tabela e o gráfico 8 mostram a quantidade de vezes que os ouvintes preferem escutar os tipos de programas mais preferidos apresentados nas Rádios. 40% informaram que ouvem de vez em quando; 48 % dos ouvintes escutam diariamente e apenas 3% responderam que ouvem uma vez por semana.

**Tabela 8: Frequência da audiência dos programas
% 2007**

Frequência de audiência desses tipos de programas	Quantidade	Frequência
De vez em quando	10	40%
Diariamente (manhã)	12	48%
Uma vez por semana	3	12%
Diariamente à (tarde)	0	0%
Nunca	0	0%
Total	25	100%

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

**Gráfico 8: Frequência da audiência dos programas
% 2007**



Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

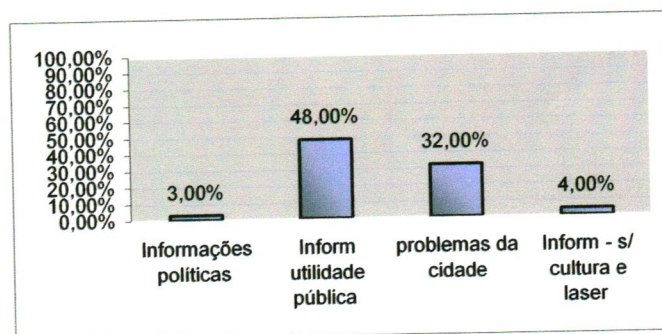
Em relação aos tipos de programas que os ouvintes gostariam mais de ouvir verificamos os seguintes resultados: 12 % dos ouvintes gostariam de ouvir mais eram Informações políticas; 48% Informações de utilidade pública; 32 % Problemas da cidade; 4 % informações ligadas à cultura e laser, e; 4% Informações policiais.

**Tabela 9: Tipo de programa que mais gostariam de Ouvir
% 2007**

Programa que mais gostaria de Ouvir	Quantidade	Frequência
Informações políticas	3	12%
Informações de utilidade pública	12	48%
Problemas da cidade	8	32%
Informações ligadas à cultura e laser	1	4%
Informações policiais	1	4%
Apenas passa tempo	0	0%
Total	25	100%

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

**Gráfico 9: Tipo de Programa que mais gostariam de Ouvir
% 2007**



Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

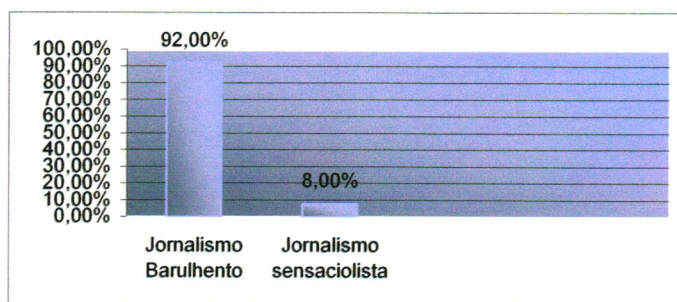
Observamos na pesquisa as características que definem um conceito de Rádio que tem uma programação de Qualidade foi assinalado pelos entrevistados dos cursos de: 50% Jornalismo participativo moderado (mais tranquilo, equilibrado, sem exagerar a notícia etc.; 50% um Jornalismo participativo sensacionalista que seja (mais tenso, barulhento, investigativo cheio de buchichos, etc.

**Tabela 10: Definição de um tipo de programação de Qualidade no Rádio
% 2006**

Rádio com programação de Qualidade	Quantidade	Frequência
Jornalismo participativo moderado (mais tranquilo, equilibrado, sem exagerar a notícia etc.	23	92%
Jornalismo participativo sensacionalista (mais tenso, barulhento, investigativo cheio de buchichos, etc.	2	8%
Total	25	100%

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

**Gráfico 10: Definição de um tipo de programação de Qualidade no Rádio
% 2006**



Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

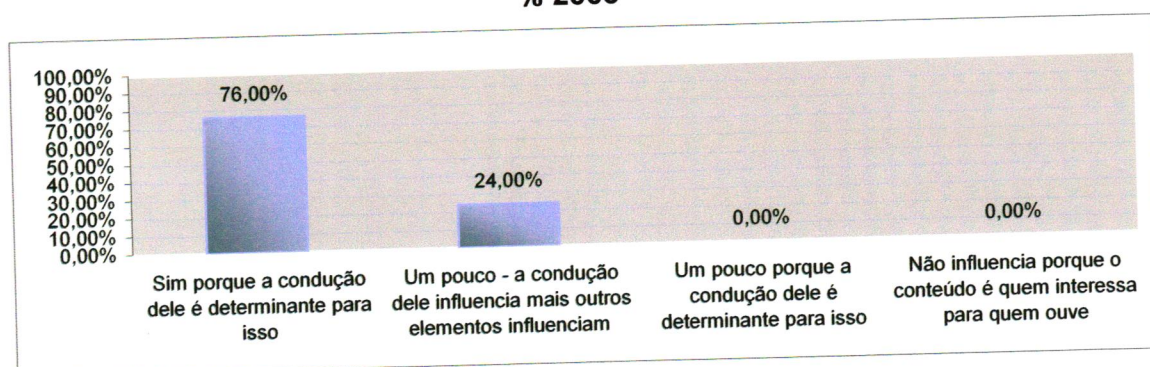
Vemos na pesquisa em relação a audiência dos programas as respostas dos alunos são as seguintes: 76 % responderam que **Sim** consideram a condução do apresentador determinante na qualidade do programa; e apenas 24%, ou seja, 1/3 dos entrevistados consideram Um pouco importante a condução dele e de mais outros elementos na qualidade do programa.

**Tabela 11: Se existe influencia na Qualidade do Programa
% 2006**

Influencia do apresentador na Qualidade do Programa	Quantidade	Frequência
Sim porque a condução dele é determinante para isso	19	76%
Um pouco porque a condução dele influencia mais outros elementos são mais influentes	6	24%
Um pouco porque a condução dele é determinante para isso	0	0%
Não influencia porque o conteúdo é quem interessa para quem ouve	0	0%
Total	25	100%

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

**Gráfico 11: Saber se o apresentador influencia na Qualidade do Programa
% 2006**



Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

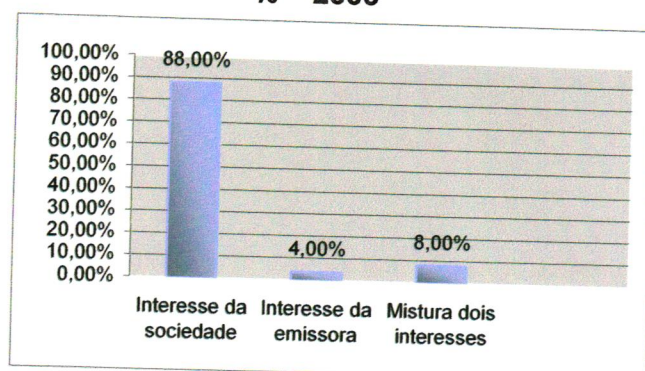
Na pesquisa a maior parte dos entrevistados afirmou que o determinante na produção dos programas de radio é o interesse que a sociedade tem na escolha de produção dos programas, com 88 %; e, apenas 1 respondeu (4% do total dos entrevistados), indica que é o interesse da emissora e, finalmente, 8% responderam que o que, mais influencia é a mistura dos dois tipos de interesses.

**Tabela 12: O maior determinante na produção dos programas
% 2006**

O que mais determina a produção dos programas	Quantidade	Frequência
O interesse da sociedade	22	88%
O interesse da emissora	1	4%
Uma mistura destes dois interesses	2	8%
Total	25	100%

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

**Gráfico 12: O maior determinante na produção dos programas
% 2006**



Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

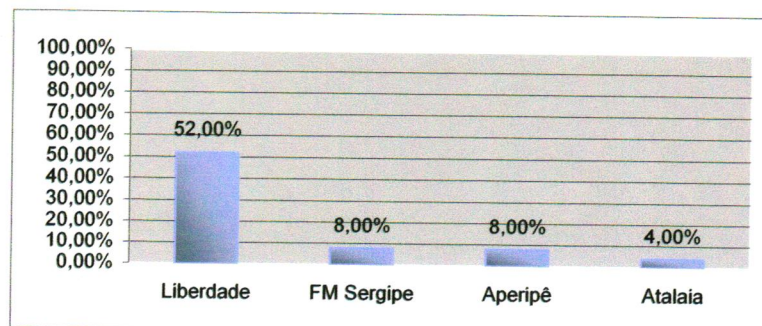
Na pesquisa observamos que os ouvintes indicaram a **Radio de Aracaju** considerada como de **Melhor Qualidade em primeiro lugar** foi a Radio Liberdade, com 52 % dos ouvintes em seguida veio a FM Sergipe e a Rádio Aperipê com o percentual de 8 %, a Atalaia com 4 %. Nesses dados foi observado que 28% dos entrevistados não quiseram dar sua opinião da preferência de Rádio.

**Tabela 13: Radio de Aracaju indicada como de Melhor Qualidade
% 2006**

Radio de Melhor Qualidade de Aracaju	Quantidade	Frequência
1° lugar Liberdade	13	52%
2° lugar FM Sergipe	2	8%
3° lugar Aperipê	2	8%
4° lugar Atalaia	1	4%
Não responderam	7	28%
	25	100%

Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

**Gráfico 13: Radio de Aracaju indicada como de Melhor Qualidade
% 2006**



Fonte: Santana; Evenilson e Garcia, Flávia (2006).

CONCLUSÃO

Diante dos dados apresentados e da nossa experiência individual constatamos a grande dificuldade que existe em se formatar um modelo de radiojornalismo local que atenda aos princípios básicos quanto à prestação de serviço. Por outro lado, há um nível de exigência apurado naqueles que se preparam para enfrentar o mercado num futuro não muito distante. Independentemente da estrutura disposta pela UFS, para motivar e preparar estes novos comunicadores, eles já demonstram amplo conhecimento sobre o assunto. Pelo menos, deixam transparecer o nível de exigência que buscam para si e o para o público que deverão estar atingindo no dentro em breve. É bem verdade que há uma grande distância entre a vida acadêmica e quando se encara a realidade do dia-a-dia atuando no mercado de trabalho. Mesmo assim, não é muito difícil enxergar um sinal de boas expectativas para este setor. E mais importante ainda: para o público ouvinte.

As informações referentes às atitudes de alguns profissionais que já atuam no radiojornalismo em Aracaju, que, como já foram apresentadas, demonstram uma intenção muito maior da busca por um benefício particular ou, para um determinado grupo, visando fazer do rádio uma espécie de trampolim político partidário, do que utilizá-lo como instrumento de prestação de serviço para a sociedade.

Pelos depoimentos colhidos, e, num contato pessoal com os profissionais do meio e responsáveis pelos veículos, ficou clara a idéia de que, muitos até tentam estabelecer um nível razoavelmente satisfatório de qualidade no jornalismo, mas, acabam esbarrando num fator determinante: O interesse político partidário do dono da emissora ou do grupo ao qual ele pertence. Pelo que declararam, há um modelo de radiojornalismo que se mostra como mais moderado. Conseqüentemente, mais agradável, no mínimo, aos ouvidos. Aquele tido como informativo, mais prudente, etc. Esse seria o mais adequado em vários sentidos. Muito embora aquele que é denominado como sensacionalista, mais barulhento e polêmico, consegue chamar muito mais a atenção da massa, e, neste caso, acaba “vendendo-se” bem mais rápido. Sem falar que, como vitrine para a promoção pessoal, e, inevitavelmente, política, o efeito também segue o mesmo raciocínio.

Um grande exemplo disso, diante do que foi possível observar com esse trabalho, é o próprio mundo do turismo no Estado. Os dados do setor comprovam que ele se transformou na chamada “indústria sem chaminés”, mas, nestes programas jornalísticos matinais, por exemplo, as boas e consistentes divulgações dos diferenciais de determinadas cidades e seu pontos turísticos, estão, muitas das vezes condicionados, além do aspecto comercial – o que é extremamente natural – às relações político-partidárias do dono desta ou daquela emissora e o prefeito deste ou daquele município.

Os novos comunicadores, pelo resultado da pesquisa, já deixaram claro que, estão mais que atentos à essa realidade e, que, provavelmente, pelo menos como proposta, a expectativa é de que o cenário no futuro seja completamente diferente.

Esse nosso trabalho propõe, inicialmente, que as concessões dos veículos de comunicação, em nosso caso, o rádio, especificamente, sejam direcionadas a profissionais do meio e, não, somente, a políticos e/ou seus respectivos grupos. Sugere também aos atuais donos de emissoras em Aracaju, que revejam a proposta básica e legal da finalidade de um veículo de comunicação. Como consequência reestudem uma melhor forma de se evidenciar o radiojornalismo muito mais como prestação de serviço, que como busca individual de interesses próprios. Mesmo sabendo, que como bom administrador, não se pode deixar de obter um retorno financeiro, e, que, a “política da boa vizinhança”, jamais deixará de acontecer, não permitam que os interesses pessoais, políticos ou de um pequeno grupo, se sobreponham aos reais interesses da nossa população. E o mais importante: Que os nossos futuros comunicadores, objeto de pesquisa desse trabalho, e a quem interessar, que somem-se a nós, na luta constante e incansável de se formatar um modelo de radiojornalismo com uma melhor qualidade em Aracaju.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 - **TRAQUINA**, Nelson. Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são – Vol I. Insular: Florianópolis, 2005. 2 ed. 224p.
- 2 - **TRAQUINA**, Nelson. Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística - Uma comunidade interpretativa transnacional – Vol II. Insular: Florianópolis, 2005. 1 ed. 216p.
- 3 - **ORTRIWANO**, Gisela Swetlana. A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. SP: Summus, 1985. 122 p.
- 4 - **VIGIL**, López. Manual urgente para radialistas apaixonados – São Paulo Paulinas, 2003.
- 5 - **COMUNICARE**: revista de pesquisa/Centro Interdisciplinar de Pesquisa, Faculdade de Comunicação Cásper Líbero - v. 1, nº 1 – São Paulo: editora Paulus, 2001.
- 6 - **KOTLER**, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- 7 - **CASÉ**, Rafael. Programa Case – O rádio começou aqui - Rio de Janeiro, editora Mauad, 1995.
- 8 - **JÚNIOR**, João Evangelista Alves Bandeira. O Surgimento do Rádio em Sergipe. Projeto de Conclusão de Curso, Aracaju: UFS, 1999.
- 09 - **ORTIZ**, Renato; **BORELLI**, Sílvia Helena Simões; **RAMOS**, José Mário Ortiz. Telbenovela: História e produção. Editora Brasiliense, 2ª ed. São Paulo. 1991.
- 10 - **SOARES**, Edileuza. A Bola No Ar: O rádio esportivo em São Paulo. Summus Editorial, 1994.

- 11 - BARBEIRO**, Heródoto et **LIMA**, Paulo Rodolfo de. Manual de Radiojornalismo: produção, ética e Internet. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 194 p.
- 12 - BARBOSA FILHO**, André. Gêneros radiofônicos: Os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003. 160 p.
- 13 - ALBRECHT**, Karl; **BRADFORD**, Lawrence J. **Serviços com qualidade: a vantagem competitiva**. Tradução Sara Gedanke. São Paulo: Makron Books, 1992.
- 14 - KOTLER**, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- 15 - Código de ética de Radiodifusão** - ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão)
- 16** - Constituição Brasileira, artigo 221, incisos de 1 a 4
- 17 - Ministério das Comunicações** - Quadro de Sócios e Diretores dos Canais de Rádios em FM - Frequência Modulada e AM -Amplitude Modulada - Fonte: ANATEL - Sistema de Acompanhamento de Controle de Cotas – SIACCO. Disponível em: <www.mc.gov.br>
- 18 - A história do rádio** (de 1844 até hoje). Disponível em <www.radiojornalismo.com.br>
- 19 - A história do rádio**. Disponível em <www.bn.com.br/radios-antigos/radio.htm>
- 20 - História do Rádio**. Disponível em <www.microfone.jor.br/historia>
- _____, O Inconfidente, Jornal laboratório do Curso de Comunicação Social da Universidade Tiradentes, Outubro de 2002,(...)

_____, Revista Rádio Cultura: 40 anos 1959-1999, Novembro de 1999, Edição Única.

DEPOIMENTOS:

Radialista e Diretor da Rádio Jornal AM, Augusto Júnior

Radialista e ex-Coordenador de programação da 103 FM, Fábio Rivera

Ex-Superintendente da Liberdade FM, Antônio Rollemberg

Jornalista e Radialista da TV Globo RIO, Ana Paula Araújo

Jornalista e ex-Secretário de Comunicação de Aracaju, Milton Alves

ANEXOS

FORMULÁRIO DE PESQUISA

ASSUNTO: QUALIDADE DOS PROGRAMAS RADIOJORNALÍSTICOS DE ARACAJU

Esta pesquisa tem como OBJETIVO encontrar o perfil dos ouvintes das Rádios de Aracaju(estudantes de comunicação) e identificar qual o seu entendimento sobre "programação de qualidade" no radiojornalismo.

Numa outra dimensão, ela servirá como base para estabelecer um comparativo sobre o que os donos de Emissoras, e/ou, profissionais do Rádio, chamam de qualidade e qual o entendimento do futuros profissionais de comunicação sobre este mesmo tema. Esse trabalho é de autoria do Radialista e Pós-graduando em Gestão de Comunicação EVENILSON SANTANA, pela FANESE e da Turismóloga e Pós Graduanda em Gestão da Comunicação, Flávia Garcia.

Este formulário é do tipo AUTO-ENTREVISTA e o entrevistado também não precisa se identificar.

A sua fidelidade nas respostas será de extrema importância para o resultado deste trabalho.

1) O Sr.(a) tem :

- ☐ 15 a 20 anos de idade
- ☐ 21 a 25 anos de idade
- ☐ 26 a 30 anos de idade
- ☐ 31 a 40 anos de idade
- ☐ 41 a 50 anos de idade
- ☐ acima de 51 anos de idade

2) Sexo do entrevistado(a):

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

3) A sua renda mensal, normalmente, corresponde a:

- ☐ 1(um) salário mínimo ou menos
- ☐ 1(um) a 2(dois) salários mínimos
- ☐ 2(dois) a 3(três) salários mínimos
- ☐ 3(três) a 4(quatro) salários mínimos
- ☐ 5(cinco) salários mínimos ou mais

4) Qual o período e curso do(a) sr.(a)?

5) Que tipo de Rádio o sr.(a) ouve com mais frequência?

- ☐ AM
- ☐ FM

6) Que tipo de programa de rádio o sr.(a) ouve com mais frequência?

- ☐ Musicais
- ☐ Radiojornalísticos
- ☐ Os dois

6) O sr.(a) costuma ouvir os programas jornalísticos matinais das rádios de Aracaju (Das 06h às 09h) ou em outro horário?

- ☐ sim
- ☐ não

8) Com que frequência o sr.(a) ouve esse tipo de programa?

- ☐ De vez em quando (em média 3 vezes na semana)
- ☐ Diariamente(manhã)
- ☐ Uma vez por semana
- ☐ Diariamente (à tarde)
- ☐ Nunca

9) O que o sr.(a) procura ao ouvir esse tipo de programa?

- ☐ informações políticas
- ☐ informações de utilidade pública
- ☐ problemas da cidade
- ☐ informações ligadas a cultura e lazer
- ☐ informações policiais
- ☐ Apenas passa tempo

10) Do ponto de vista jornalístico como O sr.(a) definiria uma programação de Rádio de Qualidade? Aquela que prioriza:

- ☐ Jornalismo participativo Moderado (Mais tranquilo, equilibrado, sem exagerar a notícia, etc)
- ☐ Jornalismo participativo sensacionalista (Mais tenso, barulhento, Investigativo, cheio de "buchichos" etc.)

12) Na sua opinião o apresentador influencia na Qualidade da programação:

- ☐ sim porque a condução dele é determinante para isso
- ☐ um pouco porque a condução dele influencia mais outros elementos são mais influentes
- ☐ um pouco porque o jeito dele vai criar ou não empatia com o público
- ☐ não influencia porque o conteúdo é que interessa pra quem ouve

13) Na sua opinião o que é determinante para produção do conteúdo destes programas:

- ☐ o interesse da sociedade
- ☐ o interesse da emissora
- ☐ uma mistura destes dois interesses

14) Que Programas de Rádio em Aracaju o sr.(a) definiria como a que tem MELHOR QUALIDADE Radiojornalística sua programação?
(cite em ordem de sua preferência, independente do segmento: AM ou FM) Caso não lembre o nome do programa, coloque o da emissora.

- 1o _____
- 2o _____
- 3o _____