



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO
E ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

FAGNO DALLINO ROLIM

A QUALIDADE DA GESTÃO NA INFORMAÇÃO RADIOFÔNICA, NA
DIFUSORA RÁDIO CAJAZEIRAS 1070 KHZ

SOUSA - PB
2006

FAGNO DALLINO ROLIM

A QUALIDADE DA GESTÃO NA INFORMAÇÃO RADIOFÔNICA, NA
DIFUSORA RÁDIO CAJAZEIRAS 1070 KHZ

Monografia apresentada ao Curso de Especialização em Gestão e Administração Pública, do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão e Administração Pública.

Orientadora: Professora Ma. Maria da Luz Olegário.

SOUSA - PB
2006

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, pois sem a sua presença não teria conseguido tudo que almejei em minha vida.

A mim, por sempre ter acreditado que iria concluir este curso, mesmo com todas as adversidades financeiras.

Ao meu querido pai, peça fundamental da minha inspiração e criatividade, amigo maior tanto nos momentos fáceis, mas principalmente, nos difíceis.

A minha querida mãe, pelo caminho da graduação em administração e por minha vida.

Aos meus irmãos Agner Franck e Igo D'Taço companheiros fieis de toda uma vida.

Aos meus tios, meus primos, que constroem uma entidade importantíssima chamada: Família.

A UFCG, por nos proporcionar a oportunidade de sermos especialistas, em especial a Secretária Darismar Afonso por estar sempre disponível em todos os momentos desse curso.

A professora Ms. Maria da Luz, minha orientadora, pela ajuda intelectual, mostrando os caminhos a se trilhar no decorrer deste trabalho.

Aos meus queridos e eternos amigos Robson Roberto, Helber Marques, João Jerffisson e Roberto Jorge, o respeito e admiração que tenho pelos mesmos, de um caminho percorrido desde 1997 em João Pessoa-PB para todo o resto de nossas vidas.

Aos meus amigos camaradas e colegas de faculdade Eugenio Ismar, Djalma Feitosa e Rômulo Frota, que semanalmente me privam de uma amizade sincera e um companheirismo imenso.

A todos que fazem a Difusora Rádio Cajazeiras, em especial a Laurenito Bezerra e Danília Rolim, pela ajuda em dispor de informações necessárias para a elaboração deste trabalho.

A todos os meus colegas desta especialização, em especial aos amigos Sinefonte Xavier, Jean Alencar, José Gomes, Olívia Boniatt e Fátima Silva, que me privaram da convivência durante todo esse ínterim.

E aos demais que, de uma forma ou de outra, contribuíram na elaboração deste trabalho monográfico.

**“Quanto mais entendemos a grande realidade na
qual vivemos, mais humildes nos tornamos.
Passamos a ter um relacionamento melhor com
todos”. (Fritjof Capra)**

A Atenodório, Francisco, Adalbertina e Isaura, pela abnegação e luta de todos os dias e que, me proporciona a convivência e o prazer de tê-los comigo. Este trabalho se transforma em tudo que estas quatro pessoas significam pra vida de nós todos. **DEDICO.**

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo fundamental fazer uma análise da emissora de rádio Difusora Rádio Cajazeiras, do nordeste brasileiro, e foi desenvolvido a partir da pesquisa sobre a qualidade da gestão informativa no rádio brasileiro em geral, até chegar a qualidade da gestão informativa na Difusora Rádio Cajazeiras, foco principal desta monografia. Os objetivos mais específicos deste trabalho foram de compreender como uma emissora de rádio consegue permanecer tanto tempo no ar aliando a perfeição técnica de seus equipamentos com a qualidade criativa de informar de seus profissionais de comunicação. A preocupação com uma programação interativa, com uma locução democrática, com a qualidade de seus profissionais e respeito ao ouvinte foi importante para consolidação de uma empresa. A intenção foi de mostrar como a informação em uma rádio precisa ser administrada como qualquer outra gestão. A gestão informativa enfatizada neste procurou defender a liberdade, a ecleticidade, o profissionalismo e a inovação contínua como atributos essenciais para a permanência desta empresa na preferência popular a mais de quatro décadas. A proposta foi focar como uma boa linguagem, uma boa dicção e uma constante dedicação podem construir um meio de comunicação de credibilidade perante uma comunidade. O objeto de estudo é contar toda a competência em transmitir que a Difusora mostra para a sociedade paraibana.

Palavras-Chaves: Gestão, Informação e Qualidade.

ABSTRACT

This work has as objective basic to make an analysis of the Diffusing sender of radio Cajazeiras Radio, northeast Brazilian, and was developed from the research on the quality of the informative management in the Brazilian radio in general, until arriving the quality of the informative management in the Diffusing Cajazeiras Radio, main focus of this monograph. The objectives most specific of this work had been to understand as a radio sender obtains to remain as much time in air uniting the perfection technique of its equipment with the creative quality to inform of its professionals of communication. The concern with an interactive programming, with a democratic locution, the quality of its professionals and respect to the listener was important for consolidation of a company. The intention was to show as the information in a necessary radio to be managed as any another management. The emphasized informative management in this looked for to defend the freedom, the ecleticidade, the professionalism and the continuous innovation as essential attributes for the permanence of this company in the popular preference more than the four decades. The proposal was to focus as a good language, a good dicção and a constant devotion can construct a media of credibility before a community. The study object is to count to all the ability in transmitting that the Diffusing sample for the paraibana society.

Palavras-Chaves: Management, Information and Quality.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

CAPÍTULO 1 ASPECTOS DA QUALIDADE.....	12
1.1. Histórico da Qualidade	12
1.1.1. Conceitos de Qualidade	13
1.1.2. Princípios de Qualidade	14
CAPÍTULO 2 UMA BREVE HISTÓRIA DO RÁDIO.....	16
2.1. O Rádio chega ao Brasil.....	17
2.1.1. O Rádio nos Anos 30.....	20
2.1.2. A Década de Ouro.....	22
2.1.3. A Evolução do Rádio-Jornalismo no Brasil.....	24
2.2. A Chegada do Rádio na Paraíba.....	30
CAPÍTULO 3 A EMISSORA DE RÁDIO COMO MEIO INFORMATIVO.....	37
3.1. A Gestão Informativa e sua Estrutura.....	37
3.2. Características do Rádio e as Influências Sobre A Mensagem.....	40
3.2.1. Vocalização	43
3.2.2. Entonação	44
3.2.3. Ritmo	44
3.2.4. Atitude	45
3.3. Deveres e Obrigações de um Locutor Antes de Falar	45
3.3.1. O Locutor e o Microfone.....	47
3.3.2. O Locutor e o Ouvinte.....	48
3.3.3. Saber Cativar o Ouvinte.....	49
3.3.4. O Locutor Antes de Falar	49
3.3.5. O Locutor Durante a Locução	49
3.3.6. O Locutor e a Voz.....	50
CAPÍTULO 4 O Universo Comunicativo Do Rádio.....	51
4.1 A Notícia No Rádio	51
4.2 A Entrevista Radiofônica	54
4.3 Improvisação.....	59

4.4 Vocabulário	59
4.5 Conteúdo.....	60
4.6 Sonoplastia.....	60
4.7 Vinhetas	61
4.8. Rádio Com Modernidade.....	61
CAPÍTULO 5 O Rádio em Cajazeiras: A Difusora. Origem e Evolução.....	64
5.1. Os Serviços de Alto-Falantes, O Começo de Tudo.....	64
5.2. A Querida DRC. Da Fase Experimental a Concessão Definitiva.....	67
5.3. Perfil dos Funcionários	71
5.4. Produtos e Serviços.....	71
5.5 A Qualidade da Gestão da Informação Radiofônica, Com Ênfase na Difusora Rádio Cajazeiras – 1070 KHZ.....	72
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	78
REFERÊNCIAS	79
ANEXOS	
I – Programação da Difusora Rádio Cajazeiras	

INTRODUÇÃO

Este trabalho monográfico de pós-graduação preocupa-se em verificar como a postura do comunicador influi na administração do rádio como meio informativo, tendo a ficar atento em ouvir bem a notícia e saber utilizar a voz para transmiti-la com segurança, enfatizando as técnicas com o que a emissora possui de mais valioso, o ouvinte. Procurar-se-á mostrar a qualidade e a busca da satisfação e superação das expectativas dos clientes na gestão da informação e sua estrutura, desde o rádio em si, passando pela locução, até as novas influências de modernidade no processo informativo.

É necessário ter qualidade no rádio, pois, caso contrário, ficará com a mesmice do romantismo dos anos 50. Esse misterioso aparelho eletrônico que vicia, cria hábito, gera empregos, satisfaz enormes vaidades, projeta nomes, descobre talentos, elege representantes do povo e, entre outras coisas, "fala" para seus inúmeros, milhares, incógnitos e importantes ouvintes. Será que esta fala é "produzida", estudada, planejada? Será que é muito importante ir para o microfone sabendo o que se vai falar? Ou o tão decantado improvisado é mais "comunicativo"?

Tentar-se-á mostrar toda a magia deste veículo tão importante para a comunicação.

Foi daí, que se pensou em fazer uma homenagem a uma das emissoras de rádio mais querida de todo o nordeste brasileiro, tentando mostrar como uma rádio não se resume apenas aos seus equipamentos, mais sim, em uma equipe que seja comprometida com a informação feita com credibilidade e respeito ao ouvinte. A Difusora Rádio Cajazeiras tem como um dos seus maiores atributos a preocupação com a gestão da informação em relação aos seus funcionários. Liberdade, criatividade, inovação e imparcialidade são marcas da pioneira. É neste sentido, que veio a vontade de expressar neste trabalho monográfico toda a história desta empresa, desde o seu início, por volta de 1938 com os serviços de alto-falantes (SAF's),

passando por 1964 com a sua concessão até a modernidade tecnológica que a rádio possui nos dias atuais.

Veículo maior de comunicação da cidade, ouvida em todo o interior paraibano e alguns estados vizinhos, a Difusora ocupa um lugar de destaque na radiofonia paraibana e sertaneja.

O primeiro momento irá tratar da Gestão da Qualidade. Será feita uma abordagem em três aspectos importantes: o histórico, os conceitos e os princípios. O segundo momento irá fazer uma Breve História do Rádio desde o seu nascimento até a chegada do rádio na Paraíba. No Capítulo 3, será trabalhada a emissora de rádio como meio informativo, enfocando a gestão informativa e sua estrutura. Logo em seguida, mostrar-se-á as características da emissora de rádio e as influências sobre a mensagem, como: a vocalização, entonação, ritmo e atitude. Ainda no mesmo, serão contados os deveres e obrigações que um locutor tem antes de falar, desde a locução e o microfone até a locução e a voz. No Capítulo 4, será feita uma abordagem sobre o rádio como universo comunicativo, enaltecendo a notícia, a entrevista, a improvisação, o vocabulário, passando pelo conteúdo, a sonoplastia, e por último as vinhetas. Depois, enfocará toda a modernidade que pode existir nesse meio de comunicação.

A Difusora Rádio Cajazeiras, objeto principal deste trabalho irá ser tratada no último momento, em que se fará um resgate de sua origem e evolução, desde os serviços de alto-falantes até a sua fase experimental e concessão. Em seguida buscará informações da estrutura da emissora, como sendo, razão social, endereço, número e perfil de funcionários e produtos e serviços.

Finalizando este último momento, será referenciado a Gestão da Informação Radiofônica inserida na Difusora Rádio Cajazeiras, evidenciando desde a parte técnica até a qualidade de informar dos seus profissionais.

Fazer rádio com qualidade é um tanto quanto utópico em toda a sua complexidade, mas é de suma importância para a comunicação de pessoas com pensamentos progressistas. A

Difusora é exemplo desta comunicação fascinante, responsável e idônea para com a comunidade em geral. Então daí surgiu a necessidade deste trabalho.

CAPÍTULO 1 ASPECTOS DE QUALIDADE

A gestão da qualidade possui uma ênfase crucial no modelo gerencial das organizações, tanto do ponto de vista histórico quanto conceitual ou estrutural. E, sobretudo, é importante notar que as especificidades da gestão da qualidade vão muito além dela própria, centrando-se em todo o processo de gestão da organização. Em outras palavras: o que se deseja, na verdade, é estruturar um processo de gestão de qualidade, ou seja, gestão com qualidade.

1.1 Histórico de Qualidade

Desde o início de nossa civilização, cada ser humano provia suas próprias necessidades com bens adequados aos interesses e capacidade de acesso. Os caçadores mais hábeis podiam garantir a melhor caça, e os mais hábeis artesãos, os melhores abrigos. De qualquer forma, uns e outros tinham claramente presentes suas necessidades específicas nos atos de caçar ou cozer um agasalho.

Com a expansão das organizações comunitárias em aldeias e vilas e o fomento da divisão do trabalho por especializações, esse panorama não mudou. Os artesões produziam sob encomenda, levando em conta estritamente as necessidades e os desejos de seus clientes. Os agricultores e criadores tinham em vista unicamente as necessidades da comunidade.

Com o advento da produção em massa, os artesãos começaram a ser substituídos por mão-de-obra não especializada, gerando produtos em série para consumidores distantes e não identificados.

Segundo Miranda (1995, p.1)

A indústria, ao longo de muitos anos, controlando a ponta da oferta viria a impor ao consumo suas decisões. O Renascimento veio com o crescimento agressivo da competição entre produtores, forçando um retorno às origens: buscar nas necessidades e nos desejos dos consumidores a inspiração para o desenvolvimento de seus negócios.

A qualidade em sua história contemporânea pode muito bem ser constatada a partir de uma necessidade sentida pelo general Douglas McArthur, comandante supremo das forças aliadas no Japão. Quando os fabricantes japoneses não puderam dar-lhe o que queria, ele

solicitou o envio de especialistas norte-americanos que pudessem ensiná-los; em seguida este grupo de especialistas começou a mostrar aos japoneses o gerenciamento de uma empresa manufatureira moderna. A visão da qualidade em si era específica. Era suficiente para a época. Anos mais tarde W. Edwards Deming, foi convidado para ensinar Controle da Qualidade aos japoneses. Em 1945, as pessoas consideraram a quantidade mais importante.

No fim dos anos 40 e início dos 50, as pessoas tinham, finalmente, algum dinheiro para gastar, e a atenção das indústrias voltava-se então para as demandas do mercado. Em 1954, Joseph M. Juran abriu o conceito de qualidade para todas as facetas da operação de uma empresa, onde introduziu as idéias do Processo de Melhoria da Qualidade e Gestão da Qualidade Total.

1.1.1. Conceitos da Qualidade

Nos últimos tempos muito temos ouvido falar sobre Qualidade. Entretanto, muitas vezes a palavra Qualidade tem sido utilizada indevidamente.

No passado, o conceito de qualidade era imediatamente ligado a um produto bom, um produto perfeito. Sabemos, porém, que de nada adianta o fabricante acreditar que fez um produto bom, perfeito, se quem o usa ou consome não está satisfeito. Portanto, os consumidores, ou os clientes, são a única referência possível para julgar a Qualidade de um produto ou serviço. Atualmente, Qualidade pode ser definida, como sendo a Capacidade que um produto ou serviço tem para satisfazer plenamente as expectativas dos clientes.

Segundo Cerqueira (1994, p.14)

A maneira mais simples de falar sobre Qualidade é conceituá-la como o conjunto de todas as ações ou atividades desenvolvidas numa organização, para que ela atenda às expectativas de seus clientes ou supere-as.

Ela apresenta dois significados: o atributo, que é a característica de um produto e a gestão, que é o modo de organização de uma empresa. No entanto, a qualidade pode referir-se a adequação ao uso e ausência de defeitos. "As organizações precisam gerar produtos e serviços em condições de satisfazer as demandas dos usuários finais (consumidores), sob

todos os aspectos. A expressão 'bom, bonito e barato' reflete sem dúvida essa necessidade".

(Miranda. *Opus Citatum*, p. 4)

Um produto ou serviço de qualidade é aquele que atende perfeitamente, de forma confiável, acessível, segura e no tempo certo, às necessidades do cliente. Isto envolve termos como baixo custo, segurança do cliente, um projeto perfeito e entrega no prazo certo, no local certo e na quantidade certa, sem correr riscos no que se trata a defeitos.

A qualidade exige uma mobilização interna organizada e sistemática para realizar o que foi prometido ao cliente ou usuário, com menor margem de desvio e com maior eficácia. A qualidade é uma questão de mentalidade e de cultura. A busca da qualidade – assim como a busca da produtividade, da eficiência e da eficácia – não exige necessariamente investimentos em ativos fixos. Nem sempre implica em aquisição de máquinas, equipamentos, tecnologias etc. Ela depende muito mais da mentalidade.

Da cultura organizacional. A sua busca deve ser feita através de pessoas. Além disso, a qualidade é uma questão de consonância. Tal como o desempenho em relação às expectativas. É uma compatibilidade entre o que o usuário espera e o que lhe é oferecido. Entre o que o usuário recebe e o que ele percebe do produto ou serviço recebido. Mais ainda. A qualidade não é apenas uma prioridade exclusiva na produção ou na fabricação.

Ela deve existir em todas as áreas da empresa. Em todos os níveis. Em todas as interdependências. Ela significa e atendimento das necessidades do cliente ou usuário. Seja ele interno ou externo. E isso deve ser assumido plenamente pelo gerente, pela equipe e por toda a organização. A qualidade não é o ponto final. Ela é uma viagem e não um destino. (CHIAVENATO, 1992. p.217)

1.1.2 Princípios da Qualidade

Dentro da administração da qualidade sentiu-se a necessidade de procurar ferramentas que pudessem otimizar o trabalho nas organizações. Foi então que surgiu os princípios da qualidade, como forma de viabilizar o fomento, tanto na área humana quanto na gerência, nas informações, nos processos, buscando a qualidade esperada em todos estes setores.

Segundo Carvalho (1998, p.12),

A gestão pela Qualidade total apresenta alguns princípios. O primeiro é a satisfação do cliente, pois o mesmo é sempre em primeiro lugar; em seguida a gerência Participativa, que é a busca de convergência de idéias e valores. Um outro princípio é o Desenvolvimento do Potencial humano, pois o maior patrimônio das organizações é o ser humano. A constância de propósitos fala de determinação, repetição e esforço na implementação da GQT. A melhoria contínua diz que nada é tão perfeito que não possa ser melhorado.

Depois vem a Gerência de processos, ou seja, a integração e sinergia entre as várias áreas, como clientes internos. A Delegação, que é transmitir responsabilidades e tarefas às pessoas certas. O oitavo princípio é a Disseminação de Informações, que é a freqüência e transparência no fluxo de informações. A garantia da qualidade, ou seja, sistematizar os processos para obter mais confiabilidade e o último, o zero erro, que parte do princípio de fazer o certo, do jeito certo, da primeira vez, sempre.

CAPÍTULO 2 UMA BREVE HISTÓRIA DO RÁDIO

A radiodifusão, em si mesma, não foi, uma descoberta mas um desdobramento, um novo campo da aplicação da rádio-eletricidade. Para seu desenvolvimento contribuíram cientistas e técnicos de muitos países com seus estudos sobre eletromagnetismo a partir do final do século XIX. Na época, já existiam dois meios de comunicação rápida à longa distância: o telégrafo e o telefone, que enviavam sinais através de fios do rádio, que transmitia suas mensagens através do ar, revolucionando, portanto, as comunicações.

Na Rússia Aleksandr Stepanovich Popov e, no Reino Unido Sir Heury Bradwardine Jackson e Sir Oliver Joseph Lodge conseguiram, em 1895 e 1896, transmitir sinais a pequenas distâncias. Coube, entretanto ao italiano Guglielmo Marconi registrar em junho de 1896, em Londres, a primeira patente de um sistema de rádio-comunicação, inventado com base em pesquisas anteriores de Michel Faraday, James Maxuel, Heinrich Rudolf Hertz e outros.

Na virada do século XX, duas invenções vieram dar novo impulso à radiodifusão: o emissor capaz de produzir uma onda regular e contínua, com a transmissão, embora precaríssima, de música e voz humana; e a válvula radioelétrica, graças a qual foi possível melhorar a reprodução dos matizes do som transmitido.

Começaram a partir de então as emissões radiofônicas. Em 1908, Lee De Forest realizou, do alto da Torre Eiffel, uma emissão ouvida nos postos militares da região e até por um técnico em Marselha. Um ano depois a voz do tenor Enrico Caruso era transmitida do Metropolitan Opera House. Em 1916, De Forest, instalou uma estação emissora experimental em Nova York. Com o fim da Primeira Guerra Mundial, a radiofonia progrediu rapidamente.

A fase experimental encerrou-se com a instalação em novembro de 1919 de uma emissora de rádio regular em Rotterdam, Países Baixos. No ano seguinte, inaugurou-se a primeira radiodifusora comercial, em Pittsburgh, Estados Unidos, com prefixo KDKA. As

estações geradoras começaram a transmitir programas musicais e o interesse do público pelos aparelhos receptores aumentou consideravelmente.

Na década de 1920, vários países montaram estações de emissão regular: Alemanha, Argentina, Áustria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Espanha, Finlândia, Reino Unido, França, Itália, Japão, Noruega, Suíça, Tchecoslováquia e União Soviética. No início da Segunda Guerra Mundial, já havia 675 emissoras em funcionamento.

A proliferação de emissoras nos Estados Unidos fez surgir um problema inesperado: as ondas se misturavam no ar, interferindo uma nas outras. O espectro começava a ficar superlotado. Tornou-se necessário regulamentar, pelo Departamento do Comércio, as frequências das emissoras de rádio, mediante o exame de qualificação de cada uma. Também passaram a serem determinados os horários em que as estações podiam operar. Houve contestação, e o caso foi parar em 1924 nos tribunais, que decidiram contra os poderes do Departamento do Comércio. Criou-se então uma Comissão Federal de radiocomunicação, a qual foram transferidas as atribuições antes negadas ao Departamento do Comércio.

Em 1948, com base nas propriedades do germânio e do silício, materiais semicondutores, os americanos John Bardeen, Walter House, Brattain e Willian Bradjord Shockley inventaram o transmissor. Seu aparecimento provocou uma verdadeira revolução na radiodifusão, pois levou às regiões mais remotas os portáteis “rádios de pilha”. O rádio por seu maior alcance, passou a substituir os jornais como meio de veiculação de notícias, principalmente em países de grande território e população dispersa.

2.1 O Rádio chega ao Brasil

Até os anos 20, jornais e revistas ilustradas eram os principais meios de comunicação que existiam no país.

A primeira transmissão radiofônica foi feita em 1922, no Rio de Janeiro, durante as comemorações dos cem anos da Independência do Brasil. Os discursos do então presidente

Epitácio Pessoa foi transmitido para os alto-falantes instalados no centro da cidade, onde acontecia a Feira Comemorativa do Centenário da Independência.

Durante todo o tempo que durou a feira, o chamado serviço de rádio-telefone com alto-falantes – importado dos Estados Unidos – transmitiu músicas e a previsão do tempo.

Antes disso, porém, 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 de Pernambuco por Oscar Moreira Pinto, que depois se associou a Augusto Pereira e João Cardoso Ayres.

Quase todas as emissoras criadas até 1930 no Brasil se chamavam Clubes ou Sociedades porque eram isso mesmo: Clubes e Associações, sustentadas por ouvintes que pagavam uma mensalidade para as emissoras funcionarem. Nenhuma rádio ficava mais do que quatro horas seguidas no ar, para evitar o superaquecimento dos transmissores. Na época, existiam poucos aparelhos receptores, que custavam caro e eram importados da Europa ou dos Estados Unidos.

Por isso, o rádio no seu começo não foi um meio de comunicação popular. A princípio o rádio nascia como meio de elite, não de massa, e se dirigia a quem tivesse poder aquisitivo para mandar buscar no exterior os aparelhos receptores, então muito caros. A programação refletia o gosto da elite da época: óperas e conferências (algumas até mesmo em língua estrangeira) formam as principais atrações do rádio durante toda a década de 20.

Sobre esse momento da história do rádio no Brasil, André Casquel Madri coloca que “a cultura popular não tinha acesso ao rádio, que não se caracterizava como entretenimento de massa”, sendo “veículo de formas de diversão individualista, familiar ou particular, muito

pouco extensiva". E esse quadro se evidencia "pelo pequeno número de emissoras instaladas, o pouco interesse da própria sociedade global, relativamente ao rádio".¹

A primeira radiodifusora de caráter permanente no Brasil foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada em 20 de abril de 1923, por Roquette Pinto e Henry Morize, instalando-se na Academia Brasileira de Ciências.

Para Roquete Pinto, a principal função do rádio era educar. Ele acreditava que, se o rádio fosse utilizado "com vontade, alma e coração", poderia transformar o homem em poucos minutos.

Nos treze anos em que dirigiu a Rádio Sociedade, Roquette Pinto enfatizou os programas educativos. A base da programação da emissora eram palestras, cursos e aulas de português, física, geografia, história e higiene, entre outras.

Pressionado pela concorrência do rádio comercial, que ficou mais forte nos anos 30, em 1936 Roquette Pinto doou a Rádio Sociedade ao Ministério da Educação e Cultura, com a condição de que o compromisso da emissora com a Educação fosse mantido.

Fundadas ainda na década de 20, as rádios Clube do Brasil (Rio), Educadora Paulista (São Paulo) e Sociedade da Bahia (Salvador) também apresentavam programas educativos e culturais, o que comprova que a primeira função do rádio brasileiro foi principalmente educativa.

Em 1920, apenas 20% da população brasileira vivia em cidades passando para 31,2% em 1940. E essa distribuição da população indica que mais de 79% dos brasileiros viviam marginalizados do rádio pela deficiência de eletrificação rural.

Nos centros urbanos, o rádio se transformava em veiculador de publicidade de novos produtos lançados no mercado, influenciando grupos sociais para o seu consumo.

¹ MADRID, André Casquei. Aspectos da teleradiodifusão brasileira. São Paulo: ECA/USP, 1972. Tese (doutoramento)p.32-39

2.1.10 Rádio nos anos 30

O compositor e cartunista Antônio Nássaro ajudou a mudar os rumos do rádio no Brasil. Em 1932, ele improvisou um fado ao vivo para anunciar uma padaria do Rio de Janeiro. A letra dizia o seguinte: “Seu padeiro não se esqueça, tenha sempre na lembrança, o melhor pão é o da padaria Bragança”.

Para muitos, esse foi o primeiro *jingle* (anúncio cantado) do rádio brasileiro. Ainda em 1932, as emissoras foram autorizadas oficialmente a veicular anúncios e o governo federal começou a distribuir concessões de canais para particulares. As duas ações resultaram no aparecimento do rádio comercial. Como no início o tempo usado para publicidade no rádio era barato, os pequenos anunciantes eram maioria: lojas, sapatarias, óticas, farmácias, etc. O interesse em anunciar no rádio era grande porque a audiência crescia a cada dia – em parte porque os aparelhos, já fabricados no Brasil, também custavam mais barato.

Com a publicidade como suporte da programação, o objetivo principal passa a ser alcançar grandes audiências, mercado para os produtos anunciados. Assim, “opera-se radical mudança na forma e no conteúdo programas, buscando-se, dar maior apelo às emoções, intimista, livre, comunicativa. Inicia-se a profissionalização na área da criatividade radiofônica”²

Getúlio Vargas foi quem mais influenciou a história do rádio na década de 30. Desde que assumiu a presidência com a Revolução de 1930, manteve o rádio entre as suas áreas de controle direto. No período de governo conhecido como Estado Novo de 1937 a 1945, que começou com um golpe de Estado, Getúlio usou o rádio para fazer propaganda da sua ideologia política.

O programa a Voz do Brasil, na época Hora do Brasil, foi criado em 1937 para ser o divulgador oficial do governo, principalmente dos discursos de Getúlio. Transmitido de

² MADRID, André Casquel. *Aspectos da telerádiodifusão brasileira*. São Paulo: ECA/USP, 1972. Tese (doutoramento)p.32-39

segunda a sexta-feira em cadeia nacional de rádio, o programa logo se tornou de transmissão obrigatória.

Nos anos 20, os minutos finais da Hora do Brasil eram culturais, dedicados a transmissão de sucesso da música popular. A participação de artistas de prestígio no programa foi uma maneira encontrada por Getúlio para estar sempre presente junto a população.

A Rádio Record, foi a pioneira na veiculação de propaganda política no Brasil, aliás foi pioneira em múltiplos sentidos. Pioneira líder de audiência, introduziu a programação política, ao trazer os políticos aos seus microfones para “palestras instrutivas”. Depois organizaria a cadeia de emissoras paulistas na propaganda da Revolução Constitucionalistas, tornando-se em 1934, principal responsável pela reviravolta que se operaria na programação das emissoras brasileiras logo a seguir.

Em 1935, ocorreram dois fatos marcantes para o desenvolvimento da programação nas emissoras brasileiras. A Rádio Kosmos, de São Paulo, depois Rádio América, cria o primeiro auditório e, a partir daí, “vulgarizaram-se as transmissões com a participação do público, inclusive os programas de auditório”.³

Paralelamente, é inaugurada no Rio de Janeiro a Rádio Jornal do Brasil, que “estabelecia uma sistemática de programas fundamentada na informação dentro da conduta altera que a norteia até os dias presentes”.⁴

Apesar da popularidade dos programas de auditório e radionovelas as emissoras viviam sob a censura e requisição de horários para divulgação de propaganda política governamental. Sobre isso coloca Renato Murce em sua obra nos bastidores do rádio.

Ninguém desconhece a influência fantástica que o rádio teve em todos os movimentos políticos do país. Desde os tempos de Getúlio Vargas, sobretudo na propaganda (muitas vezes mentirosas) dos grandes feitos do governo, através dos órgãos e das horas que lhes eram disciplinadas, como em horários extras, por qualquer motivo e qualquer pretexto. (MURCE, 1977 p.99).

³ COSTELA, Antônio. *Comunicação do grito do satélite*. São Paulo: Mantigueira, 1978.

⁴ MADRID, André Casquel. *Aspectos da telerádiodifusão brasileira*. São Paulo: ECA/USP, 1972. Tese (doutoramento)p.32-3858

Um dos marcos mais importantes da história do rádio no Brasil foi a inauguração da Rádio Nacional, as 21 horas, do dia 12 de setembro de 1936, no Rio de Janeiro, emissora essa que se tornaria a maior lenda da rádio no Brasil.

A gigantesca organização valia-se de dez maestros, 124 músicos, 33 locutores, 55 radiadores, 39 radiatrizes, 52 cantores, 44 cantoras, 18 produtores, 13 repórteres, 24 redatores, quatro secretários de redação e cerca de 240 funcionários administrativos⁵.

Durante esse período, a Rádio Nacional sozinha conseguia atingir 40% da audiência. Foi também nesse período que houve um surgimento de novas emissoras em todo o Brasil. Em 1940 havia 76; 117 em 1945; 243 em 1950. Elas não se concentravam, como os jornais, nas grandes cidades. Pela primeira vez, surgia um meio de comunicação capaz de tratar de problemas regionais ou locais.

Outro ponto importante e que não podemos deixar de destacar, é que foi também nesse período que houve um aumento crescente nos aparelhos receptores entre a população; assim, em 1948, já existia no país mais de 3 milhões de aparelhos receptores.

2.1.2 A Década de Ouro

E assim preparado, o rádio entra nos anos 40, a chamada “Época de Ouro no rádio brasileiro”. Cada vez mais as emissoras começam a sentir a concorrência existente entre elas.

Em março de 1940, o governo de Getúlio Vargas assumiu o controle da Rádio Nacional do Rio de Janeiro. A partir de então, a programação radiofônica passou por profundas transformações. Um exemplo disso é que os artistas apenas por apresentação, ganharam o direito de ter contrato assinado, com salário fixo. Alguns eram exclusivos da Rádio, e só podiam se apresentar em outros lugares com a autorização da emissora.

Com a ajuda do governo federal e da verba que recebia pelos anúncios, a Nacional chegou ao posto de maior emissora do país. Programas musicais, de auditório, humorísticos,

⁵COSTELA, Antônio. *Comunicação do grito do satélite*. São Paulo: Mantigueira, 1978.

radionovelas e jornalísticos invadiram os lares de milhares de brasileiros definitivamente conquistados pela magia do rádio.

Nos anos 40, emissoras comerciais, como a Record de São Paulo, a Gaúcha de Porto Alegre, a Tabajara de João Pessoa, a Difusora de Maceió, a Tupy e a Mayrink Veiga do Rio de Janeiro, também tinham grande audiência.

Nos musicais, a Rádio Nacional consagrou cantores como Francisco Alves (o Rei da Voz), Orlando Silva (o Rei do Rádio), Carmélia Alves (a Rainha do Baião), Ademilde Fonseca (a Rainha do Chorinho) e Emilinha Borba (a Favorita da Marinha), que durante anos disputou com Marlene e Dalva de Oliveira a glória de ser coroada a Rainha do Rádio.

Programas de auditório, como os de Paulo Gracindo e César de Alencar, lotavam os estúdios da emissora (que ficavam em um prédio na Praça Mauá, ao lado do porto do Rio de Janeiro) e lançaram a figura das “macacas de auditório”, que faziam parte da platéia da Rádio Nacional. Com o sucesso, as filas para assistir aos programas ficaram tão grandes que a entrada deixou de ser grátis.

Entre os programas humorísticos, os de maior sucesso em âmbito nacional foram: PRK-30-Comédias que imitavam os principais programas nacionais; Jararaca e Ratinho, dupla caipira que cantava com humor os acontecimentos e as figuras de destaque da política brasileira; Balança mais não cai, programa com grande elenco de cantores e radiadores que interpretavam histórias engraçadas, como as da dupla “Primo Pobre e Primo Rico” (que logo depois seria levado para a televisão).

A apresentação das radionovelas era outro ponto que encantaram os ouvintes da Nacional. A primeira foi em Busca da Felicidade, que ficou no ar quase dois anos, entre junho de 1941 e maio de 1943. A escritora Janete Clair, que mais tarde ficaria famosa pelas novelas que escreveu para a TV Globo, começou sua carreira na Nacional.

Devido o sucesso as radionovelas passam a fazer parte da programação da maioria das emissoras da época e dos anos seguintes. Em 1945, só a própria Rádio Nacional transmitia 14 novelas diariamente.

As radionovelas exigiram melhorias no desenvolvimento de uma técnica muito importante para o rádio: a sonoplastia, imitação artificial de som real. A sonoplastia servia para ajudar o ouvinte a imaginar cada cena da novela, criando climas de romance, de terror, de suspense, etc. Ainda nesse período algumas emissoras começam a especializar-se em determinados campos de atividade. A partir de 1947, a Rádio Panamericana começa a se especializar e pouco tempo depois se transformou na “Emissora dos Esportes”, alcançando liderança de audiência. Nos anos 50, em São Paulo, havia uma disputa entre a Panamericana e a Bandeirantes, com sucessiva alternância na preferência popular.

O locutor Nicolau Tuma é considerado o pioneiro em transmissão esportiva, ele narrou a primeira partida de futebol que o rádio transmitiu em 10 de fevereiro de 1932. Já em 1938, outro locutor brasileiro – Gagliano Neto – transmitia, diretamente da França, os Jogos da Copa do Mundo.

2.1.3 A Evolução do Rádio-jornalismo no Brasil

Durante 18 anos, o jornalismo de rádio no Brasil se resumiu à leitura ao microfone de notícias recortadas de jornais. Tesoura, cola e papel eram os três recursos usados pelos radialistas de então. Os locutores apenas liam, no ar, informações velhas, que já haviam sido publicadas. Isso mudou no dia 28 de agosto de 1941, quando o Brasil entrou na Segunda Guerra ao lado das forças aliadas e a Rádio Nacional do Rio de Janeiro colocou no ar o primeiro Repórter Esso, que já funcionava, de forma experimental, na Rádio Farroupilha de Porto Alegre.

Noticiário patrocinado pela Esso Brasileira de Petróleo, o Repórter Esso já existia em cidades como Nova York (Estados Unidos), Buenos Aires (Argentina), Santiago (Chile),

Lima (Peru) e Havana (Cuba) – fruto da “política de boa vizinhança dos Estados Unidos com os países da América Latina, seus aliados na Guerra”.

O programa era feito no escritório de uma agência estrangeira de publicidade no Rio de Janeiro, a partir das notícias distribuídas pela Agência Internacional de Notícias UPI (Unidade Press International).

A maior contribuição do Repórter Esso foi introduzir no rádio brasileiro o noticiário adaptado para a linguagem radiofônica. Pela primeira vez, um jornal falado tinha horários certos para entrar no ar: às 8h, 12h55m, 19h55m e 22h55m – sem contar as edições extras, que dependiam de informações urgentes vindas das frentes de combates da Europa. Os dois slogans principais do programa eram: “O primeiro a dar as últimas” e “Testemunha ocular da história”.

Boa parte da grande credibilidade ao Repórter Esso junto aos ouvintes na época da Guerra foi resultado da locução de Heron Domingues, escolhido entres centenas de pretendentes para dar voz ao Repórter Esso.

Uma demonstração da força do Repórter Esso junto ao público foi vista no fim da guerra. Apesar de a Rádio Tupi ter sido a primeira emissora a anunciar o pacto de paz, a população só foi às ruas comemorar depois de ouvir a confirmação da notícia pela voz de Heron Domingues, em uma edição extra do informativo.

A descoberta do transistor, em 1947, nos Estados Unidos e em 1948 no Brasil, também influenciou o rádio-jornalismo brasileiro fazendo com que o rádio partisse para uma comunicação ágil, noticiosa e de serviços. O transistor deu ao rádio sua principal arma de faturamento, passando a ser possível ouvir rádio à qualquer hora e em qualquer lugar, não precisando mais ligá-lo às tomadas.

A construção de Brasília, a eleição e a renúncia de Jânio Quadros e o governo de João Goulart, foram alguns dos fatos nacionais que tiveram cobertura da equipe de radiojornalismo formada em 1948 na Rádio Nacional do Rio de Janeiro e comandada por Heron Domingues.

A Seção de Jornais falados e Reportagens foi a primeira redação de jornalismo de rádio montada no Brasil. Era formada por quatro redatores, um chefe de reportagem e um colaborador do noticiário parlamentar (naquela época o Rio de Janeiro ainda era a Capital da República).

A experiência pioneira adaptou para o rádio a rotina e a hierarquia próprias de uma redação de jornal impresso. O material que ia ao ar era resultado principalmente da reportagem local e das notícias recebidas de serviços noticiosos como a Agência Nacional, a Asapress e a UPI.

O trabalho dessa primeira equipe de jornalistas de rádio permitiu a criação, em 1953, da Rede Nacional de Notícias. Era um serviço de retransmissão em ondas curtas dos jornais falados da Rádio Nacional do Rio por emissoras de todas as regiões do país.

O estilo de jornal falado desenvolvido pelos profissionais liderados por Heron Domingues consolidou o formato mais tarde adotado pela maioria das emissoras brasileiras: a apresentação das notícias divididas em blocos como política, economia, esportes, cidade, internacional e previsão do tempo.

O surgimento da televisão nos anos 50 fez com que a “época de ouro do rádio” chegasse ao fim. A televisão chega tirando do rádio seus primeiros profissionais, imitando seus quadros e principalmente lhe tomando a publicidade. Para enfrentar a concorrência com a televisão era preciso procurar uma nova linguagem, mais econômica. Sobre esse momento da história do rádio no Brasil coloca Ortriwano (1985, p.22-23):

Outro passo para que o rádio tentasse deixar de perder terreno para a televisão, também foi dado em 1959. (...) lança um tipo de programa que seria adotado pelas emissoras de todo o país: os serviços de utilidade pública. (...) inicialmente, os serviços de utilidade pública surgiram nas rádios divulgando notas de “achados e perdidos”. (...) nessa mesma linha, a Rádio Panamericana de São Paulo, instalou um serviço particular de meteorologia. Outras emissoras dão as condições das estradas, ofertas de emprego etc.

A partir desse momento o rádio brasileiro vai trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública, fugindo assim das produções caras do período anterior, optando agora, pela conquista de um público específico.

Um fato que demonstrou o grande avanço do rádio no Brasil foi a inauguração em 12 de maio de 1969 da Rádio Mulher, de São Paulo, a primeira emissora brasileira a se especializar exclusivamente em assuntos femininos, tendo como modelo os moldes norte-americanos e europeus. A programação se baseava na apresentação de assuntos ligados a moda, horóscopo, música romântica, consultórios etc.

É a partir dos anos 70 que o rádio começa a passar por grandes transformações como: as emissoras voltadas para a informação, intensificaram o uso das unidades móveis de transmissão, com participação cada vez maior do repórter ao vivo, além de tentar ganhar diversos segmentos do público, mantendo programas que atinjam diferentes faixas em diferentes horários.

Preocupado com relação a expansão e ao conteúdo da radiodifusão sonora, o governo brasileiro cria em 1976 a Radiobrás – Empresa Brasileira de Comunicação S.A. Um dos motivos da criação da Radiobrás foi reduzir o impacto da “invasão do espaço brasileiro pelas transmissões em português de emissoras estrangeiras. Até hoje a empresa continua investindo na compra de transmissores de altas potência para se fazer chegar aos ouvintes de todas as regiões brasileiras.

A Radiobrás opera cinco emissoras de rádio: Rádio Nacional de Brasília AM, que produz e gera programas transmitidos em rede, entre os quais a Voz do Brasil, Palavra do Presidente, Jornal Nacional do Rio de Janeiro AM - que cobre os estados do Rio de Janeiro, Espírito Santo e Minas Gerais; Rádio Nacional da Amazônia – que cobre 50% do território nacional: toda a região Norte e parte das regiões Nordeste e Centro-Oeste, durante dezenove horas do dia; Rádio Nacional do Brasil – atinge diariamente, durante onze horas, os cinco

continentes do mundo, com transmissão em espanhol, inglês, alemão e português; Rádio Nacional FM – que cobre apenas o Distrito Federal.

São também produtos da Radiobrás: Radiosat (Rede Nacional do Rádio) – que tem programação própria e reúne cerca de 1200 emissoras em todas as regiões do país; TV Nacional, canal 2 de Brasília – com programação informativa e educativa, voltada para o público adulto e o infantil, e a Agência do Brasil – que distribui notícias dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

No início dos anos 80, o Brasil ver surgir ás chamadas rádios livres ou “rádios piratas”, pequenas emissoras FM que funcionavam sem autorização. Elas colaboraram para o crescimento das rádios comunitárias no país, ao permitir a participação de pessoas que não tinham vez nas emissoras AM e FM.

Um dos objetivos das rádios livres era manifestar discordância com a forma de distribuição de canais radiofônicos no Brasil. Entre 1981 a 1984, estudantes da cidade paulista de Sorocaba com alguns conhecimentos e eletrônica montaram várias “emissoras”.

Com a chegada das férias escolares, os jovens resolveram canalizar seus conhecimentos para uma outra atividade: a pirataria aérea. Esquemas circulavam de mão em mão e as peças podiam ser compradas em qualquer loja especializada. Nessa época (1982), com mais de cinco mil cruzeiros, qualquer adolescente poderia ter a sua própria rádio. (CARVALHO, Folha de São Paulo, 4 – 4 – 1984).

Os rádios livres têm como característica para funcionamento: serviços de alto-falantes espalhados em vários lugares da comunidade, programas de prestação de serviço, música e notícias e são geralmente financiados por associações de moradores, partidos políticos e prefeituras municipais, universidades, comerciantes, grupos religiosos e organizações não-governamentais.

A princípio elas podiam ser sintonizadas no rádio, desde que o ouvinte estivesse perto do lugar onde ficavam os transmissores. Tocavam músicas que os estudantes gostavam, mas que não faziam parte da programação das FM's porque não eram do interesse das gravadoras

de discos. Aos poucos, porém as rádios livres passaram a serem usadas como meio de comunicação e informação para bairros, grupos e comunidades.

No dia 1º de maio de 1986, por exemplo, entrava no ar a Rádio Invasão, ligada ao movimento operário e sindical de São Bernardo do Campo (SP). Diferentemente das rádios livres existentes na época, era feita por e para operários, que usavam linguagem didática mas conservavam bastante irreverência na locução.

Já a Rádio Comunitária da Maré, no Rio de Janeiro, foi uma das primeiras experiências de sistema de alto-falantes com programas para a população carente ou favelada. Começou com o apoio de alunos e professores da Universidade Federal do Rio de Janeiro, para melhorar as condições de saúde e educação dos moradores das nove favelas que existiam em volta da universidade.

Em 1988, as emissoras comunitárias de alto-falantes já existiam em vários estados brasileiros. Alguns exemplos:

- Em Pernambuco – a Rádio Sabiá foi a primeira emissora comunitária de Recife. Montada pela Federação dos Bairros, funcionava todos os finais de semana.
- No Paraná – A Rádio Popular Santa Amélia transmitia todos os dias, uma hora de programação para os moradores de um bairro de Curitiba.
- Na Bahia – A Rádio Calabar, instalada na favela do mesmo nome em Salvador, usava cinco auto-falantes para transmitir a programação diária mantida pela associação dos moradores..
- Em São Paulo – A Rádio Popular de Heliópolis, favela da capital com quase 20 mil habitantes, entrava no ar todos os finais de semana.
- No Rio de Janeiro – Em 1988, apareceram os primeiros serviços de alto-falantes financiados pelo comércio. Na Rocinha, a maior favela da América do Sul, o dono de um aviário instalou a primeira rádio do lugar.

Conforme pesquisas, existem hoje no Brasil, cerca de quatro mil serviços de alto-falantes, sendo que, oitocentos, estão situados nos estados da região Nordeste. Uma outra inovação nascida nos anos 80, mas precisamente no final de 1982, foi a utilização do Compact disc áudio digital, ou seja, o disco digital com leitura a laser.

A primeira rádio brasileira a se utilizar desse novo sistema foi a Rádio Jornal do Brasil FM, do Rio de Janeiro (em 1982), seguida pela Rádio Cidade do mesmo grupo (em 1983) e da Rádio Cultura FM de São Paulo (em 1984).

Entre as vantagens do Compact disc áudio digital estão os registros de todas as frequências sonoras, a separação mais nítida dos canais de estéreo, a diminuição da distorção, ao mesmo tempo, que não há desgaste, a qualquer que seja o número de vezes que o disco é executado: a reprodução do som é feita mediante leitura ótica, a raio laser.

O desenvolvimento tecnológico em vários níveis do rádio, com o sistema de computadores, fez com que dos anos 90 aos dias atuais o rádio no Brasil passasse por um processo de adaptação ao “modernismo”, “Nova Era” ou “Novo milênio”.

Observa-se que o rádio de caráter nacional, com a programação de uma única emissora atingindo diretamente todo o território, deixou de ter razão de existir, voltando-se mais para os aspectos regionais, ligados à comunidade em que atua. Essa tendência atual cada vez mais marcante das emissoras se especializarem em uma faixa determinada de público, seja da rádio AM, FM, em Ondas curtas, comunitária etc., ocorre principalmente pela necessidade de atender ao mercado (produtos anunciados), onde existem diversas faixas socioeconômicas que precisam ser exploradas adequadamente – na lógica do: mais faturamento e menos gasto.

2.2. A Chegada do Rádio na Paraíba

A primeira estação de Rádio da Paraíba surgiu entre 1930 e 1931, período em que o estado começou a dar sinais de crescimento, com o deslocamento da sociedade paraibana do campo para a cidade. Em João Pessoa, apareceram os primeiros sintomas da necessidade à criação de uma emissora puramente paraibana, no caso, a Rádio Clube da Paraíba, cuja

denominação era algo semelhante à congênere Rádio Clube do Pernambuco em Recife. Eram integrantes do grupo de sócios da nova rádio paraibana, o capitalista, Oliver Von Sohrsten, os irmãos de José Monteiro (Manuel, João, Antônio e Pedro), Cláudio Lemos, José Olinto, Francisco Sales Cavalcanti, dona Hortência Peixoto.

A Rádio Clube, seguindo o modelo de algumas emissoras que surgiam pelo país afora, funcionou como um misto de empresa de associação recreativa, onde seus membros contribuíam financeiramente (taxas mensais) para sua manutenção. Um ano depois de fundada, a associação já tinha mais de 200 participantes.

O prédio da Rádio Clube da Paraíba ficava localizado na Avenida Gouveia Nóbrega, em frente ao depósito da Prefeitura, perto da Bica. Como ainda não havia aparelhos de rádio para recepção dos programas eles eram irradiados por meio de alto-falantes instalados no centro da Capital.

O primeiro a dirigir a rádio paraibana foi o Sr. Francisco de Sales Cavalcante, do qual elaborou uma programação atraente, voltada para cultura e o lazer, incluindo vesperais ao piano, recitais, audições de cantos e palestras literárias. A primeira transmissão externa realizada na Paraíba e que a torna pioneira na radiojornalismo, foi feita pela Rádio Clube quando cobriu a visita do Presidente Getúlio Vargas ao Estado. Sobre isso, colocou o professor Moacir Barbosa:

Líderes políticos também ocuparam o microfone da Rádio Clube, como Tancredo de Carvalho, que pertencia à Aliança Liberal (...) Durante a visita foi inaugurada a Associação Paraibana de Imprensa, acompanhado do interventor Gratuliano de Brito e outras autoridades, Vargas visitou o parque Arruda Câmara, de onde ocorreu a transmissão graças aos esforços do técnico José Monteiro. (Moacirsousa.anal.com.br. p.2)

A Rádio Clube da Paraíba também foi considerada pioneira na experiência do ensino de línguas através do rádio quando em dezembro de 1932, iniciou a transmissão de aulas de inglês, com publicação no Jornal A União do roteiro de palavras que foram irradiadas na primeira aula.

Seu início foi realmente como emissora totalmente artesanal, tanto é que em 1936 ela desapareceria, em razão de um incêndio que destruiu parte de suas instalações, o que levou os seus associados a fazer doação do que lhes restavam ao governo do Estado, sendo intitulada da primeira estatal da radiodifusão brasileira.

A Rádio Clube da Paraíba, agora seria chamada de PRI-4, Rádio Difusora da Paraíba, inaugurada em 25 de Janeiro de 1937, tendo a frente o interventor Argemiro de Figueiredo, que mandou instalar na granja São Rafael, pelos técnicos da Byington e Cia, um transmissor WA 10 de 10.000 Watts, com frequência de 1.080Khz, em onda média. Seus estúdios e escritórios foram inicialmente instalados nos fundos do prédio da Imprensa Oficial, tendo a entrada voltada para a praça 1817.

Apesar do aparato publicitário do dia da inauguração, a estação ainda não se encontrava totalmente pronta para funcionar. A pressa em colocar a Rádio no ar por parte do governo deveu-se à proximidade do aniversário da gestão Argemiro de Figueiredo, e por isso as instalações da Difusora não preenchiam, ainda, os requisitos técnicos que permitissem aos ouvintes uma boa recepção.

A programação experimental da Radio Difusora da Paraíba, funcionava das 18has 22h30m, de segunda a sábado, aos domingos ia ao ar apenas das 11h as 13h. Nessa fase inicial, havia poucos aparelhos receptores na cidade, apenas 10, quase todos da marca holandesa.

A intenção do governador Argemiro era de que a PRI-4 fosse uma emissora educativa, mas alguns meses depois ele já estava selecionando um Cast de cantores, músicos e locutores, capacitando-a a ser ouvida em todo o Brasil com o nome de Rádio Tabajara da Paraíba. A autorização da mudança de nome da emissora aconteceu em 15 de abril de 1937, assim em homenagem aos primitivos habitantes da Paraíba, os índios Tabajaras, que tinha à frente o Cacique Piragibe. A princípio o nome dado foi Rádio Tabajara da Parahyba, mas por questões de publicidade, o nome seria alterado para Tabajara.

Após dois anos de sua inauguração (precisamente em 1939), a Rádio Tabajara se muda para as novas instalações dos estúdios da emissora oficial, na Rua Rodrigues de Aquino, diga-se de passagem, o primeiro prédio edificado exclusivamente para o funcionamento de uma emissora radiofônica.

Foi dentro desse quadro que nasceu a Orquestra Tabajara, uma iniciativa do Maestro Olegário de Luna Freire, o qual fez recrutar alguns músicos da Polícia Militar da Paraíba, dentre eles o grande clarinetista Severino Araújo e vários de seus irmãos, como, Plínio Araújo, e também o saxofonista Zé Bodega. Esse grupo de musicistas muito encantou os ouvintes da Paraíba, do Nordeste e posteriormente do todo o Brasil, especialmente do Rio de Janeiro, para onde, por várias vezes, ele se deslocou em excursões artísticas.

A Rádio Tabajara também se destacou em colocar no ar o programa de auditório, apresentados pelos locutores Jacy Cavalcante, Paschoal Carrilho, Gilberto Patrício, Polari Filho e tantos outros.

Foram os programas de auditório que trouxeram para João Pessoa artistas do cenário brasileiro e do exterior como: Nelson Gonçalves, Vicente Celestino, a “sapoti” Ângela Maria, o “professor” Cauby Peixoto, Emilinha Borba, Doris Monteiro, entre outros.

No final da década de 70, a Rádio Tabajara mudou-se para instalações provisórias na Avenida João Machado. Na mudança uma parte do acervo de milhares de discos em 78 rotações quebrou-se ou perdeu-se. Em 1985 a emissora oficial passou a ocupar as novas instalações construídas em ampla área na Mata de Buraquinho, antiga sede dos transmissores onde ficava a fazenda São Rafael.

O que é de se estranhar é que o antigo edifício da rua Rodrigues de Aquino, conhecido como Palácio do Rádio e abrigava a Rádio Tabajara, apesar de tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado, foi demolido para dar lugar ao Fórum da Capital. Uma das pessoas que demonstraram sua indignação foi o professor e cineasta Linduarte Noronha, na época, diretor do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico da Paraíba.

A história da Rádio Tabajara é muito parecida com a de A União: foram ambas destruídas espiritualmente. Arrancadas suas raízes num Estado que aprendeu a não respeitar suas origens, seus bens culturais, uma chamada elite que entende ser preciso destruir para progredir, parece ser dono desta filosofia de final de século. Os alicerces profundos da Tabajara implantados por Argemiro de Figueiredo em 1937, não mais existem. As duas unidades (estúdios e transmissores), símbolos de uma época do surgimento da informação eletrônica, de inestimáveis valores arquitetônicos (...) foram decapitados com extrema violência. (...) Seus fundadores estão esquecidos. Sua memória ignorada pelas gerações de hoje. Não acuso os fazedores do rádio de hoje, porque o próprio rádio sofreu transformações profundas nas últimas décadas. O que está em pauta é o método de destruição desta cidade, desse Estado, nas suas raízes, o seu status desaparecido e de difícil reparo.(...) em tudo isso a Tabajara foi a pioneira e nada disso existe mais para sua comprovação, hoje. (NORONHA, 1987 p.29).

Foi Genival Macedo, quando compositor paraibano – autor de “Meu Sublime Torrão” – o responsável pela criação da Rádio Arapuan Am. Foi ele o idealizador, organizador, criador e fundador do serviço de alto-falantes Arapuan, instalado no ponto dos Cem Réis, onde funcionou por um bom tempo., tocando o negócio, ia conseguindo sobreviver à custa do comércio, porém, depois de certo tempo colocou-a a venda. Orlando de Vasconcelos, locutor e cantor, que foi um dos diretores da Rádio Tabajara, adquiriu o serviço de alto-falantes e reorganizou-o à sua maneira, fazendo modificações de ordem técnica, sempre com o pensamento voltado para o progresso daquela empresa publicitária.

Foi com esse serviço de alto-falantes, que Orlando Vasconcelos e seus comandados tentavam fazer concorrência à poderosa emissora oficial do Estado – a Rádio Tabajara. No início do ano de 1950, acontece um fato inusitado que mudaria por demais a vida de Orlando Vasconcelos como conta o jornalista Pereira Nascimento (2003):

(...) as eleições para o senado estavam próximas, e o Ministro Pereira Lyra lançava-se como candidato. No dia em que ele aqui chegou para fazer um comício em frente ao cinema Plaza, Orlando Vasconcelos, com seu serviço de alto-falantes Arapuan, resolveu irradiá-lo correndo o risco de punições – já que não tinha licença do governo para atuar como Radiodifusora. (...) No dia seguinte em seu gabinete, Orlando recebia a visita de um emissário do Ministro Pereira Lyra, propondo ao nosso saudoso radialista a transformação daquela agência de publicidades numa real emissora de Rádio. E ai nascia a ZYX-2 – Rádio Arapuan Ltda. (p.133)

Assim em 17 de agosto de 1950 acontece a inauguração da Rádio Arapuan de João Pessoa, com seus estúdios, escritórios e palco-auditório instalados na Avenida Guedes Pereira. a partir dessa data, iniciava-se uma nova fase na radiofonia paraibana. Estiveram presentes na ocasião o governador José Targino, o Ministro José Pereira Lyra, o arcebispo Dom Moisés Coelho e outras figuras políticas da época. Foi também nesse período que a radiodifusão de Campina Grande (cidade vizinha à Capital João Pessoa), deixaria o uso dos serviços de alto-falantes e fundaria a primeira emissora a Rádio Cariri AM, em janeiro de 1947, sob a responsabilidade de Epitacinho Pessoa, tendo o seu primeiro transmissor e antena irradiante instalada ao lado do açude de Bodocongó.

Em determinada época, ela foi adquirida pelos “Diários Associados”, mas com o desaparecimento do seu grande líder Assis Chateaubriand, o grupo se dividiu e ela ficou no acervo dos “Associados Paraibanos”.

A segunda emissora que funcionou em Campina nesse período foi a Rádio Borborema, inaugurada em 08 de dezembro de 1949, como a mais nova emissora paraibana, pertencente aos “Diários Associados”, tendo a frente o Sr. Francisco de Assis Chateaubriand, seu Diretor Presidente.

A Rádio Campinense (principalmente a Rádio Borborema) se destacou como grande exportador de talentos para o Recife e para todo o Nordeste, especialmente para o grande eixo Rio-São Paulo. Como exemplos, os locutores César Brasil, Barros de Alencar, o novelista Fernando Silveira, a Cantora Marinês, o sanfoneiro Abdias, o irrequieto Genival Lacerda e ainda os locutores Palmeira Guimarães, Temístocles Maciel e Gilson Souto Maior.

A primeira emissora colocada no ar no sertão paraibano foi a Rádio Espinharas de Patos em meados da década de 1950. A mais antiga emissora do sertão paraibano nasceu da idéia do Sr. Pereira Lira, então, Chefe da Casa Civil da Presidência da República, que ao ser candidato a Senador pela a Paraíba e, para melhor propagar seu nome, facilitou a implantação das rádios Arapuan em João Pessoa, Caturiti, em Campina Grande, e Espinharas em Patos.

Curiosamente o Sr. Pereira Lira, apesar de toda a força do rádio, teve um resultado negativo, quando foi fragosamente derrotado nas urnas, motivando a sua inadimplência para com o pagamento do material eletrônico pelas três emissoras. Esse fato fez com que tempos depois, a Bygton e Cia., assumissem o controle acionário das três emissoras, por conta do débito deixado por Pereira Lira.

A segunda emissora de rádio do alto sertão paraibano foi a Difusora Rádio Cajazeiras – A Pioneira, que iniciou suas atividades em fase experimental no dia 19 de maio de 1964, e oficialmente normalizada no dia 21 de maio de mesmo ano.

A história de uma forma geral da Difusora Rádio Cajazeiras será relatada no Capítulo 5, quando iremos enfatizar toda a importância da Difusora como instrumento de gestão informativa para Cajazeiras, como também, para o Estado da Paraíba.

CAPÍTULO 3 A EMISSORA DE RÁDIO: MEIO INFORMATIVO

O extraordinário progresso experimentado pelas técnicas de comunicação de 1970 para cá representa para humanidade uma conquista e um desafio. Conquista, na medida em que propicia possibilidades de difusão de conhecimentos e de informações numa escala antes inimaginável. Desafio, na medida em que o avanço na gestão da informação radiofônica impõe revisões e reestruturação dos pressupostos teóricos de tudo que se entende por qualidade informativa estrutural.

3.1. A Gestão Informativa e sua Estrutura

O papel do rádio como meio de gestão informativa não está, de qualquer forma, limitado a dar a primeira notícia, papel ao qual tentaram reduzir todos aqueles que tentam comprimir este sistema nervoso de informação em uma informação nervosa do sistema, que se materializa nos resumos de dois minutos ou em fragmentos de trinta segundos.

Segundo Prado,

O rádio como meio de gestão informativa pode fazer um papel muito diferente. Além de transmitir o mais rapidamente possível os acontecimentos atuais, pode aumentar a compreensão pública através da explicação e análise. (1989, p.28)

A importância do rádio como meio de gestão informativa se deve ainda a outra característica: sua capacidade de se comunicar com um público que não necessita uma formação específica para decodificar a mensagem. E existe um outro elemento que, dentro do próprio rádio, determina sua primazia como meio informativo. "Os programas de notícias ocupam geralmente o lugar mais elevado na preferência dos ouvintes".(PRADO. *Opus Citatum*, p. 29)

Ao escrever um texto jornalístico para o rádio é preciso sentar-se diante da máquina de escrever pensando que se vai elaborar um texto para ser ouvido, para ser contado, e não para

ser lido. O primeiro elemento a levar em conta é a pontuação. Respeitar os sinais gráficos e modificar a pontuação de acordo com a situação e a ênfase que se deseja realizar.

O cuidado com a pontuação é muito importante, pois a não observação pode tirar completamente o sentido daquilo que você estiver falando. Se houver necessidade de mudar a pontuação, para que a frase ganhe um efeito diferente de interpretação, cuide para que seu sentido não seja afetado". (CÉZAR, 1991, p.74)

Torna-se difícil mudar radicalmente os hábitos de pontuação que foram cultivados durante anos, mas é imprescindível fazê-lo. No rádio, a pontuação serve para associar a idéia expressada à sua unidade sonora e, portanto, para marcar unidades fônicas e não gramaticais, como é usual na cultura impressa.

Podemos citar sinais de pontuação importantes, como a vírgula e o ponto. E outros desnecessários em sua totalidade, como o ponto e vírgula, dois pontos, aspas e o ponto e hífen. Os parênteses e os hífen podem ser utilizados em casos imprescindíveis e com uma norma suplementar: que contenham o mínimo de material possível.

Em definitivo, é necessária uma mudança radical de mentalidade para escrever para o rádio. Esta mudança de mentalidade afeta três aspectos. O primeiro é o já tratado problema da pontuação. Os outros dois são: a estrutura gramatical e a linguagem.

A estrutura gramatical a ser utilizada no rádio deve buscar a clareza e a simplicidade expressiva. A clareza deve ser a principal característica da redação radiofônica, clareza extensiva a outros meios jornalísticos. "Funções jornalísticas da comunicação: rapidez de leitura, mínimo esforço de interpretação e máxima concentração informativa".(PRADO, *Opus Citatum*, p. 31)

Estas características são mais importantes no rádio, já que a decodificação se efetua no presente e as mensagens não têm permanência no tempo nem no espaço. Em consequência, não podem ser revistas.

Existem duas razões a mais que aconselham a utilização de uma expressão clara e simples na redação radiofônica. A primeira é a diversidade do público e a segunda as diferentes situações da audiência.

No que diz respeito à linguagem radiofônica, a mesma não é uma linguagem exclusivamente oral. A música, o ruído, o silêncio e os efeitos especiais são parte substancial da linguagem radiofônica, que perdem sua unidade conceitual ao fundir-se no sistema de transmissão que é a linguagem radiofônica. Este mesmo efeito se produz com a palavra falada.

Assim, pois, a palavra, a música, o silêncio, os ruídos e os efeitos especiais perdem sua unidade conceitual quando são combinados exercendo uma interação modificadora entre eles, o que resulta em um novo conceito, que é o que queremos transmitir.

O conceito de linguagem radiofônica anteriormente expressado é pura teoria na informação radiofônica.

Este terreno é um campo inexplorado, com o que o rádio vê mudadas suas possibilidades expressivas em favor de uma expressão fria que combina, no campo informativo, a expressão oral com uma aplicação da música como substituta dos recursos gráficos. Esta utilização raquítica do meio diminui as suas possibilidades expressivas e conseqüentemente comunicativas. (PRADO, Opus Citatum, p. 36)

A atualidade e instantaneidade são as principais características da informação radiofônica. Esta atualidade deve ficar patente nos serviços informativos de uma emissora e para isso é preciso ter em conta aqueles recursos que reforçam a atualidade na rádio. Podemos estabelecer três grandes grupos de qualidade na informação radiofônica: recursos técnicos, redacionais e de programação.

Dentro dos recursos técnicos podemos assinalar a utilização do telefone, das unidades móveis e as gravações no local dos fatos, ou seja, ou seja, pura gestão informativa dentro da radiofonia.

Por recursos redacionais entendemos a utilização do verbo no tempo presente e a utilização de palavras e frases que denotam atualidade: "Neste momento...", "ao iniciar esta transmissão..."; etc. A utilização deste recurso deve ser feita com prudência para conseguir eficácia. Seu abuso os leva à categoria de bordão, que devemos evitar.

E, finalmente, os recursos de programação, ou seja, a inclusão de novos aspectos das notícias transmitidas em serviços anteriores. Não basta simplesmente modificar a redação dessas notícias, é preciso oferecer novos dados, novos ângulos e repercussões ao longo do dia. Isto dá ao ouvinte a sensação de estar acompanhando a notícia.

Em relação à situação no tempo, assinalamos também a possibilidade radiofônica de fazer uma situação referencial, ou seja, não se deve obrigar o ouvinte a situar o dia da semana, para o qual é melhor expressar-se partindo da referência ao presente. Assim, a segunda, a terça, etc., são no rádio "anteontem", "ontem", "amanhã", "depois de amanhã". O mesmo se pode dizer sobre a situação no plano do tempo dentro do mesmo dia. O hoje tem frações reconhecíveis: "a manhã", "o meio-dia", "a tarde", "a noite". Esta variedade, além de favorecer o situar no tempo, evita o abuso do "hoje".

Um outro aspecto importante na redação radiofônica é a estética visual. Esta estética afeta a frase, o parágrafo, as normas práticas e os travessões. Muitas delas parecem autênticas obviedades, mas sua importância em especial para o rádio ao vivo é vital, já que disso dependerá em grande medida a clareza enunciativa da locução. A estética da frase e sua combinação em parágrafos devem estar em função das unidades de entonação. Não deve preocupar, portanto, o afastamento da estética impressa.

3.2. Características da Emissora de Rádio e as Influências Sobre a Mensagem

O rádio é o sistema de distribuição de mensagens mais extenso, ágil e barato com que conta a sociedade atual. Nenhum outro meio pode competir com sua modalidade e é por isso que a notícia veiculada pelo rádio é sempre a primeira. Quando pensamos nas características

da tecnologia do rádio imaginamos imediatamente que essas características estão a serviço de um meio de comunicação.

O ouvinte seria capaz de não apenas emitir, mas também de receber; em outras palavras, que não apenas escutasse, mas também falasse, que não permanecesse ilhado, mas relacionado. Ele seria um imenso sistema de canalização". (PRADO. Opus Citatum, p. 17)

O veículo possui características como a instantaneidade, a simultaneidade e a rapidez. Todas elas contribuem assim para fazer do rádio o melhor e mais eficaz meio a serviço da transmissão de fatos atuais. Em vista disto, é fácil concluir que o rádio é o meio informativo mais adequado. Outras características deste meio de transmissão de mensagens enfatizam tal hipótese. Entre elas, a capacidade do rádio de ser entendido por um público muito diversificado, por não exigir um conhecimento especializado para a decodificação e a recepção nas condições mais diversas, todas elas favorecidas pela autonomia concedida ao aparelho receptor a partir do invento do transistor. Não acabam aqui as características específicas deste meio. Também as menos positivas devem ser lembradas, já que influirão de forma determinante na redação radiofônica. Entre estas, mencionamos a falta de percepção visual entre emissor e receptor. Claro que este inconveniente dá origem a outra característica positiva, que é a capacidade de sugestão que exerce sobre o ouvinte, que tem que criar mentalmente a imagem visual transmitida pela imagem acústica.

Em seguida, surgem alguns fatores da mensagem radiofônica que ajudam em todo o processo, como a clareza, que tem duas facetas: a técnica e a enunciativa. A técnica determina uma transmissão adequada, sem ruídos no processo e com uma combinação adequada dos recursos expressivos do veículo. A clareza enunciativa tem, por sua vez, dois aspectos: o da redação e da locução. A clareza no que diz respeito ao redacional, pode ser mais uma, onde o que comporta mesmo é a brevidade e sinceridade da expressão. Outro é a compreensibilidade da mensagem radiofônica. Nela influi, além dos elementos contidos na mensagem, o

vocabulário utilizado. Dele dependerá, em última instância, a decodificação, ao lado das dificuldades que cada um tenha para compreender determinado tema.

A audiência vem logo depois da compreensão, e é por isso que somos obrigados a fazer um esforço para atrair a atenção do ouvinte. Deve-se dispor a mensagem e seu conjunto de forma que não seja absorvente, e sim que conceda espaços de relax que permitam passar do estado de escutar para o de ouvir e vice-versa. A audiência é determinada, além disso, pelo interesse que o ouvinte tenha sobre o tema, pelos recursos expressivos e sua combinação. A locução no terreno informativo vem por último e deve ser responsabilidade da pessoa que elabora os textos, rompendo assim com a expressão fria, impessoal, de máquina falante, que veiculam os locutores profissionais quando lêem um texto jornalístico.

A locução informativa deve ser natural. Os textos não são lidos, devem ser ditos. O jornalista radiofônico, que lê os textos que ele próprio elabora, deve sentar-se ante o microfone com a atitude de quem vai explicar algo a um público heterogêneo, deve concentrar-se no que está dizendo, não “colocar” a voz e encontrar um ritmo acertado que varia em cada tipo de programa, nem demasiado apressado nem demasiado lento.

Segundo Prado (*opus Citatum*, p.20),

Se o jornalista que lê seus textos consegue ser natural, criará um estilo próprio que será muito mais pertinente que qualquer imitação do estilo dos locutores famosos a quem se proponha a imitar. Precisa falar de igual para igual, de cidadão livre para cidadão livre, de cérebro opinante para cérebro opinante.

A naturalidade implica alguns erros em algumas ocasiões, incidentes que se produzem muito escassamente no caso dos locutores profissionais. Os erros muitas vezes destroem o locutor, mas divertem os ouvintes. Como alternativa para essa atitude surge a estética do erro, que consiste na repetição de termos e em cometer pequenos erros premeditados. Esta ação produz uma aproximação entre emissor e receptor, uma certa cumplicidade amigável e, em definitivo, uma humanização da expressão que favorece a criação de um clima

comunicativo. Para se conseguir a mensagem radiofônica com perfeição, é necessário conhecer as quatro variáveis importantes da locução: a vocalização, a entonação, o ritmo e a atitude.

3.2.1 Vocalização

Uma vocalização clara facilita a compreensão de um texto. Habitualmente, quando falamos, não nos esforçamos em pronunciar todas as sílabas ou em atribuir a cada letra o seu som exato. Isto não é uma dificuldade na comunicação interpessoal, que conta com outros recursos expressivos da linguagem não-verbal.

Aquelas pessoas que se põem primeira vez a ler um texto ante um microfone descobrem, com assombro, a sensação de ter uma língua enormemente grande, que tropeça nos lugares mais comuns: nos lábios, nos dentes, no palato. Esta sensação dura pouco tempo e desaparece com a prática. Abrir os dentes e os lábios, como numa gesticulação exagerada, é um recurso que facilita a produção de sons definidos.

Um exercício que facilita a vocalização é a leitura de um texto com um objeto na boca, esforçando-se por falar o melhor possível que permita tal objeto. Pode ser um lápis, uma caneta ou qualquer objeto semelhante que possa ser introduzido entre os dentes em sentido horizontal e o mais profundo possível. O exercício deve ser feito com o lápis seguro entre os dentes, com o que a língua tropeçará em um obstáculo que lhe fará adquirir flexibilidade e se recolocar na cavidade bucal". (PRADO. *Opus Citatum*, p.22)

A postura na fala e no modo de expressar-se é uma adequação que se deve ter para que haja uma boa dicção e locução, sem que haja uma desintonia na hora de falar. Este meio postulante de entonação da voz é eficaz na hora de ser fazer uma narrativa e uma locução bem definida, assim sendo, é preciso que, no momento da comunicação ou expressão da fala, antes se faça um exercício para averiguação desta entonação.

Já segundo César (*opus Citatum*, 1991, p.73), "Geralmente utilizo uma caneta, colocada transversalmente entre os lábios e os dentes, de forma a forçar o máximo minha articulação".

3.2.2. Entonação

A entonação radiofônica se diferencia da entonação clássica que adquire a leitura de textos em voz alta. Desde sempre se torna como norma de entonação a leitura em tom constante, que somente se vê alterada quando aparece um sinal de pontuação gráfica, como vírgulas e pontos finais. Esta leitura monótona se altera com uma desproporcionada subida de tom ao emitir os sons correspondentes às últimas sílabas, que aparecem antes do sinal de pontuação.

Como o texto, nesses casos, não foi concebido para ser lido em voz alta, geralmente o leitor chega aos sinais de pontuação com muito pouco ar, o que o obriga a subir o tom. Na entonação radiofônica não deverá esgotar todo o ar dos pulmões, mas sim este irá renovar nos lugares de expressão que, por sua entonação, deixem que a tomada de ar não represente um “ruído” no processo comunicativo. A dificuldade de respiração também se supera com a prática. Contribui para isso a respiração abdominal, na qual os pulmões deslocam as vísceras no lugar do tórax, com o qual o esforço é muito menor.

Segundo Prado (*opus Citatum*, 1989, p.23),

Como exercício prático para melhorar a entonação, recomendamos a leitura de um texto dramatizando-o até as lágrimas, inicialmente, e do riso às gargalhadas, logo em seguida. Tanto em um caso como em outro, este exercício não implica ler normalmente uma frase, parar e rir ou chorar, e sim expressar-se rindo ou chorando.

3.2.3 Ritmo

O ritmo não pode ser constante. Se fosse assim, se converteria inevitavelmente em monótono-dissipador (o rápido) ou em monótono-tedioso (o lento). Deve-se desenvolver uma combinação de ritmos, mais rápidos e mais lentos, que reproduza as variações que se efetuam na expressão oral, em função da fluidez das idéias. Quando falamos, articulamos as idéias em diferentes velocidades, em função do que nos vai ocorrendo constantemente e dos estímulos que recebemos de nossos interlocutores. Pois bem, este esquema é o mais adequado para o rádio.

Segundo Prado (*opus Citatum*, 1989, p. 25),

Para adquirir esta variável bem, pode servir o seguinte exercício: lê-se um texto primeiro com a máxima lentidão. Quer dizer, soletrando de uma forma constante e não pronunciando normalmente as palavras ou sílabas e deixando um espaço entre cada uma delas. Depois, lê-se o texto o mais rapidamente possível, tendo o cuidado de pronunciar todos os sons de forma que se seja compreensível. Finalmente, se lê o mesmo texto alternando a leitura rápida e a lenta. Depois destes exercícios, ao ler o texto seguindo os modelos de ritmo, deve-se notar a diferença.

3.2.4. Atitude

Deve-se dizer que ela dependerá em grande medida da posição do ouvinte ante o tema e ante o programa, e disso se deve cuidar especialmente. Uma atitude demasiada seca ou demasiada alegre vai levar a uma reação negativa com respeito à eficácia da mensagem. A primeira provoca um distanciamento entre a fonte e o receptor, e a segunda tira a credibilidade.

A tendência deve ser a de expressar-se amigavelmente, mas sem uma afabilidade excessiva e hipócrita, que causaria efeitos contrários aos desejados.

Um exercício interessante consiste na interpretação de um texto como se tratasse de um discurso, ou como se fosse destinado a uma classe de alunos, passando finalmente a contá-lo como se faria em uma conversação familiar. Uma vez realizadas estas interpretações, o texto será lido seguindo o esquema marcado. Todos estes exercícios devem ser aplicados ao mesmo texto na ordem que foram descritos, efetuando uma gravação antes e depois de realizados, com o intuito de constatar os avanços. (PRADO. *Opus Citatum*, p.26)

3.3. Deveres e Obrigações de um Locutor Antes de Falar

Não existem fórmulas mágicas para se formar um bom locutor. Existem recursos que, quando bem aproveitados, facilitam na formação de profissionais de locução. Estes recursos podem se dividir de duas maneiras: para os locutores iniciantes e para os que já atuam profissionalmente. O iniciante, antes de se tornar um bom locutor, precisa ser um bom ouvinte de rádio. Deve acompanhar tudo o que estiver acontecendo no meio, através de colunas de rádio nos jornais e revistas, sabendo identificar-se com elas.

Em outras palavras digo o seguinte: uma emissora de rádio possui um segmento próprio, assumindo um tipo de programação dentro de suas 24 horas, tocando um determinado estilo de música, como rock, samba, música popular brasileira, seleção variada. Você deve identificar-se com o gênero preferido e imaginar-se como locutor do mesmo. (CÉZAR. *Opus Citatum*, 1991, p. 81)

Quanto aos que já possuem experiência ao microfone, além de ser muito importante estar bem informado sobre o que acontece junto ao meio, é necessário ter a imagem de bom profissional, não apenas junto aos ouvintes, mas também junto ao mercado de trabalho, pois hoje você está trabalhando na emissora A e amanhã poderá estar na emissora B. O “profissionalismo”, termo muito usado entre os radialistas, começa quando você se prepara para entrar no ar até quando deixa o estúdio após seu horário para o locutor que virá substituí-lo. Cuidados devem ser tomados, tais como: cartuchos e equipamentos de trabalho em seus devidos lugares. É desagradável para um locutor substituir seu colega que deixou o estúdio de “pernas para o ar”, ou seja, roteiro comercial, programação e livro de ocorrências fora de seus lugares, assim como cartuchos ou cassetes (quando houver casseteria em lugar da convencional cartucheira) de comerciais, vinhetas ou músicas da programação misturadas entre si. O locutor deve criar um clima de organização e segurança para o que vai substituí-lo, separando a programação musical de primeira hora, comerciais do primeiro módulo, textos ou noticiários a serem lidos, bem como alterações dentro do horário. Quando estiver no ar nunca esquecer do que lhe é pedido pela coordenação artística, quanto à plástica da emissora e coisas a serem ditas no ar. Atuando desta maneira o profissional do rádio chegará com certeza a eficácia da gestão informativa.

Segundo CÉZAR (*opus Citatum*, 1991, p. 82), "Procure não inventar coisas muito diferentes que fujam ao padrão de locução da emissora, para não prejudicar seu trabalho. Agora se você tiver abertura para isto, seja criativo e original".

Siga à risca a programação musical do seu programador. Ele gasta horas produzindo o seu horário e deve ser respeitado por isto.

3.3.1 O Locutor e o Microfone

Alguns anos atrás os microfones não possuíam a tecnologia dos de hoje. Com o desenvolvimento dos atuais, temos condições de ampliar a voz humana a extraordinários limites. A voz passou a ser mais bem detectada, ganhando um colorido todo especial. "Da mesma forma que a voz passou a ser amplificada, com a nova tecnologia surgiram também alguns requisitos básicos a serem observados pelos locutores quanto à sua utilização com qualidade". (CÉZAR. *Opus Citatum*, 1991, p.83).

Antes de usar um microfone, deve-se testá-lo junto ao equipamento. "Coloque a chave do microfone ou o canal em que ele está acoplado à mesa em áudio, e teste-o de forma a saber se está com o funcionamento normal. Via de regra sempre faça o teste antes de entrar no ar". (CEZAR. *Opus Citatum*, 1991, p.84)

Posicione o microfone de forma correta junto a você. Os microfones são acoplados às "girafas", ou seja, a pedestais metálicos, reguláveis na altura e na distância. Certifique-se de que o microfone esteja desligado e regule-o de forma a ficar em distância e a altura compatível ao seu trabalho. Mantenha a distância correta. Conforme o microfone, variam-se as distâncias.

Existem microfones mais sensíveis, que devem ficar a pelo menos 1 metro de distância do locutor, devido sua multidireção de captação sonora. É o chamado microfone multidirecional. Os de marcas conhecidas, como o Shure, Lesson e outros de semelhantes características são chamados de unidirecionais, por captarem os sons da voz com qualidade, somente na posição frontal e, neste caso, devem ficar a uma distância de 10 a 20 cm do locutor, pois, do contrário, em distância muito próxima provocaria os famosos "puffs" no ar, que nada mais são do que a saturação na capacidade de captação do mesmo.

O mau funcionamento do microfone deve ser observado. Se o microfone começar a funcionar mal, não vacile em substituí-lo por outro. Normalmente o mau funcionamento do equipamento se dá pelo desgaste do material, por quedas e fortes batidas no mesmo e ainda

por mau contato dos cabos e conectores do microfone junto à mesa. A respiração é um cuidado que deve ser esclarecido, pois o microfone vai captá-la e amplificá-la.

Uma das coisas que mais demonstram que um locutor é iniciante é a forma pela qual são feitas as tomadas de ar antes de se falar. O microfone amplifica os sibilados da voz e os ruídos provocados pela boca. É extremamente desagradável ouvirmos alguns tipos de ruídos provocados pela língua, dentro da boca, durante a locução. Não dê apertes próximo ao microfone, a sua fala será captada e amplificada.

Muitas vezes o microfone é deixado aberto no ar, por esquecimento ou propositalmente, quando na passagem rápida de um segmento a outro do programa. Neste momento devem cuidar para não provocar sons detectáveis junto a ele, tais como: 'úfa', 'Que calor', 'Vá mais pra lá', etc. (CÉZAR. Opus Citatum, 1991, p. 85)

Um outro enfoque seria se estiver lendo não vire as folhas diante do microfone. Vire-as fora de seu âmbito de alcance. Procure dispor de forma ordenada as folhas dos noticiários ou da programação. Desta forma, quando você entrar no ar não correrá o risco de perder-se diante delas.

3.3.2. O Locutor e o Ouvinte

Você deve se identificar com o ouvinte e não o ouvinte se identificar com você. Diante desta colocação, talvez um pouco contraditória à primeira vista, existe a necessidade de você ser interessante e agradável no ar, pois são milhares de ouvintes a presenciarem a sua forma de se comunicar. Fale sempre com um ouvinte em particular e não com o conjunto de ouvintes. Ele se sentirá um amigo, o que é fundamental para quem houve rádio. "O ser humano, pela sua própria necessidade de se agrupar, procura se identificar com todas as coisas que o rodeiam e ao mesmo tempo se sentir identificados por elas". (PORCHAT. 1986, p. 70)

3.3.3 Saiba Cativar seus Ouvintes

Seja simples, sincero e acessível. Procure ser mais específico, resista à tentação de exibir seus conhecimentos a respeito de alguns assuntos de forma difícil e cheio de termos técnicos. O ouvinte gosta de entender o que você está falando. Respeite a inteligência do ouvinte, falando-lhe com cortesia e consideração.

3.3.4 O Locutor Antes de Falar

Tome conhecimento de tudo o que estiver acontecendo na emissora, quanto a promoções a serem realizadas no ar, bem como toda e qualquer alteração dentro da programação. Certifique-se de que todo equipamento esteja funcionando normalmente. Confira a programação musical, o roteiro comercial e o livro de ocorrências do horário.

Segundo PORCHAT (*opus Citatum*, 1986, p. 77),

Ao ler o noticiário observe os seguintes detalhes: fique atento aos sinais do operador, quando houver, é dele que sai o comando técnico. Interprete corretamente o texto, para não correr o risco de ser alegre em notícias tristes, ou vice-versa. O tom precisa ser convincente, de quem acredita no que está falando. Pronuncie bem as palavras, não esquecendo os finais com 'S' ou com 'R'. Articule bem o final das frases e realce as frases finais do texto. Não deixe qualquer ruído atrapalhar a audição do ouvinte. Evite tossir, pigarrear, espirrar ou bater com o lápis ou caneta na mesa. Se acontecer, aja com naturalidade.

Poderíamos colocar a respeito do noticiário, que o locutor leia o texto previamente, com uma caneta na mão. Verifique se o redator marcou as pausas adequadamente e sublinhou as palavras que devem ser destacadas. Se ele não fez, faça, e depois, cobre.

Verifique também se há no texto instruções sobre a pronúncia de palavras estrangeiras. Qualquer dúvida sobre pronúncia deve ser esclarecida com antecedência.

3.3.5. O Locutor Durante a Locução

Quando estiver comandando a programação no ar, não se esqueça das regras fundamentais de sincronia e criatividade. O jogo bem elaborado, entre as vinhetas e viradas de uma música para outra, traz à sua locução um colorido todo especial. Procure evitar a falta de concentração no seu trabalho fazendo outras coisas ao mesmo tempo, isto provoca erros.

A postura também é muito importante, ela revela respeito à programação e ao ouvinte. Deve-se usar também a mão e o braço, pois os gestos ajudam a expressão oral. Deve-se ainda ler qualquer texto naturalmente, como se estivesse falando de improviso.

3.3.6 O Locutor e a Voz

A voz é o instrumento de trabalho do locutor e através dela muitos conseguem criar uma magia em volta de si. Uma bela voz não é aquela, tão somente, grave e aveludada; precisa-se ainda de uma boa dicção, articulação e interpretação a tudo que se fala ao microfone.

Existem alguns cuidados para se manter um bom padrão vocal.

Evite tomar líquidos gelados. Gargarejos diários com água morna, acompanhados de meio copo de suco de limão pela manhã, agem como preventivos das infecções de garganta, excessivamente prejudiciais ao locutor. Se você fuma, saiba que o cigarro é um dos grandes inimigos de sua voz. (CÉZAR. Opus Citatum, 1991, p.86)

São várias as técnicas a disposição dos grandes locutores, para manter a voz sempre em boa sintonia com o espírito vocativo. Estas técnicas preceituam os cuidados que um locutor, principalmente, deve ter para manter sempre uma boa sintonia na locução. Um dos grandes problemas é a falta de consciência, ou até mesmo, a falta de vontade de executar estes métodos, dando pouco importância a sua arma no rádio que é a sua própria voz. No entanto, estas dicas são de uma relevância imprescindível e que valem muito no mercado comunicativo.

CAPÍTULO 4 UNIVERSO COMUNICATIVO DO RÁDIO

A comunicação pelo rádio é rápida e objetiva. Sendo assim, o locutor conta com a sua voz, com as músicas e com os efeitos sonoros para se comunicar. Os efeitos são registrados por uma infinidade de vinhetas e montagens realizadas pela produção técnica da emissora.

O resto fica a cargo do talento de cada profissional, sem deixar de contar com a boa elaboração na produção musical de uma programação.

No que se refere a essa fantástica máquina de comunicação, precisamos conhecer alguns elementos importantes a administração de sua estrutura informativa, que são: a notícia, a entrevista, a improvisação, o vocabulário, o conteúdo, a sonoplastia, e por fim, as vinhetas, gestão, comunicação e produção técnica, andando juntas em favor da perfeição radiofônica.

4.1 A Notícia no Rádio

Em toda notícia existem três elementos significativos: um fato que implica alguns gêneros de ação; uma informação de onde se descreve ou relata a ação em termos compreensíveis; e um público ao qual se dirigem essas notícias através dos meios de comunicação.

Seguindo essa linha ampla e sem pretensão de exclusividade, poderíamos dizer que a notícia é a unidade estrutural mínima da informação radiofônica, concisa, simples e formalmente neutra.

Convém recordar aqui alguns elementos que diferenciarão substancialmente a notícia irradiada da notícia impressa. Em primeiro lugar, as notícias radiofônicas são veículos de informação daquelas pessoas que não lêem porque não sabem ou não querem fazê-lo.

ta gente se provê de informação através da comunicação interpessoal (cada vez menor nas sociedades desenvolvidas) e através dos meios de informação audiovisuais. Por isto, não se deve dar nada por definitivo na notícia radiofônica. (PRADO. Opus Citatum, 1989, p.48)

A instantaneidade e simultaneidade implicam rapidez, principal vantagem da distribuição de informação. E, assim, os jornalistas radiofônicos pensam nas notícias do

momento, enquanto que os da imprensa pensam nas notícias do dia. Tudo isso supõe que o importante é a rapidez com que se transmite a informação, podendo deixar os dados explicativos dos fatos e os complementares para edições posteriores dentro do mesmo dia. Esta característica da notícia radiofônica faz mudar o papel do jornalismo impresso. Nele deixam de ter sentido as edições extras ou especiais.

A notícia radiofônica obriga o ouvinte a realizar um exercício de transformação das idéias transmitidas pelas imagens sonoras em imagens visuais imaginárias. Esta sugestão aumenta o sentido de participação nos fatos relatados, sobretudo se estes são conhecidos em seu contorno acústico.

Este sentido de participação e esta sugestão aumentam a credibilidade das notícias. Por outro lado, a não permanência das mensagens radiofônicas obriga a escrever de forma que seja entendido na primeira vez. Esta característica marcará notavelmente a estrutura da notícia no rádio.

Segundo PRADO (opus Citatum, 1989, p.49), "Como conseqüência de tudo isso, surge a brevidade como a característica mais importante das notícias radiofônicas".

As características diferenciais até agora mencionadas nos põem em situação de estabelecer três tipos de notícia no rádio, e os três contam com tais características. Trata-se da notícia estrita, a notícia de citações "com voz" e a notícia com entrevista.

A mais freqüente é a notícia estrita, especialmente nos serviços de hora em hora. Em contraste com a clássica pirâmide invertida da imprensa, que vinha encabeçada por um líde, no rádio a quantidade de informação não é decrescente em sua distribuição.

Encabeça a estrutura da notícia radiofônica uma "introdução", termo que utilizamos no lugar de "líde", que tem conotações históricas de sumário, se bem que atualmente (e a partir das mudanças produzidas pelo jornalismo radiofônico no jornalismo impresso) o líde se define como a formulação do que é mais importante em uma notícia, direto ou de criação, respondendo a duas perguntas básicas: o que ocorreu e quem é o protagonista.

A introdução deve ser breve e simples em sua formulação. Sua função é a de atrair a atenção do ouvinte sobre aquela informação. Muitas vezes o ouvinte estará no estado de ouvir e, através dessa introdução, despertaremos seu interesse, recuperando-o para o estado de escutar. Geralmente na introdução se encontrará com segurança a resposta ao 'o quê' e, como variável, ao 'quem', ou ao 'como', predominando aquele que tenha maior capacidade de atrair a atenção.

Não se fará jamais um início com um nome desconhecido e o mesmo podemos dizer com respeito aos números. Deve-se evitar iniciar a notícia com uma longa lista estatística ou números. Um nome somente se colocará no início no caso de ser tão popular que por si mesmo exerça o efeito de alerta sobre a atenção do ouvinte.

Após a introdução, na estrutura da notícia irradiada, seguem-se parágrafos sucessivos com as mesmas características internas da simplicidade, brevidade e linearidade. Em cada um destes parágrafos se incluem um ou dois lados novos e um redundante.

A notícia com citações "com voz" tem uma estrutura geral similar à notícia estrita, mas alguns dos dados são expressos pela voz do protagonista dos fatos ou pela fonte.

Este recurso é muito aconselhável por várias razões. A notícia assim preparada ganha em ritmo e sustentação, já que introduz mudanças de voz e, sobretudo, pode incluir o cenário sonoro dos fatos, transmissor de informação em si mesmo.

Esta fórmula aumenta a sensação de participação criativa do ouvinte no acontecimento. A notícia ganha, assim, em credibilidade e em exatidão.

Para poder inclui-las em uma notícia, as citações diretas devem reunir algumas qualidades expressivas similares às exigidas para os textos radiofônicos. "Se não expõem idéias claras e concisas, produzem o efeito contrário àquele desejado". (PRADO. *Opus Citatum*, 1989. p., 53)

A notícia como entrevista tem uma estrutura geral bastante diferente das anteriores. Contém um início atrativo onde haverá a resposta ao quem e habitualmente conterà a resposta

ao quê. As normas para fazer esta entrada são as mesmas da notícia estrita. Depois da entrada segue-se uma entrevista que pode cumprir duas funções. Uma fornecer os dados do fato, e outra, dar a resposta ao "porquê?" (o que é o sexto "W" que se agrega aos clássicos cinco "W" do jornalismo, com a aparição do rádio).

No primeiro caso, a entrevista é ágil, com perguntas breves e respostas curtas. Nelas a fonte ou o protagonista fornece os dados que tem. Se estes são parciais serão completados pelo jornalista seguindo tudo conforme o esquema previsto.

Neste tipo de notícia, o encerramento, além das funções mencionadas para os outros dois gêneros, deve cumprir o da redundância, característica vital para reforçar a falta de permanência da mensagem.

No segundo caso, a entrevista é mais curta, com a única finalidade explícita de explicar o porquê dos acontecimentos, seja por parte dos responsáveis, seja por parte de um "expert". O jornalista deve dar o resto dos dados seguindo os esquemas habituais da notícia radiofônica.

Segundo Prado (*opus Citatum*, 1989, p.55), "As notícias com entrevistas unem às vantagens de todos às outras, o interesse humano que despertam".

4.2 A Entrevista Radiofônica

A entrevista é dos gêneros jornalísticos aquele que mais tem adaptabilidade ao rádio e às características específicas do veículo. É uma das fórmulas mais ágeis para dar a conhecer uma informação ou para aprofundar o conhecimento dos fatos e suas conseqüências, assim como para aproximar-se da personalidade dos protagonistas das "histórias".

Segundo Prado (*opus Citatum*, 1989, p.57),

Na entrevista se produz um universo comunicativo muito complexo, no qual intervém a comunicação interpessoal e, portanto, bidirecional, e por outro lado fluxos comunicativos unidirecionais diretos e distintos.

A entrevista, em todos os seus tipos e modelos, é formalmente um diálogo que representa uma das fórmulas mais atraentes da comunicação humana. Produz-se uma interação mútua entre o entrevistado e o entrevistador, fruto do diálogo. Esta interação natural na comunicação humana a nível oral exerce um efeito de aproximação no ouvinte, que se sente incluído no clima coloquial, ainda que não possa participar.

Podemos estabelecer um primeiro nível de diferenciação nas entrevistas radiofônicas segundo seja uma emissão direta ou diferida. Este nível representa a primeira diferença fundamental entre a entrevista radiofônica e a impressa.

A entrevista direta é a mais difícil de executar, mas a mais esperada pelo ouvinte. Neste tipo, a preparação é ainda mais importante que nas demais, por não haver nenhuma possibilidade de retificação em seguida. O controle do ritmo interno e das freqüências expressivas, assim como o controle do tempo são os riscos a serem lembrados pelo entrevistador para que o resultado seja bom.

A entrevista diferida oferece a possibilidade da montagem antes da emissão, com o que sempre é possível controlar sua duração e observar pequenos erros, assim como modificar a ordem das perguntas e respostas em favor de um desenvolvimento mais lógico. Com a montagem se pode assim mesmo fazer a entrevista mais ágil, pois quase todas as respostas poderão ser encurtadas.

A maioria das respostas de uma entrevista tem duas fases diferentes. Primeiro uma fase expositiva e depois uma fase redundante. Na fase expositiva o entrevistado oferece de forma espontânea e geralmente desordenada todos os dados que respondem à pergunta. Na fase redundante se oferece a mesma informação, mais elaborada literariamente.

Um segundo nível de diferenciação nos permite dividir as entrevistas em dois grandes tipos: a entrevista de caráter e a entrevista "noticiosa".

A entrevista de caráter tem como eixo à personalidade do entrevistado. Suas respostas importam mais porque é ele quem as dá, e não pelo que diz. Nas respostas, além da

informação aparente, encontraremos a chave para conhecer sua personalidade. É preciso criar um clima comunicativo que rompa a timidez do entrevistado e permita uma expressividade espontânea que será a chave para o conhecimento real dessa pessoa, objeto último da entrevista de caráter. Se não for assim, é provável que depois da entrevista conheçamos do personagem apenas a imagem que ele nos tenha desejado mostrar.

Segundo Prado (*opus Citatum*, 1989, p.61),

Para realizar este tipo de entrevista é fundamental o conhecimento profundo do personagem. Este conhecimento pode ser obtido diretamente ou através de terceiros, mas é inócuo iniciar o trabalho sem cumprir este requisito prévio

A entrevista "noticiosa" é a que tem como eixo uma informação. Neste tipo de entrevista interessa mais, por assim dizer, a informação que se dá do que quem a fornece. A entrevista "noticiosa" pode dividir-se em três tipos: a entrevista de informação estrita, a entrevista de informação em profundidade e as declarações ou "falsas entrevistas".

A entrevista de informação estrita é a mais utilizada e se caracteriza por sua brevidade. Serve para veicular uma informação através de seu protagonista ou de uma fonte presente.

Esta fórmula é especialmente adequada para os serviços principais de notícias, já que dá agilidade e exatidão ao espaço.

Devem ser abertas com uma introdução na qual se apresenta o fato de forma atraente e ao entrevistado. A introdução deve ser breve e fugir de construções confusas. O entrevistador, através de perguntas exatas, deve lograr respostas claras, curtas e precisas. É sua responsabilidade o ordenamento dos dados fornecidos em uma sucessão lógica.

A entrevista de informação em profundidade tem um papel reflexivo no rádio informativo. Através dela se fornecem ao ouvinte, além da informação estrita, os dados adicionais que ajudarão a compreender o fato, a conhecer suas causas e efeitos e, em definitivo, a atribuir-lhes um valor pessoal.

A duração dessas entrevistas é maior do que as anteriores e permite um ritmo mais pausado, sem ser por isso mesmo ágil. Na entrevista de informação em profundidade é fundamental que o entrevistador conheça o tema a fundo. Se não for assim, dificilmente poderá extrair dados que justifiquem o porquê dos acontecimentos.

As declarações ou "Falsa entrevista" se incluem normalmente nos informativos. Sua função é levar ao público, em forma noticiosa, a opinião dos representantes das instituições.

Segundo o autor acima referido (opus Citatum, 1989, p.64),

É uma 'falsa entrevista' porque contém apenas um dos quatro fluxos de comunicação presentes na entrevista no rádio. Quer dizer, somente se produz uma comunicação unidirecional direta: a do entrevistado.

São feitas na forma de entrevista para evitar as reticências do ouvinte, mas o jornalista exerce apenas o papel que na imprensa faz o Ladillo, ou seja, o de separador do discurso em subunidades mais breves e, portanto, de agilizador.

Podemos enfatizar uma série de normas e características de realização das entrevistas aplicáveis a todos os tipos. O êxito de uma entrevista depende sempre da documentação ou conhecimento que sobre o tema tenha o entrevistador. Não basta apenas dominar a técnica da entrevista, nem dominar o veículo. Este domínio conduz, com freqüência, à realização de entrevistas formalmente corretas, mas que não levam a uma quantidade suficiente de informação, seja sobre o personagem, seja sobre o fato noticioso. O ouvinte, aos poucos, se dá conta da falha.

Durante a entrevista podem surgir novas vias de interesse que devem ser exploradas, ainda que não sejam previstas. Naturalmente, para descobrir as novas vias de interesses é imprescindível escutar as respostas do entrevistado. Com freqüência, o entrevistador se preocupa mais com o brilho da pergunta seguinte do que com o que está respondendo o entrevistado. Desta forma, passam ao largo muitas questões sobre as quais deveria pedir maiores esclarecimentos.

Em geral, esta atitude comporta certas derrotas. A mais freqüente consiste em planejar uma pergunta brilhantemente elaborada e obter como resposta um frustrante: "Como acabo de dizer...".

Um outro problema consiste em dar na pergunta toda ou quase toda a informação que se pretendia tirar da resposta, com o que o entrevistado acaba respondendo: "Exatamente, como você disse...".

O entrevistador deve observar ainda duas normas: Não perder tempo com declarações óbvias (como anunciar "A primeira pergunta"; "A pergunta seguinte", "Gostaria de perguntar..." etc. A segunda norma consiste em evitar os vícios como: "bem"; "realmente"; "claro" etc.).

O jornalista radiofônico pode encontrar-se em duas situações difíceis na realização de uma entrevista. As duas vêm determinadas pela forma de responder do entrevistado.

Em um primeiro caso, o entrevistado tem tendência a dar respostas enormemente longas e confusas. Neste caso, a entrevista perde o interesse e o jornalista perde as rédeas do ritmo e do conteúdo. Esta eventualidade se produz com muita freqüência e é por isso que todas as precauções são poucas. Convém avisar ao entrevistado da conveniência de facilitar respostas curtas e concisas para assim poder tocar todos os temas previstos. O convidado, inconscientemente, se esquecerá deste detalhe poucos segundos depois do início. Mas, se avisarmos previamente, poderemos recordá-lo através de sinais, no caso de se esquecer. Mas pode continuar esticando sua resposta, apesar disso, e teremos que recorrer a outras técnicas para interrompê-lo.

Uma outra situação difícil para o entrevistador se produz quando o convidado é por demais lacônico em suas respostas. Neste caso, a entrevista perde ritmo ou se converte em pingue-pongue cansativo. Para romper esta dinâmica, muitas vezes dá resultado perguntar o motivo de suas afirmativas, pedir uma justificação ou expor uma tese contrária.

A duração das entrevistas, além da necessidade da programação, vem determinada pelo interesse que nunca deve se esgotar. Evitaremos que a entrevista morra de pé. Para isso, convém observar que as entrevistas desenvolvem uma curva de interesse que aumenta progressivamente a partir do seu início. A curva chega ao ponto máximo de interesse para cair vertiginosamente em seguida. Se nos adiantarmos a esta queda, cortaremos a entrevista justo no ponto de interesse máximo.

4.3 Improvisação

Ao falar sem preparação prévia, deve-se conhecer muito bem o assunto. A improvisação deve seguir duas formas: a produzida e a espontânea. Existem momentos durante uma programação, em que você improvisa um determinado efeito sonoro ou vinheta para que provoque um resultado positivo no momento certo. A sobreposição da mesma música, tocada ao mesmo tempo, em pick-ups diferentes, causa um efeito muito bonito no ar, quando feito com equilíbrio e na batida de atraso certa. Este efeito de improviso chamamos de *Feiser*. O mesmo pode ser feito com duas músicas diferentes, mas com batidas semelhantes, mixando vagarosamente uma sobre a outra, dando a impressão que a música posterior faz parte da anterior. A este tipo de improvisação chamamos de "produzidas". Aquelas que surgem de um lapso do momento, obrigando você a falar, para que a programação não perca a sua continuidade, chamamos de improvisação natural ou espontânea. É neste momento que o locutor deve falar a coisa certa no momento certo.

O improviso espontâneo é aquele que vem com o tempo, com a experiência de trabalho. *"Procure imaginar-se nas mais variadas situações de improviso e como se sairia delas. Guarde-os em sua mente e no momento em que necessitar elas virão instantaneamente"*. (CÉZAR. *Opus Citatum*, 1991, p.76).

4.4 Vocabulário

Uma palavra bem aplicada pode economizar muito de quem fala e de quem ouve. O vocabulário adequado é um pré-requisito dentro do círculo da comunicação.

O que for falado ao microfone deve ser de forma rica e inteligível e usando palavras adequadas e lógicas, sempre respeitando o conhecimento do ouvinte. "Evite expressões muito complicadas, seja acessível e claro". (CÉZAR. *Opus Citatum*, 1991, p.74)

4.5 Conteúdo

Deve-se saber a mensagem principal e expressá-la sugestivamente. Mantenha-se sempre bem informado sobre os acontecimentos do dia-a-dia. Assuntos de política, esportes, economia e atualidades são aqueles que mais interessam ao público. Demonstre conhecimento quando der uma notícia e procure fazer um breve comentário, com lógica e conteúdo, quando isso lhe for permitido. Evite as conhecidas "abobrinhas" sem lógica nenhuma, pois desvalorizam seu trabalho. Existem comentários muitas vezes utilizados pelos locutores, carregados de ironia e crítica construtiva. "Se for permitido, utilize-os nos momentos certos porque ganharão graça e apreciação dos ouvintes". (CÉZAR. *Opus Citatum*, 1991, p.75)

4.6 Sonoplastia

O som é a vibração do ar perceptível pelo ouvido. Os sons audíveis estendem-se de 16 a 16.000 Hz. "As frequências inferiores a 16 Hz são os infra-sons e as superiores a 16.000 Hz são ultra-sons. A velocidade de propagação do som no ar é de 330 metros por segundo". (PORCHAT. *Opus Citatum*, 1986, p.64)

A sonoplastia é o estudo, seleção e aplicação de recursos sonoros, gravados ou ao vivo, necessários à elaboração de um programa radiofônico. O som tem vários efeitos sobre a sensorialidade do indivíduo.

No rádio, o som é a expressão da palavra, das músicas, dos efeitos, das montagens, das mixagens, das linguagens, etc.

As principais inserções sonoras são: música, característica, cortina, vinheta, fundo musical, passagens entre inserções sonoras (fusão) e sobreposição.

Para uma perfeita edição de entrevistas gravadas, é necessário identificar com clareza o início e o fim da inserção. Para isso, devemos usar períodos com sujeito, verbo e

complemento, e indicar, ainda, o meio físico em que a gravação foi registrada (fita cassete, rolo, MD, etc.), deixando claro também as emendas necessárias para uma correta edição do material.

4.7 Vinhetas

As vinhetas associam o texto à música. Em geral é uma frase musical, com ou sem texto, gravada com antecedência. Identifica a emissora, um apresentador ou um programa e, até mesmo, o patrocinador de uma transmissão.

Redobre os cuidados na locução das vinhetas. Elas são marcas da emissora. O cuidado com a pronúncia de palavras estrangeiras nas vinhetas deve ser ainda maior. As vinhetas devem ser feitas exclusivamente por locutores facilmente identificáveis.

Ao colocar um ruído numa vinheta, este precisa ser característico. Do contrário, será interferência e não ilustração. "As vinhetas não devem usar trechos de músicas que lembrem outro programa. Procure ser original". (PORCHAT. *Opus Citatum*, p.81)

4.8 Rádio com Modernidade

Não irei falar de Liberdade Individual, de Liberdade de Imprensa, de Liberdade de Informação, de Direito à Informação, de Controle de Notícias, quando apenas cinco agências internacionais controlam todo circuito mundial de notícias. Esse Departamento é jurídico. Interessa-nos, neste momento, outro departamento: o da Radiodifusão cuja função basilar é: divertir, educar, orientar e ensinar.

Chegar primeiro e mais rápido. Ir mais longe. Estar em toda parte. Marcas ainda não suplantadas por outros veículos de comunicação. Difícil entender, mas no Brasil, são mais de setenta anos de rádio e ainda temos centenas de emissoras que continuam a fazer a não comunicação. Umas, apresentando programações medíocres; outras como simples canais distribuidores de notícias.

Segundo Porchat (*opus Citatum*, 1986, p.36),

Como um veículo limitado ao som, temos que repensar outras formas de trabalhar e transmitir o rádio. Sair das amarras do áudio e buscar o conhecimento, a informação e a cultura, eis a questão. Embora a comunicação seja uma necessidade básica na vida de todos nós, estamos fartos de mensagens vazias. A grande e sublime missão do rádio é a valorização do ser humano e a conscientização da humanidade na construção de um discurso para um mundo melhor.

Impossível ficar atados a velhas fórmulas. Precisamos fazer um radialismo com modernidade, com gestão informativa de qualidade, sob o signo da invenção. Um rádio com estilo, sem perder tempo com matérias inúteis. Um rádio com muita tecnologia, mas sem prejudicar a qualificação humana. Um rádio mais sério e que faça o povo pensar. Interativo: receptor e transmissor de cultura. Útil à educação. Dinamizador das transformações sociais. Participativo. Para isso, lutemos contra o conformismo. Busquemos obsessivamente o conhecimento. O radialista deverá ter como meta um excelente desempenho nas suas atividades, afinal ele é um instrumento na grande função social do rádio.

O homem do rádio tem uma nobre missão: comunicar-se, conquistar corações, mexer com a emoção das pessoas. Dar o melhor de si na programação. Mais do que nunca, compete-lhe, como artista da audição e da expressividade, impor a sua marca de trabalho, o seu estilo. Se tem algo a dizer, que o diga com alegria e afetividade. Fale o texto com vontade. Leia com paixão. Transmita o fato com vida. Analise bem a importância da recepção no relacionamento humano.

A função maior do comunicador é, portanto, o prazer do ouvinte. Sem emoção não há comunicação. Não há audiência. Sem audiência, teremos duas falências: a auditiva e a financeira. Não há como fugir dessa realidade. Rádio é, sobretudo alma e sentimento. A linguagem radiofônica está, portanto, no sensível. A ausência do diálogo frustra a recepção. Fazer locução é provocar emoções, é atingir o público. A criatividade é a energia que alimenta a alma do ouvinte.

Deve ao homem de comunicação somar sons, ritmos, palavras, vozes e transformá-las em energia humana. Sondar as pessoas nas suas vontades, desejos, mistérios e confissões. Afinal, o rádio está na vida de todos nós: no intercâmbio de informações, no texto lido com emoção, na palavra dita com afeto na voz gostosa do comunicador e no reconhecimento da audiência. (PORCHAT. *Opus Citatum*, 1986, p.38)

A audiência é recepção imediata, é a reação cognitiva do aprazível à alma e aos ouvidos. É empatia ao trabalho realizado com competência. É o prêmio maior da credibilidade.

O radialista deverá falar sempre com substantivos. O microfone é tão somente um instrumento de trabalho. As suas palavras são a sua referência. A voz é a sua identidade. A pauta é o agora. O texto, a vida. A linguagem, os signos. Rádio é praticidade. É o imediato. É a improvisação.

Com o rádio é praticamente audição e os recursos são poucos, o radialista terá que suprir a falta de imagens pela emoção, pela entonação das palavras ou pelo ritmo da fala. A linguagem falada é mais dinâmica e mais forte que a visual. Cabe ao comunicador não ocupar o tempo de rádio com conversas vazias. Entendo que o radialista fuja da normalidade gramatical e se liberte de toda a tradição lingüística. Que a sua frase, no entanto, não seja caótica e que respeite as palavras. Não há nada mais agradável ao ouvido que o vocábulo proferido com entonação, ritmo e musicalidade. Persistir na pobreza de linguagem é pura omissão. É não querer buscar a criatividade. Dinamismo, ousadia, expectativa e diversidade são elementos indispensáveis no processo comunicativo.

Segundo Porchat (*opus Citatum*, 1986, p.41),

O homem, como centro criador e receptor de toda atividade humana, espera deste milênio um radialismo que veicule o útil à sociedade. Não há como suportar tanta mediocridade. A função do rádio terá que ser reveladora e não alienante. O maior veículo de comunicação de massa pede passagem para os próximos anos, não como o reino encantado de sonhos e fantasias dos anos 50, mas como uma grande janela aberta para liberdade de criação e expressão. Estamos imersos no universo da INTERNET. Vivemos a revolução digital, mas o rádio continua com a mesma magia. Velho companheiro nas horas de tristeza e alegria; no trabalho, no automóvel, na rua, no amor e na vida. Rádio, sempre rádio”.

CAPITULO 5 O RÁDIO EM CAJAZEIRAS: A DIFUSORA. ORIGEM E EVOLUÇÃO.

Falar, pesquisar ou discutir sobre a história do rádio da cidade de Cajazeiras vem sempre nos direcionar para a questão que desde a sua fundação, a cidade se identifica como o berço da cultura paraibana. Essa presença no passado cultural da cidade foi demonstrada, seja através do cinema que chegou em meados de 1922, com o Cine Alvorada, instalado na Avenida Presidente João Pessoa (atual sede da loja G. Móveis), seja através dos primeiros serviços de alto-falantes entre 1938/39 colocados nos postes de iluminação pública e distribuídos em alguns pontos da cidade que causaram “frisson” entre a população, que observavam abismados a novidade.

5.1 Os serviços de alto-falantes, o começo de tudo...

A exemplo de outras cidades do país, a história do rádio da cidade de Cajazeiras vai se iniciar através de experiências radiofônicas de caráter artesanal, mais precisamente com os Serviços de Alto-Falantes (SAF) no fim da década de 30.

Nascia naquele momento o rádio, ou pelo menos a idéia de radiofonia, uma vez que a maioria da população da época, nem o aparelho conheciam. Em depoimento ao jornalista Pereira Nascimento, assim se posicionou José Gonçalves, ex-coletor estadual, um dos mais antigos locutores da Difusora Rádio Cajazeiras:

O primeiro serviço de alto-falantes foi denominado de “Difusora Rádio Cajazeiras, por volta de 1938, de propriedade da firma Carvalho e Dutra, dona da primeira loja especializada em eletrodomésticos instaladas no comércio cajazeirense. A *coqueluche* pegou na cidade e, em pouco tempo, era instalado mais um serviço de alto-falante, agora batizado de Difusora Rio do Peixe. A programação continha músicas e notícias, captadas das emissoras dos Estados vizinhos – audiência era muito boa, pois as pessoas ficavam nas calcadas, ouvindo atentamente aqueles projetores de som espalhados pela cidade. (NASCIMENTO, 2003; p.155)

Assim denominada de Difusora Rádio Cajazeiras, era instalado o primeiro SAF na cidade no dia 05 de agosto de 1938, com algumas facilidades técnicas uma vez que seu proprietário fazia parte do Grupo Carvalho Dutra, loja especializada na venda de

eletrodomésticos. A reação da população diante da nova “maravilha tecnológica”, que era o SAF, foi relatada pelo senhor Rubens Farias, um dos primeiros locutores de então – e cujo exercício da locução mantém até hoje na cidade.

A audiência era sempre muito boa. As pessoas ficavam nas calçadas ouvindo, né. Ficava nas ruas ouvindo aquelas notícias, o que a gente divulgava principalmente as crônicas... Na época da política, as pessoas já sabiam que era notícia eleitoral quando aquele dobrado “El Capitã” tocava: evidentemente que ficava todo mundo ali para assistir as notícias da política, da guerra. (LEITE, 2005, p.32)

Apesar dos proprietários dos serviços de alto-falante serem do Grupo Carvalho Dutra, a história destaca as figuras de Mozart Assis e José Adegíldes Bastos, como principais e verdadeiros precursores do rádio na cidade. Foram os dois que protagonizaram o processo de implantação do primeiro SAF (cada um com sua experiência individual sobre o assunto), o que foi predominante para que vinte cinco anos depois, conseguissem a concessão da primeira emissora da cidade.

A primeira transmissão externa realizada com sucesso pela Difusora Rádio Cajazeiras, foi realizada em 1940, quando da visita a cidade de Frei Damião, em suas “missões religiosas”, normalmente na Semana Santa. O fato é contado com riqueza de detalhes por Rubens Farias:

Foi uma das primeiras transmissões da Difusora Rádio Cajazeiras, foi quando ela se deslocou com o microfone lá da praça João Pessoa para o patamar da Igreja; saiu do estúdio, foi um sacrifício danado. Tinha um eletricitista, que não tô lembrado agora, que fez esse trabalho heróico de puxar os fios por cima das casas, no maior sacrifício do mundo para chegar até a igreja. Aí chegou lá na porta da igreja e deu pra colocar dois microfones. Nesse tempo os microfones eram a base de baterias. (VILLAR, 1997, p.41).

O sucesso com o primeiro SAF fez surgir mais dois, serviços de alto falantes. Em 1948/49 Murilo Bandeira de Melo instala o SAF que foi denominado de Difusora Rio do Peixe, localizado também (à exemplo da Difusora Rádio Cajazeiras) no centro da cidade, na Avenida Presidente João Pessoa. E ainda, nos primeiros anos da década seguinte, Inácio Assis inaugura a Voz do Sertão, estúdio localizado na periferia da cidade, onde ainda hoje mantém-

se o único SAF que sobreviveu a chegada da modernidade, com as emissoras de rádio e a televisão.

A função social que o serviço de alto-falante passou a exercer na população cajazeirense é algo visível no nosso estudo, uma vez que, além da programação com músicas da época, anúncios comerciais, pequenos noticiários (quando se conseguia pegar a Rádio Clube de Pernambuco), se fazia também irradiações extras, diante de acontecimentos considerados emergenciais como: notas de falecimento.

Outros serviços prestados eram as transmissões das sessões plenárias, direto do prédio da Câmara de Vereadores. Este trabalho era feito pela Voz do Sertão sem ônus algum para o poder público.

Na década de 50 já havia mais de vinte alto-falantes espalhados pelas principais ruas da cidade. Agora com mais responsabilidade, os SAF's passam a ser visto (além da função de entretenimento), como objeto de divulgação das coisas da cidade como arte, poesia, crônicas etc, e principalmente seus problemas e a busca de soluções. Dentro desse contexto declarou o professor universitário José Antonio de Albuquerque:

Aquilo ali era a voz da cidade e foi uma experiência boa... Revolucionava a cidade, deu na Difusora, deu no serviço de som da cidade a notícia se espalhava com uma rapidez incrível. Por exemplo, o problema da água em Cajazeiras, ele foi uma conquista do mesmo. Assim como o problema da energia, foram conquistas veiculadas pelos serviços de som. Colocava o povo para cobrar, pra reivindicar. Até o caso do telefone foi consequência das campanhas veiculadas pelos serviços de som. O bom era os programas políticos, era o que esquentava mesmos a cidade" (VILLAR, 1997, p.46)

O destaque nos programas políticos dos SAF's era a participação do médico Júlio Bandeira de Melo. A comunidade vibrava pela expectativa natural que seus pronunciamentos provocavam. Sabia-se que vinha "bomba" na direção de algum desafeto político, naquele determinado momento.

Nas manhãs de domingo havia o programa de calouros, no auditório do Cine Éden, com distribuição de brindes e grande participação do povo. Alguns dos locutores eram: Tarcizo Telino, que chegaria a ser Deputado Estadual na Paraíba e José Gonçalves.

Os vintes anos com a experiência artesanal, com os serviços de alto-falantes na cidade de Cajazeiras, consolidam junto a população a idéia de radiofonia. Sendo o SAF determinante na criação das condições para implantação da primeira emissora de rádio, em 1964.

5.2 A Querida DRC. Da Fase Experimental a Concessão Definitiva.

No ano de 1964 nasce a ZYJ-22, Difusora Rádio Cajazeiras Ltda, uma iniciativa do Sr. Mozart de Souza Assis (o real fundador da primeira emissora de Rádio de Cajazeiras). As atividades experimentais da emissora foram iniciadas no dia 10 de março de 1964, irradiando de forma definitiva e oficialmente no dia 31 de maio do mesmo ano.

Foi assim que a Difusora surgiu, como segunda emissora do alto sertão, embora a cidade de Patos tenha sido a primeira, não chegou a ter grande expressão para as demais cidades. Isso privilegiou a emissora recém inaugurada em Cajazeiras que passou a capitalizar, gradativamente, toda a demanda das cidades circunvizinhas, inclusive municípios dos outros estados como Ceará, Rio Grande do Norte e Pernambuco.

Um dos pontos que até hoje se discute nos meios radiofônicos é quanto a questão do “pioneirismo” da Difusora, porque de fato ela foi a primeira a entrar em funcionamento. O que aconteceu é que a Rádio Alto Piranhas, na realidade foi quem primeiro obteve concessão para a instalação de uma emissora em amplitude modulada (AM), mas uma série de razões levou os seus organizadores, no caso a Diocese de Cajazeiras, a protelar a sua inauguração, dando lugar de “Pioneira” para a sua co-irmã Difusora Rádio Cajazeiras.

Sobre essa controvérsia em torno do “Pioneirismo” o professor universitário José Antonio de Albuquerque (e também atual Diretor-Executivo da Rádio Alto Piranhas) disse o seguinte: “Pioneiro mesmo não foi a DRC, se você pegar os documentos você vai ver: a

concessão da Rádio Alto Piranhas é anterior a da Difusora Rádio Cajazeiras. Acontece que Mozart sabidamente colocou no ar primeiro...”

A receptividade da comunidade quanto aos primeiros anos da Difusora Rádio Cajazeiras foi considerado positiva e até inesperado. Embora a emissora fosse oriunda da Capital privada, com interesse particularmente lucrativo, as pessoas passaram a vê-la como um “bem público”.

Todo mundo passou a ser colaborador do rádio. Havia doação de disco, a cidade toda se mobilizou no sentido de ajudar a rádio. A princípio até os “locutores” não faziam questão de serem remunerados. Uma das pessoas que trabalhou como locutor sem remuneração na DRC e que hoje tem um nome de expressão nacional é o ex-ministro Maison da Nóbrega. Segundo ele:

Não tínhamos remuneração nenhuma, era apenas o prazer de participar, de construir, no meio de toda aquela improvisação. A sensação que todos nós tínhamos era de que estávamos ali prestando um serviço à comunidade e nem lembrávamos de cobrar, nem solicitar qualquer gratificação financeira. (VILLAR; 1997, p.55)

O fato que não podemos deixar de registrar é que, a primeira pessoa a fazer uso dos microfones da Difusora Rádio Cajazeiras foi o Sr. José Adegildes que logo assumiu o posto de noticiário.

Definir a programação da Difusora levou algum tempo. A princípio a coisa funcionava de forma improvisada, pois nem mesmo os locutores ou “controlistas” tinham noção exata do funcionamento de uma emissora de rádio. A solução era copiar modelos de rádio bem sucedidos de outras regiões. Sobre isso falou Mozart Assis (proprietário da Rádio na época):

Nós nos espelhamos muito nos diários Associados muito mesmo. Copiávamos muita coisa da Tupy, naquele tempo em 1964 a Tupy era padrão, não existia Globo. O padrão era Tupy e naturalmente que era forte essa influência. Também, em termos de Paraíba, ouvíamos muito Campina Grande, a Rádio Borborema eram uma rádio relativamente nova, mas a gente admirava porque tinha Assis Chateaubriand, que foi um cara que começou do nada e fez muita coisa. (VILLAR; 1997, p.51)

A figura da pessoa do diretor e proprietário da Difusora Rádio Cajazeiras, Sr. Mozart Assis, comandando com “mão-de-ferro” seu empreendimento, foi algo “marcante” para muitos dos que trabalharam e se profissionalizaram naquela emissora. Para termos uma idéia do rigor e a autoridade do qual era marca da sua administração, “funcionários de conduto homossexual só trabalhava na emissora até ser descoberta a identidade sexual destes. Era intransigente nesses casos, pois achava que a tolerância com (dizia ele) “elementos” com tais “predicados” poderiam colocar em risco a credibilidade da emissora” (VILLAR; 1997, p.56)

O jornalista Nonato Guedes, hoje trabalhando nos jornais e rádios da Capital, foi um dos que se profissionalizou na Difusora. Sobre a importância de Mozart Assis⁷ destacou:

Ele tinha um felling muito grande pra rádio, para a administração de rádio. Era criterioso, rigoroso até demais, mas acho que isso ajudava na formação dos profissionais, esse rigor que impunha. Tem uma coisa interessante, na comparação entre DRC e RAP, eu sempre preferia o clima de liberdade desta última, porque parece que Mozart queria se mais casto que o bispo. Era uma coisa contraditória, o bispo dom Zacarias, era mais liberal do que Mozart, em certas coisas. Mas, independente disso, eu tenho Mozart como a figura de um professor. (VILLAR; 1997, p.56).

O tradicionalismo desenvolvido por Mozart Assis também tinha o outro lado da moeda, pois ele usava o poder de “autoridade” para colher frutos futuros, isso na ótica dele. Outro jornalista que estudou na cartilha radiofônica de Mozart Assis foi Josival Pereira, que comentou:

(...) ainda hoje, eu resgato Mozart (...) Só que mesmo sendo mais avançado tinha coisa demais, adiante avançada que ele na idade dele, não mais alcançava, também porque já estava querendo sair da vida empresarial. (...) muita gente pergunta: mas porque Cajazeiras tem tanto jornalista que veio para João Pessoa? Aí eu estava explicando para eles, porque passaram pela escola de Mozart, e tinha que aprender viu... (...) Eu como operador da DRC em 76 e 77, eu chegava, quando entrava na emissora de rádio, Mozart me chamava para a sala dele e perguntava: que é que tem de novo aí meu filho que você viu na cidade? Eu dizia: Nada. Se você não viu nada, vá ali dizer ao redator que não está acontecendo nada na cidade. Como é que você vem da rua e não ver nada; as notícias passam por você, e você não ver (risos)... Tinha cobranças todos os dias na porta da emissora (LEITE, , 2005, p.36).

⁷ op. cit. Lúcio

O jornalista José Anchieta, que fez parte do grupo de redatores do “Boca Quente” no ano de 1986, também destacou a figura de Mozart Assis para o rádio cajazeirense:

(...) Mozart foi um homem que administrou a Difusora Rádio Cajazeiras, com uma linha muito dura, muito forte. Eu acho isso muito positivo. (...) Hoje a gente pode considerar alguns pontos da sua administração como ultrapassadas, porque o rádio avançou muito, mudou muito, não só em Cajazeiras, mas em todo o país, talvez aquela linha que ele adotou inicialmente até vender a emissora não se adaptasse aos tempos de hoje. Mozart sem dúvida, fez história no Rádio de Cajazeiras e no rádio da Paraíba. Ele sempre teve a preocupação de dar credibilidade ao seu veículo de comunicação e isso é um ponto fundamental, sem credibilidade você não conquista o ouvinte (...). (LEITE, 2005, p.37)

Algo que não se pode negar é que a “Pioneira” como sempre se chama a DRC, serviu de escola radiofônica para muitos jovens. Hoje destacados nomes dos meios de comunicação do nosso Estado, como Spencer Hartman, locutor da Rádio Tabajara, Nonato Guedes, Gutembergh Cardoso e Josival Pereira, jornalistas do Sistema Correio de Comunicação, Gilson Souto Maior, ex-Diretor Superintendente da Rádio Tabajara, Antonio Malvino, jornalista da Rádio Arapuam, Ribamar Rodrigues, assessor do Senador Ney Suassuna em Brasília, a saudosa Íracles Pires, mulher familiarizada com o teatro, o saudoso Ferreira Lima, que vindo de Juazeiro do Norte, ficou mais de 15 anos na DRC, entre outros.

A Difusora Rádio Cajazeiras possui em seu quadro 32 funcionários no total. A rádio possui vinte e nove funcionários diretos. Um Diretor Administrativo/Financeiro que acumula outras funções na empresa. Um Diretor Comercial; um Contador (autônomo); um de Relações Humanas, no Departamento Pessoal; dois na Técnica; um nos Serviços Gerais e um funcionário em Operações Comerciais (OPEC); um auxiliar de escritório; um recepcionista; quatro operadores de transmissor e um auxiliar comercial.

A empresa tem em seu quadro 03 profissionais terceirizados, sendo estes locutores. Dois locutores compram horários na programação.

EQUIPE	Nível Médio		Superior	Pós-Graduado
	Completo	Incompleto		
Locutores	6	5	2	-
Operadores	1	2	-	-
Superintendente	-	-	1	-
Dir. Adm. Financeiro	-	-	1	-
Dir. Comercial	-	-	1	-
Contador	-	-	1	-
Dep. Pessoal	1	-	-	-
Técnica	1	1	-	-
Serv. Gerais	-	1	-	-
Op. Comerciais	-	-	1	-
Auxiliar de Escritório	-	-	1	-
Recepcionista	-	-	1	-
Operador de Transmissão	3	1	-	-
Auxiliar Comercial	1	-	-	-
TOTAL	13	10	9	-

Quadro 1 - Demonstrativo do nível de escolaridade dos funcionários

5.3 Perfil dos Funcionários

A empresa possui em seu quadro de funcionários profissionais com nível médio completo e incompleto, nível técnico e superior. Possui em seu quadro de locutores funcionários com segundo grau completo e incompleto. Há bacharéis em Letras, História, Geografia, Ciências Contábeis, Administração de Empresas, Direito, Publicidade e Propaganda,

5.4 Produtos e serviços

A rádio possui dois clientes: O Ouvinte e o Anunciante. O ouvinte consome o produto e o anunciante consome o serviço. O produto tem que ser de boa qualidade (capacitação de locutores e equipamentos), inovador (promoções), e um padrão, ou seja, definir um público alvo a ser atingido. O serviço tem de ser de boa qualidade (Atendimento de venda e pós-venda), e que atinja as necessidades do cliente (maior número possível de audiência no público alvo a ser atingido pelo cliente).

5.5 A Qualidade da Gestão da Informação Radiofônica, Com Ênfase na Difusora Rádio Cajazeiras AM 1070 Khz.

A Difusora Rádio Cajazeiras vem tornando-se a mais de quatro décadas a melhor opção em capacidade comunicativa de todo o Alto Sertão Paraibano. A presença de excelentes profissionais, a criação de novos programas e a compra de novos equipamentos credencia a empresa em forte ascensão de qualidade no comparativo com outras estações.

Na estação, as vinhetas e comerciais entram da porta de informação para o controle remoto e depois irão acoplar no MD (Mini Disk), jogando imediatamente no ar. A Difusora Rádio de Cajazeiras possui uma das mesas mais modernas do rádio brasileiro, de várias fases de função, como a transferência do ouvinte para o ar e também as conexões de estúdio para plantões extras em qualquer local. Há no estúdio um distribuidor de áudio. Esse equipamento serve para receber linhas de transmissões como jogos de futebol, a voz do Brasil, política, vindo então para a mesa de controle, onde o operador põe no ar. Na mesa há aberturas de canais para os microfones no estúdio e ramais para as outras salas.

Há na empresa, no estúdio, ao lado da cadeira do locutor, um amplificador de chamadas telefônicas no canal 12 da mesma que leva ao ar. É utilizado em flashes políticos, notícias de última hora ou mesmo em brincadeiras com o ouvinte no ar. É um equipamento de alta qualidade que descarta a possibilidade de malefícios na sonorização, que porventura venha a acontecer na emissora.

A programação musical é toda informatizada. Antes de tudo, a telefonista anota os pedidos musicais e depois passa ao programador, seguindo ao locutor finalmente. Para manter uma qualidade de gestão musical, o programador altera as músicas da programação e escolhe canções que estão em evidência, sem mudá-las, mas alterando-as.

Na discoteca, a DRC faz a distinção dos estilos musicais através de códigos, evidenciando as letras iniciais desses estilos, para melhor identificação, facilitando o trabalho

dos locutores e operadores. A rádio possui entre CD's, vinis e MP3 e mais de 6000 títulos musicais em seus arquivos.

A emissora possui um moderno transmissor, com um conjunto de módulos, onde cada módulo tem uma função específica, desde equalizadores, processadores de áudio, moduladores, até o módulo de potência. Esse transmissor recebe um sinal de áudio já filtrado e equalizado para poder efetuar a transmissão do sinal para a AM. O sinal vem para o distribuidor de áudio, sobe ao transmissor e depois volta para a AM.

A Pioneira possui alguns programas de destaque: o Boca Quente I e II Partes, onde na I Parte o destaque é na área policial e em sua II Parte, onde o destaque é político; Bom Dia Notícia, onde são enfatizados os primeiros informativos do dia; O Rádio Atividades, onde a interação e a descontração com o ouvinte é de grande aceitabilidade perante o público; Forró no Varandão, onde as nossas raízes são enfatizadas com grande intensidade durante o programa; O Discotecão do Josemar, onde o nordestino daqui entra em conexão com o nordestino de todos os recantos deste Brasil; A Noite é um Show, onde a participação do ouvinte é marcante no fim da noite (signos, horóscopos, etc); Antena Esportiva, onde o esporte local, estadual e nacional é evidenciado em uma locução dinâmica e o Parabólica Política, onde os fatos políticos da cidade, do estado e do país são debatidos de forma séria e democrática. (Programação. Anexo II)

A Difusora possui em seu scrett locutivo nomes consagrados em todo o Alto Sertão da Paraíba, como por exemplo, os queridos Marcos Rodrigues, Geraldo Nascimento, Chagas Amaro, Aluizio Lima, Josemar de Aquino. Amigos como, Paulo Feitosa, o Big Boy da Cidade Olivan Pereira, o Rei Amauri Furtado, Francisco Alves (Tático), Cláudio José, Elias Júnior e o vereador bonitense Wilson Furtado.

A DRC possui um processo de qualidade em relação aos comerciais, onde abre a visão de empresários em relação a expor as suas marcas. Aparece então os comerciais ROTATIVOS, em que as chamadas entram na programação em qualquer programa, seja local

ou VIA SATÉLITE. E os comerciais DETERMINADOS que entram na programação em programas específicos, ou seja, quando os proprietários indicam o, ou os programas.

Toda a aparelhagem do estúdio da DRC foi feita com tecnologia nacional; todos os equipamentos foram comprados em Recife e no Rio de Janeiro.

A constante integração dos profissionais da Difusora Rádio Cajazeiras, com a questão de estar sempre procurando preocupar-se com os ouvintes, é por mim notoriamente comprovado, a muitos anos, pois sou ouvinte assíduo da mesma.

É pela equipe encarada a maneira de uso de linguagem e estrutura radiofônica que vem desde as notícias vindas da Capital do Estado, como também de outros noticiários nacionais. A preocupação do estilo de locução gramatical e todo o processo de linguagem é devidamente exposto para o departamento de redação da empresa. Se houver porventura algum equívoco por parte da redação, estes textos são enviados para o chefe de redação da empresa e depois liberados. Apenas depois de serem vistos e revistos pelo setor redacional é que os informativos são passados para o Diretor de Programação e, em seguida, para o locutor-apresentador soltá-los na programação. A rádio também possui centenas de textos arquivados em computador pontuados corretamente, no intuito de aperfeiçoar a leitura feita pelos locutores.

A direção da rádio vem investindo na compra de unidades móveis como Scorte peruas para flashes pela cidade, como também, em estúdios móveis, e coloca a disposição telefones em todas as salas, desde a discoteca à área de transmissão.

Para aperfeiçoar o desempenho dos profissionais, a Pioneira faz parceria com o Sindicato dos Radialistas da Paraíba (STERT-PB), com sede localizada na Capital do Estado, com a finalidade de fornecer para locutores e operadores um curso de dicção e linguagem para profissionais que atuam na emissora. Este curso é realizado no CEFET-PB, UNED/Cajazeiras, trimestralmente, onde os mesmos têm palestras e aulas práticas com a fonoaudióloga Fátima Dantas da TV Cabo Branco. Este trabalho é feito com o objetivo de otimizar os fatores de eficácia da mensagem, como exemplo, fazer leituras dinâmicas de

textos jornalísticos, treinar interpretações, ver vídeos com comerciais feitos por grandes locutores.

Os locutores passam por cursos de três em três meses de Programas radiofônicos com o professor Guto Vaz, da UFPB no CEFET em Cajazeiras, utilizando técnicas de leitura e simulando programas radiofônicos com os radialistas, como também, passam por testes de interpretação de textos para desenvolver a naturalidade da comunicação imposta pelo o rádio. Com isto, os profissionais da DRC vêm recebendo referências elogiosas por parte dos ouvintes de todo os Atos Sertão da Paraíba, enfatizando a grande audiência da mesma por toda a Grande Cajazeira, cidades e estados circunvizinhos.

A Pioneira tem a preocupação de fazer com que seu scrett locutivo fique a vontade para desempenhar a profissão. Isto é que evidencia todo o processo de gestão da informação radiofônica que uma rádio pode ter. A rádio deixa que os profissionais façam levantamentos em programas gravados em MD (Mini Disk), de como está andando a atuação locutiva. Estes programas gravados são levados do departamento técnico para os responsáveis pela locução da empresa.

A organização do estúdio, trabalhos radiofônicos e aparelhos técnicos utilizados, são colocados em devida ordem para o desempenho de cada horário da programação. Os microfones, essenciais em um estúdio, são supervisionados pelo departamento técnico da empresa, e testados exaustivamente todos os dias por técnicos em radiodifusão.

Existe na AM um dos mais avançados microfones do país. No estúdio principal encontra-se o Shure Backer, utilizado nos programas de maior audiência, como por exemplo, o campeão de audiência, O Boca Quente.

A Pioneira tem profissionais reconhecidos em toda a Paraíba e em todos os recantos deste Brasil, e respeita as características e estilos de cada um. Os locutores tentam a cada dia superar as expectativas dos ouvintes, com programas criativos e interativos e com uma programação eclética e participativa.

A ênfase da DRC na qualidade de seu universo comunicativo é percebida por mim. A Pioneira dá a total liberdade para que os ouvintes entrem no ar e participem juntamente com os convidados, como também, em expor críticas de como se está procedendo às notícias veiculadas nas entrevistas.

A rádio, sempre nos intervalos de um break para outro, coloca informativos de qualidade no que diz respeito a esportes, política, economia, fatos atuais, que enaltecem a programação, como também, é observado o vocabulário para que não haja gafes na estrutura informativa dos programas. O conteúdo é minuciosamente visto e selecionado com a intenção de não confundir as diversas fases de interpretação dos locutores entrevistadores.

A qualidade na improvisação é marca registrada da emissora. Os locutores e operadores são mestres na espontaneidade e produção da transmissão de efeitos e expressões sugestivas da radiofonia. Novas vinhetas foram criadas para situar o ouvinte no novo tempo vivido pela emissora. As vinhetas são produzidas na WF (studio) de São Paulo – SP e na RC Gravações de Fortaleza-CE, com efeitos sonoplasticos de qualidade internacional, e são gravadas em MD (Mini Disk) e em CD's, sendo depois adquiridos pelo sistema de produção da emissora.

Com a chegada de 2006, a Difusora Rádio Cajazeiras busca na inovação a conquista de novos ouvintes. Consolidou ao longo do tempo a sua estrutura de origem, mais procurou sempre modernizar os seus equipamentos, como também, enaltecer a criatividade e o talento de seus locutores, dando todas as condições e a total liberdade para que os mesmos pudessem construir os seus programas com mais carinho e respeito com o seu maior patrimônio. O ouvinte.

A Difusora ao longo de mais de quatro décadas se caracterizou pelo o gênero eclético de seus programas, pela interatividade, instantaneidade e excelência em sua gestão informativa. Liderança no meio esportivo, credibilidade nos programas jornalísticos, o enfoque policial, o debate político, a eficiência na tradição de nossas raízes e o respeito ao

ouvinte fizeram da pioneira uma referência de qualidade de informação em todo o Nordeste Brasileiro. A Difusora procurou sempre ter a melhor equipe de profissionais da região. A competência de melhor informar da pioneira se traduz na ecleticidade de seus locutores. Quem não admira o papo descontraído do Aluisio Lima em seu Rádio Atividades; quem não fica extasiado com a credibilidade marcante do Oliven Pereira e do Wilson Furtado; com o compromisso com a verdade do Paulo Feitosa, do Cláudio José e do Marcos Rodrigues no campeão de audiência Boca Quente; quem não é fascinado pela emoção na transmissão nota 1000 de Tatico, do nosso futebol; quem não é fã da seriedade informativa do rei da voz Geraldo Nascimento e da interatividade criativa de Josemar de Aquino.

Do repórter Carvatra ao repórter Cavalprimo, quarenta anos de notícias se passaram, mais a Difusora continua perfeita ao informar. De Carvalho e Dutra a Cavalcanti Primo, uma história de comunicação se consolidou no rádio paraibano. Quarenta anos, assim, significam a conquista e o prêmio de quem acreditou e ganhou a liderança ao oferecer uma informação com qualidade, pautada na confiança, na responsabilidade e no respeito aos seus ouvintes, onde a sabedoria dos mais antigos é somada à criatividade dos mais jovens, tudo em uma perfeita harmonia.

A Difusora resume-se em tudo o que se pode pensar em qualidade de inovação técnica. Vinhetas, mixagens, música, notícias, reportagens, entrevistas, sonoplastia (...). Na Difusora, o som é a expressão da palavra. Programação envolvente. Identificação com o ouvinte. Rádio com estilo. Paixão em tudo o que faz. Sempre na vanguarda a pioneira sempre será cultura e informação. Rádio-jornalismo comprometido com a verdade. Uma máquina de comunicação. Porque, a primeira, a gente nunca esquece...

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observo quando percebi a escolha por este trabalho, que o rádio visto em qualidade é muitas vezes escondido por indivíduos com limitações crônicas.

É preciso mostrar aos comunicadores que o ouvinte conhece quando um programa não é feito com qualidade e quando um locutor não faz o programa com o coração. Ele percebe todas as entradas que um comunicador possui para ser eficiente no seu trabalho.

Posso afirmar que o locutor é no ar o que ele realmente é como pessoa. Se ele possui cultura, se ele administra bem a sua função na informação, se ele tem um bom vocabulário, com certeza, executará bem a comunicação junto aos seus ouvintes, pois eles se identificarão com a linguagem do mesmo.

É necessário ter o conhecimento teórico da informação radiofônica, para daí mostrar empiricamente com qualidade no rádio atual. Percebo que cheguei onde queria, pois mostrei que se um dia qualquer profissional de radiofonia procurar utilizar um pouco de qualidade em tudo que porventura pensar em fazer, com certeza, o fará de forma séria, com responsabilidade e com criatividade. Sendo assim, as pessoas irão acreditar que usar qualidade no rádio é progresso, é sinônimo de permanência no mercado.

Para se ter qualidade informativa no rádio é necessário conhecer o seu papel na informação. Não utilizar a mesmice nas palavras; não procurar ser um "papagaio", imitador; deve-se procurar novos textos; encontrar novos esquemas de fala, enfim, tem que ter algo a oferecer para ser um grande profissional.

Apenas sobreviverá no rádio quem tiver qualidade no conteúdo, na improvisação, na vocalização, na execução de uma boa entrevista, na transmissão perfeita de uma notícia e na preparação técnica. Ordenando isto adequadamente, o rádio comunicador poderá vir a ter condições de transmitir algo de importante a outra pessoa.

É necessário que os profissionais radiofônicos entendam que a informação é realmente a sua melhor matéria-prima, e informar, com discernimento e imparcialidade requer muita dedicação e inspiração no cotidiano desse meio um tanto quanto complexo.

Na política, no futebol e na religião o rádio sempre se destacou com suas ideologias e, com grande penetração conquistou o seu espaço e influenciou com “maquiavélica” eficiência todos esses setores. O rádio, com certeza, irá existir por muito tempo, pois o mesmo consegue encantar o nosso povo com essa oralidade tão fascinante. Ouvir, sentir, chorar e transformar notícias em marcas de suas vidas. O profissional do rádio precisa estar preparado para o contato direto com o ouvinte, como também, a preocupação com a ética. Questão muito interessante para o mundo desse meio.

A Difusora, sem dúvida nenhuma, comprova tudo o que foi dito, pois ninguém permanece tanto tempo no ar se não fosse o potencial e a capacidade de sua direção e equipe de trabalho comprometida com uma gestão de informação séria e imparcial. Manteve-se líder em audiência por essa competência de inovar e contar todos os dias aos seus ouvintes o que os mesmos precisam ouvir, sua sintonia é um patrimônio de Cajazeiras, de seus filhos que a mais de 40 anos credencia a mesma como a primeira e eterna companheira de seus corações.

O ato de comunicar é sublime. O universo do rádio é fantástico. A vida é uma convivência sonora. A qualidade é essencial. A gestão, é tudo. O diálogo não pode ser uma utopia. Mais do que um veículo de comunicação o rádio é arte. É vida. É a alma do Homem transformada em energia de palavras, pensamentos e emoções.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Kátia Marques de. **Formação de Consultores e Auditores Internos em Qualidade Total e Iso 9000**. Curitiba: Systema Qualitine, 1998.

CERQUEIRA, Jorge Pedreira. **ISO 9000: Ambiente da Qualidade Total**. Rio de Janeiro: Imagem, 1994.

CÉZAR, Cyro. **Como Falar no Rádio AM e FM: Dicas e Toques**. São Paulo: Prol, 1991.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando Pessoas: O passo decisivo para a administração participativa**. 3 ed. São Paulo: Makron Books, 1994

COSYELA, Antônio. **Comunicação do grito do satélite**. São Paulo: Mantigueira, 1978.

LEITE, Diane Batista. **Rádio Cotidiano: Uma Análise da influência de um programa de rádio “O Boca Quente” na cidade de Cajazeiras-PB**. Cajazeiras, 2005, p.11-30. Curso de Especialização em Teoria e Metodologia da História. Centro de Formação de Professores/Universidade Federal de Campina Grande/Campus Cajazeiras-PB.

MADRID, André Casquel. **Aspectos da teleradiodifusão brasileira**. São Paulo: ECA/USP, 1972. Tese (doutoramento)

Manual do BANCO DO BRASIL. **Introdução à Qualidade Total**. 2000.

MIRANDA, Roberto Lima. **Qualidade Total: Rompendo as Barreiras entre a Teoria e a Prática**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 1995.

MOREIRA, Sônia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.

NASCIMENTO, Pereira. **História da Radiodifusão na Paraíba**. João Pessoa: Editora Persona, 2003.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de Rádiojornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

PRADO, Emílio. **Estrutura da Informação Radiofônica** (tradução de Marco Antônio de Carvalho). São Paulo: Summus, 1989.

SAROLDI, Luiz Carlos e MOREIRA, Sônia Virgínia. **Rádio Nacional – O Brasil em sintonia**. Rio de Janeiro: Martins Fontes/FUNARTE, 1988.

VILAR, Lúcio. **Janelas da Sedução Cotidiana**. João Pessoa: Universidade, 1997.

Anexos

ANEXO I – PROGRAMAÇÃO

HORÁRIO	PROGRAMA	APRESENTADOR
04:30 às 05:50	Bom dia Nordeste	Francisco Alves (Tático)
05:50 às 06:00	Uma Luz em Sua Vida	Madame Vilani
06:00 às 07:00	Programa do Governo	Adelton Alves e Edmilson Pereira
07:00 às 08:00	Bom Dia Notícia	Marcos Rodrigues
08:00 às 11:00	Rádio Atividades	Aluizio Lima
11:05 às 11:30	Antena Esportiva	Tático, Elias Jr., Amauri Furtado
11:30 às 14:00	Boca Quente 1ª Parte	Olivan Pereira e Wilson Furtado
14:00 às 16:00	Boca Quente 2ª Parte	Paulo Feitosa, Marcos Rodrigues e Cláudio José
16:00 às 18:30	Forró no Varandão	Tático
18:30 às 19:00	Parabólica Política	Paulo Feitosa e Amauri Furtado
19:00 às 20:00	A Voz do Brasil	Programa do Governo Federal
20:00 às 22:00	Show da Difusora	Josemar de Aquino
22:00 às 24:00	A Noite é um Show	Geraldo Nascimento

Obs.:

Nos horários das 09h às 09h05m e 10h às 10h05m, intervalo do Programa Rádio Atividades; no horário das 11h às 11:05 entrada para o Programa Antena Esportiva, e no horário das 17h às 17:05, intervalo do Programa Forró no Varandão entra o Repórter Cavalprimo, apresentado por Geraldo Nascimento