

Redes Nacionais de Rádio – Segmento Jovem: Análise das vantagens e desvantagens para emissoras e locutores na praça de Belo Horizonte¹

Marcos Bortoni Silva²

Waldiane de Ávila Fialho³

Faculdade Estácio de Sá de Belo Horizonte – Minas Gerais

RESUMO

Este artigo apresenta um estudo sobre as redes nacionais de rádio no Brasil, do segmento jovem, abordando suas vantagens e desvantagens não só para os locutores, mas também para as emissoras. A proposta é mostrar como estas cadeias nacionais atuam na Praça de Belo Horizonte, além de traçar um paralelo entre elas, as Redes e a emissora local, 98 FM, da capital mineira. Pretende-se com este trabalho elucidar algumas questões sobre o rádio destinado ao público jovem, em Belo Horizonte, além de evidenciar que, ao longo de sua história, esse veículo já foi inventado e reinventado e, com certeza, merecerá outros capítulos nos próximos anos.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio; Redes de Rádio; Rádios Locais e Afiliadas

1 – Introdução

Há muitos anos o rádio encanta, emociona e tem sido o companheiro de milhões de pessoas de norte a sul do país. Desde a época em que não havia televisão até nos dias de hoje, em meio a tanta tecnologia moderna, o rádio, como meio de comunicação vem demonstrando que nunca perdeu seu valor, mesmo com o advento da TV e, agora, recentemente, das tecnologias mais modernas existentes em celulares, câmeras digitais, *Ipods*, etc. Ele persiste em ser um veículo de longo alcance, em todas as camadas sociais, no dia-a-dia. Não importa se é a caminho do trabalho, da escola, da “balada”, ou até mesmo na Internet, ele ainda é o companheiro de muita gente em todo o país e no mundo.

Não obstante, a nova tendência dessa mídia é a formação de redes nacionais de rádio. Em outras palavras, “a formação de redes nacionais, com dezenas – ou até centenas – de emissoras regionais transmitindo uma programação unificada para os mais diversos pontos do país, é uma realidade cada vez mais presente”. (ORTRIWANO, 1985, p.31). É fato que essa formação tem suas vantagens e desvantagens. Sendo assim, indiferentemente de quais sejam elas, as redes vêm contribuindo para o fortalecimento

¹Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluno do curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Estácio de Sá – BH, e-mail:

marcosbortonisilv@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade Propaganda da Faculdade Estácio de Sá de BH, e-mail: waldiane@bh.estacio.br

do meio, pois oferecem novas formas de comercialização e programação em todo território nacional. Muitos anunciantes têm preferido veicular suas campanhas publicitárias nacionais nessas cadeias de emissoras e pagar um valor unitário que pesquisar e comprar espaço em várias rádios locais. Observa-se que, cada vez mais, novas emissoras tornam-se afiliadas de redes dos diversos segmentos existentes, a saber: jovem, adulto, popular, noticioso e evangélico. Contudo, redes nacionais de rádio é um assunto pouco explorado, teoricamente e, pesquisá-lo é importante para os profissionais que atuam ou que queiram atuar nessa mídia.

Os objetivos desse trabalho são saber como é gerada a programação para as redes e emissoras agregadas às mesmas. Se essas rádios quando se tornam franquias são obrigadas a operar em rede todo instante ou se lhes é permitido uma grade local para que possam respeitar o regionalismo, isto é, as características da cidade na qual estão instaladas. E, quanto aos profissionais desse meio comunicativo, os locutores, por exemplo, como fica o mercado de trabalho para eles? Será que ganham ou perdem com o surgimento dessas redes?

Quanto à metodologia, essa pesquisa, do ponto de vista de sua natureza, é aplicada, isto é, objetiva gerar conhecimentos a respeito da formação e funcionamento das redes e suas afiliadas, apontando seus prós e contras para locutores e emissoras. É também uma pesquisa bibliográfica porque foi elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de *sites* na Internet, pois não há livros específicos sobre o assunto. Contudo, há algumas obras nas quais o tema em discussão neste trabalho, é retratado. Todas as bibliografias adotadas foram com ênfase na mídia rádio e em redes nacionais. Foram realizadas entrevistas, no decorrer deste trabalho, através de questionários enviados por *e-mail* ao diretor geral da Rádio 98 FM, assim como o das afiliadas Jovem Pan BH, Mix e Transamérica Pop e, ainda, aos locutores de todas as emissoras jovens de Belo Horizonte, supra citadas. Entrevistou-se 50% dos locutores em todas as rádios, local e afiliadas. Fizeram-se perguntas a fim de elucidar como ocorreu a filiação à Rede, bem como as vantagens e desvantagens que essas afiliadas têm no dia-a-dia. Já para a emissora local, as perguntas foram focadas na forma como ela enfrenta a concorrência dessas redes.

Este artigo apresenta um estudo sobre as vantagens e desvantagens tanto para os locutores, quanto para as geradoras e suas afiliadas. Para melhor abordagem, foram pesquisadas as principais redes nacionais do segmento jovem: Rede Jovem Pan, Rede Transamérica Pop e Rede Mix, todas presentes em Belo Horizonte. Entretanto, para

efeito de comparação sobre as vantagens e desvantagens das mesmas em relação às emissoras locais, foi também pesquisada a rádio 98 FM, que é própria da capital mineira.

2 - O Rádio Via-Satélite

Com a autorização do Ministério das Comunicações para a utilização do satélite pelas rádios, assim como pelas televisões, as Redes Cidade do Rio de Janeiro e Transamérica de São Paulo passaram a gerar suas programações em rede nacional, em 1990.

Há uma divergência entre autores quanto ao surgimento da primeira rede nacional de rádio. Segundo Ortriwano (1985), a primeira rede brasileira de FM foi a Transamérica. Já Bianco (1999) afirma, em 1990, poucos anos depois da Rádio Bandeirantes colocar, pioneiramente, seu sinal no satélite, formando uma rede, grande parte das principais emissoras de São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre investem nessa mesma direção [...]. Nesse sentido, César (2005) afirma também que, em 1990, essa expansão do uso do satélite possibilita à pioneira Rádio Bandeirantes de São Paulo enviar pela primeira vez seu sinal via satélite a um conjunto de emissoras afiliadas. E, segundo o *site* Rádio Cidade, a Cidade formou sua rede na década de 80 [...], entretanto as emissoras afiliadas da Rede Cidade usavam a marca da rádio e eram obrigadas a seguir o seu padrão, tocando as mesmas músicas que ela tocava.

Embora os autores César e Ortriwano concordarem entre si, segundo informações do *site* Transamérica⁴,

a rádio surgiu em 73, com o objetivo de ser uma rádio adulta, com foco nos ouvintes das classes AB com mais de 25 anos. Iniciou suas transmissões em Recife e com a aquisição da segunda emissora, em Brasília, a rede foi iniciada. No ano seguinte, já faziam parte do grupo mais duas rádios, Curitiba e São Paulo. Em 78, foi adicionada a rádio do Rio de Janeiro e em 80, a de Salvador.

Por conseguinte, César, Ortriwano e o *site* da Transamérica atestam que a Rede Transamérica foi a emissora pioneira a formar uma rede nacional no país. A diferença entre a Rede Cidade e a Rede Transamérica é que a primeira foi a precursora em franquear sua marca para outras emissoras e a segunda, iniciou sua rede com emissoras próprias. Contudo, com o advento da transmissão de sinal via satélite, ambas as redes passaram a franquear suas bandeiras a outras emissoras no país. Não obstante, a Rede

⁴ http://www.transanet.fm/pt-BR/_contents/aradio/2006/12/18/193524_2_3_20d33013.php

Cidade só durou até 1994, ano em que a matriz anunciou o encerramento de suas atividades como rede nacional.

Outras grandes rádios foram formando redes nacionais ao longo da década de 90. Porém, como este trabalho tem como foco as redes de rádio direcionadas ao público jovem, serão analisadas apenas as Redes Transamérica Pop, Rede Jovem Pan FM e a Rede Mix FM.

A Jovem Pan FM atua na praça de São Paulo desde 1976, mas somente em 1994 passou a disponibilizar sua marca e programação para outras emissoras em todo o país. Já a Mix Fm surgiu em São Paulo em 1997. Sua rede teve início em 2005, disputando o mesmo espaço que as concorrentes Jovem Pan e Transamérica Pop.

Portanto, no segmento jovem, em Belo Horizonte, há quatro emissoras, sendo três delas afiliadas de redes nacionais e apenas uma que é emissora local. Essas rádios jovens são: Jovem Pan, Mix, Transamérica Pop e Rádio 98 FM, respectivamente. Segundo matéria referente ao mês de agosto de 2008, publicada no *site* Tudo Rádio⁵,

Entre as jovens a liderança segue tranqüila com a Jovem Pan 2 FM 99.1. A rádio segue com uma relativa distância em relação à segunda colocada no segmento, a 98 FM 98.3. Já a Mix FM 91.7 novamente diminuiu a diferença em relação a 98, melhorando o seu índice enquanto a concorrente obteve um pequeno recuo. [...] A Transamérica Pop FM 88.7 segue na última posição geral apesar de obter uma ligeira melhora em seu índice.

Para melhor compreensão, todas essas emissoras serão abordadas de forma mais ampla a seguir.

3 – As rádios jovens de Belo Horizonte

Vários são os *sites* que atestam o segmento ao qual pertencem as afiliadas supra citadas. Segundo o *site* *Wikipedia*⁶, a “Rede Mix de Rádio é uma emissora destinada ao público jovem com várias afiliadas espalhadas pelo Brasil”. O mesmo *site* também atesta que, “a Jovem Pan 2 FM é uma rede de rádios Brasileira em FM voltada ao público jovem⁷”. Nesse sentido, o *site* *Marista*⁸ afirma que a 98 FM é uma “rádio FM com programação de sucessos nacionais e internacionais, voltada para o público jovem”. Conforme matéria transcrita no *site* *Novo Milênio*⁹, “apostando no público jovem [...] (de 15 a 29 anos) de classes A, B e C [...] a rede Mix ambiciona ser a melhor

⁵ <http://www.tudoradio.com/noticias.php?noticia=1459>

⁶ http://pt.wikipedia.org/wiki/Mix_FM

⁷ http://pt.wikipedia.org/wiki/Jovem_Pan_2_FM

⁸ http://www.marista.edu.br/Institucional/inst_cult.aspx?id=3

⁹ <http://www.novomilenio.inf.br/santos/h0067v.htm>

e maior em comunicação no Brasil”. E, no *site* *Brasil Radio News*¹⁰ é mencionado que “a Transamérica [...] Pop é dirigida ao público jovem das classes A, B e C, de 20 a 34 anos e está presente nas principais cidades brasileiras”. Entretanto, quanto à faixa etária para a qual essa emissora é voltada, há uma divergência, como pode ser observada na informação do *site* *Brasil Radio News*, mencionada anteriormente, bem como no *site* *Wikipedia*¹¹, que afirma, “Transamérica Pop atinge o público de 15 a 29 anos, em sua maioria feminino”.

Pode-se considerar conforme as referências supra citadas sobre as redes Jovem Pan, Mix e Transamérica e a emissora local 98 FM, que uma rádio é qualificada como pertencente ao público jovem, quando ela é voltada ao público das classes A, B e, em alguns casos, C e cuja faixa etária desse mesmo público esteja compreendida entre 14 e 29 anos. Nesse sentido, as emissoras afiliadas Jovem Pan, Transamérica e Mix e, ainda a Rádio local 98 FM, todas da Praça de Belo Horizonte, são consideradas, portanto, pertencentes a este segmento.

4 – A transmissão das redes para suas afiliadas

Em conformidade ao que já foi descrito no presente artigo, a formação desses agrupamentos de emissoras é uma realidade. Com o advento do satélite várias foram as rádios que passaram a expandir suas áreas de atuação.

Uma parcela dos empresários de rádio está expandindo sua área de atuação com o uso de satélite para transmissão em rede. Em 1990, [...] grande parte das principais emissoras [...] investem nessa mesma direção, ampliando o número de emissoras afiliadas, criando formatos mais abrangentes de programação e, especialmente, apostando em tecnologia de transmissão (BIANCO & MOREIRA, 1999, p.196).

Todas as cadeias de rádio utilizam-se do satélite para transmitir seus sinais para suas afiliadas. As redes nacionais de rádio, normalmente sediadas em São Paulo, geram a programação para suas emissoras agregadas de um estúdio e, que depois será levada ao ar pelo satélite. Essa programação chegará às afiliadas por meio de sinais recebidos por suas antenas parabólicas e colocados no ar. Contudo, quando as emissoras geradoras vão para os *breaks*, as estações afiliadas fazem um corte para veicularem seus comerciais locais. Nesse sentido, o *site* *A Minha Rádio*¹² atesta,

¹⁰ http://www.brasilradionews.com.br/2008_06_01_archive.html

¹¹ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Transam%C3%A9rica>

¹² http://www.aminharadio.com/radio/radio_satelite

o sistema de transmissões de rádio via satélite consiste basicamente em emitir um sinal comum, gerado pelo sistema convencional de rádio em estúdio para um canal digital que existe nos satélites de comunicação e por sua vez, fazer com que este sinal seja retransmitido ao mesmo tempo para outra região do planeta . [...] O sistema básico para emissões via satélite consiste numa antena parabólica de tamanho entre 2,5 e 12,5 metros de diâmetro, um sistema que vai automaticamente enviar e receber os sinais do satélite e vice-versa e também um sistema de controle remoto do sinal trabalhado ainda no satélite.

É importante ressaltar que os sinais pelos quais as redes transmitem suas programações via satélite são codificados, ou seja, somente suas afiliadas poderão recebê-los e retransmiti-los.

Os satélites de telecomunicações possuem sistemas muito avançados de recepção e transmissão de sinais. Normalmente estes satélites estão munidos de conjuntos de recepção e transmissão que utilizam cada qual, uma frequência de operação padrão para não baralhar os sinais que serão enviados e recebidos. Estas frequências de operação são chamadas de "canais"¹³.

Dessa forma, “a formação de redes de rádio via satélite permite que emissoras do interior do Brasil tenham acesso a uma programação mais moderna, vinda diretamente dos grandes centros urbanos” (CÉSAR, 2005, p.208).

Por meio de questionários enviados aos gestores e locutores das emissoras destinadas ao público jovem de Belo Horizonte, este trabalho busca definir algumas vantagens e desvantagens deste modelo de transmissão nacional.

É importante esclarecer que, por se tratar de uma pesquisa de caráter qualitativo e empírico, a mesma se deu por meio de questionários enviados por *e-mail* aos diretores gerais e locutores das emissoras 98 FM, Jovem Pan BH, Mix e Transamérica. Com relação aos locutores, a abordagem percentual estabelecida foi de 50% do universo a ser pesquisado, tendo visto que seria inviável analisar 100% dos locutores das referidas rádios, pois seria incorreto um dos autores deste trabalho se auto-entrevistar, uma vez que também é locutor da Jovem Pan BH. Portanto, considerou-se entrevistar o percentual acima. É importante esclarecer que foram feitos quatro tipos de questionários: 1) para os diretores das emissoras franqueadas; 2) para o diretor da emissora local, 98 FM; 3) um para os locutores das emissoras franqueadas; 4) um para os locutores da emissora local, 98 FM.

Todas as perguntas de todos os questionários foram abertas com o objetivo de analisar qualitativamente as respostas dos pesquisados.

¹³ http://www.aminharadio.com/radio/radio_satelite

Vale ressaltar ainda, que as entrevistas realizadas neste trabalho foram de suma importância, em conformidade aos objetivos desse estudo, do ponto de vista metodológico, pois contribuíram de forma bastante significativa para elucidação do mesmo. Através das pesquisas feitas junto a profissionais dessa mídia, apontando suas considerações acerca do assunto em discussão, foi possível fazer uma análise exploratória, descritiva e explicativa, fazendo levantamentos das respostas obtidas pelos entrevistados a fim de elucidar o assunto, tornando-o explícito ou fazendo hipóteses.

A seguir, são apresentadas as rádios, objetos da análise deste trabalho, em ordem alfabética.

A rádio Local, 98 FM nasceu em 1972 e, desde então, vem crescendo em meio a tantas mudanças políticas, culturais e até mesmo, institucionais. Com uma programação própria, voltada para o público jovem da capital mineira, a 98 FM defende sua missão como sendo a de “ser a melhor rádio para se ouvir, trabalhar e se relacionar e por isso confiamos em nosso trabalho sério e organizado¹⁴”. A frequência da emissora é 98,3.

A Jovem Pan 2 foi inaugurada em 1º de julho de 1976, sob a direção de Antônio Augusto Amaral de Carvalho Filho, o Tutinha. Atualmente, é constituída de 51 afiliadas no Brasil e 5 afiliadas no exterior, segundo o *site* Jovem Pan¹⁵. A geradora preocupa-se, constantemente, com sua grade de programação musical a fim dela ser homogênea para toda rede. A rede atua em Belo Horizonte na frequência 99,1.

A Mix FM surgiu com o nome de SP 1 FM, em 1996¹⁶. De acordo com o *site* Rádio Base Urgente, na época, sua programação era voltada para o rock clássico. Contudo, nos últimos quatro anos, entrou na briga pela audiência com suas concorrentes, Jovem Pan e Transamérica Pop. A Mix possui um estúdio próprio com o objetivo de gerar a programação para suas afiliadas, que são 17 no total. Na capital mineira, é possível sintonizá-la através do FM 91,7.

A Rede Transamérica possui sete emissoras próprias: Recife, Brasília, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Belo Horizonte. Somadas as estações próprias às afiliadas, a Rede possui 14 emissoras. Em Belo Horizonte, sua frequência atual é 88,7.

Vale ressaltar que, todas as emissoras são comerciais e, por essa razão, as redes também têm trabalho para superar rádios jovens locais que já possuem uma boa estabilidade.

¹⁴ <http://www.98fm.com.br/sobre>

¹⁵ <http://www.jovempanfm.com.br/jovempan>

¹⁶ http://radiobaseurgente.blogspot.com/2005_12_01_archive.html

5 – Análise dos principais dados levantados nos questionários respondidos pelos diretores

Das quatro emissoras jovens estudadas, a 98 FM é a mais antiga de Belo Horizonte. A emissora surgiu em 1970, se chamava Del Rey e foi a primeira rádio FM estéreo da América Latina. Já a Jovem Pan veio para Belo Horizonte em 1995, cinco anos antes de a Transamérica adquirir uma emissora na praça. A Mix é a afiliada mais recente na capital mineira. Surgiu no final de 2005. Das três afiliadas, apenas a Transamérica é uma emissora própria da Rede, ou seja, não é uma franquia.

Quanto ao funcionamento, os dados levantados nos questionários apontam, que a 98 FM tem toda sua produção artística feita pela própria equipe da emissora em Belo Horizonte. A Jovem Pan, por sua vez, retransmite boa parte da programação da matriz paulistana, embora possua 12 horas destinadas ao conteúdo local. A Mix também possui uma grade flexível, isto é, parte do dia ela retransmite a programação gerada em São Paulo, mas entre os horários de 8 às 15 horas e de 20 às 24 horas, a programação é local. E, a Transamérica, apesar de não ter mencionado sobre sua grade local na pesquisa, é possível averiguar, por meio de uma “escuta” da emissora que ela possui também programação local, durante a semana, de segunda à sexta-feira, no horário de 10 às 12 horas e de 14 às 19 horas. Nos demais horários, a programação é a da rede. Pode-se dizer que as emissoras afiliadas têm um custo operacional mais reduzido do que a rádio local, tendo em vista que todas retransmitem parte da grade de programação de suas geradoras, enquanto que a 98 FM tem toda produção artística, vinhetas, comerciais e a própria programação feitas internamente.

Outro dado interessante é o número de locutores e a média de funcionários. Na 98 FM há oito locutores e uma média de 30 funcionários. A Jovem Pan possui quatro locutores e cerca de 20 funcionários. A Mix, também possui o mesmo número de locutores e a mesma média de funcionários que a Jovem Pan. Já a Transamérica é a que possui menos locutores, apenas dois. Entretanto, ela possui uma média de 24 funcionários, número maior que as outras duas afiliadas. Pelo quadro de locutores e de pessoas que trabalham nas rádios, é perceptível que o custo da mão-de-obra é maior para uma emissora local que para uma afiliada. Por ser local, a rádio é obrigada a contratar mais locutores para funcionar 24 horas e também, é necessário mais funcionários para executar todas as funções e trabalhos. Isso já não é problema para as

afiliadas que por estarem em rede, podem reduzir a contratação de profissionais, locutores, operadores, etc.

Em relação ao departamento de programação, pode-se dizer que todas as rádios possuem uma pessoa ou uma equipe responsável. Na Rádio 98, por exemplo, há uma equipe própria comprometida com a produção das chamadas artísticas, parte das vinhetas, programação musical da emissora, as chamadas promocionais, as relações com as gravadoras e empresários de bandas, a "captura" de novos potenciais artísticos e o gerenciamento da equipe de locutores, redatores e assistentes de produção. Na Jovem Pan, o departamento de programação possui um coordenador a fim de cuidar para que a grade local tenha o mesmo padrão da rede, respeitando o regionalismo e fazendo as adaptações necessárias à grade enviada pela matriz. A Mix, como a Jovem Pan, recebe a programação da rede e também faz adaptações, respeitando sempre o padrão da matriz e, ao mesmo tempo, procurando atender ao regionalismo. Já a Transamérica, não mencionou a respeito do funcionamento de seu departamento de programação, mas conforme já foi descrito, através de uma cuidadosa "escuta" foi possível atestar que a emissora também respeita o regionalismo, operando localmente, uma vez que a mesma possui dois locutores fazendo horários regionais. E, como toda afiliada, ela também respeita o padrão da matriz.

A Rádio Transamérica afirma que devido ao alto padrão da Rede, as emissoras franqueadas fazem questão de segui-lo para permanecerem na Rede. Todas as afiliadas concordam que há uma unidade para os trabalhos regionais e que ele consiste em respeitar a padronização da Rede, adequando a programação local à grade gerada pela matriz sem que seja descaracterizado o perfil da geradora. A Mix afirma que é também permitido às afiliadas promoverem shows e festivais de rock locais desde que seja respeitado o perfil da Rede.

Com relação a estar em rede, Jovem Pan e Mix concordam que as vantagens são muito maiores que as desvantagens. A Jovem Pan afirma que não teria como produzir localmente atrações, tais como o programa Pânico, que é retransmitido para toda a Rede. A falta de pessoal e o alto custo, inviabilizaria a produção de algum programa do mesmo nível. Além disso, outra vantagem citada pela emissora é que com a Rede, tem-se locutores renomados como Tina Roma, Emílio Surita, Banana e Marcelo Café. Os mesmos jamais poderiam ser contratados pela afiliada devido ao padrão salarial que estão acostumados. A rádio Mix menciona que com a Rede, as diferenças musicais são bastante reduzidas. O público jovem de Belo Horizonte pode ter acesso ao

mesmo conteúdo que os jovens do Rio têm, simultaneamente e vice-versa, por exemplo. Outra grande vantagem citada pela emissora é a condição que as Redes têm de investir em grandes promoções, shows, trazendo artistas internacionais, coisas que são menos possíveis de serem realizadas durante todo o ano por emissoras locais. Além dessas vantagens, a Mix acrescenta que com a Rede, suas chances de erro são bem menores do que as de uma emissora local. Já a Transamérica diz que estar na Rede como franqueada é muito vantajoso pela plástica e programação que são de altíssimo nível e chegam prontos para serem retransmitidos, sem que precisem de uma intervenção humana. E, para uma emissora filial, como é o caso da rádio aqui de Belo Horizonte, não há diferença quanto à uma emissora franqueada, a não ser por alguns trâmites internos que devem ser ligados diretamente a São Paulo, onde fica a matriz.

Por fim, as afiliadas Jovem Pan e Mix concordam entre si que até o que seriam desvantagens pode ser resolvido com certa facilidade devido ao bom intercâmbio existente entre as Redes e suas afiliadas.

Por outro lado, a Rádio local, 98 FM, também faz suas ponderações quanto ao fato de ser uma emissora local. Ela considera vantajoso poder pensar e agir focando no público de sua região, Belo Horizonte. E, acrescenta que nem sempre o gosto musical é o mesmo em um país tão grande e diverso como o Brasil. Outra vantagem citada por ela é a maior interação com o público, realizando promoções apenas locais, sem que o ouvinte tenha que concorrer com o Brasil todo e, ainda, programação musical feita pela própria equipe artística da rádio.

Como desvantagem, a 98 FM cita o maior custo fixo, uma vez que tudo é feito por aqui, pela própria produção da emissora. Uma outra desvantagem é o menor poder de negociação com empresas nacionais ou globais.

Contudo, a Rádio 98 FM vê a concorrência com as emissoras afiliadas das Redes Jovem Pan, Mix e Transamérica, presentes na capital mineira, como um impulso para que a Rádio se torne mais forte, mais focada e atenta, pois ela “briga” pela liderança no *ranking* de melhor rádio jovem de Belo Horizonte, da mesma forma que suas concorrentes.

6 – Análise dos principais dados levantados nos questionários respondidos pelos locutores

Dos nove locutores que responderam o questionário, apenas dois deles têm menos de oito anos de experiência na profissão e, os demais, possuem mais de dez anos

de atuação na área. O locutor com menos tempo de serviço nesse ramo possui cinco anos e o que tem mais tempo, possui dezenove anos de atuação. A maioria começou a trabalhar em rádios do interior do Estado de Minas Gerais. Apenas dois, desses nove locutores, começaram a carreira em outros Estados.

Dos nove radialistas, seis são favoráveis à formação de redes, pois consideram que essa tendência contribui para o aumento da qualidade do meio, obriga o profissional a estar sempre atualizado com as novas tecnologias do mercado, os prêmios são de maior importância, reduz custos operacionais, embora isso signifique menos contratação de locutores. Dois radialistas não consideram a formação de redes nacionais de rádio uma tendência e são contra porque se deixa de falar sobre coisas locais para retransmitir uma programação unificada que, muitas vezes não condiz com o perfil ou com as características da cidade. Apenas um locutor foi radicalmente contra a formação dessas cadeias de emissoras, pois elas acabam contratando menos mão-de-obra. Entretanto, três, dos quatro locutores da rádio local, 98 FM, acham que a formação de redes nacionais de rádio acaba desvalorizando a cultura regionalista. Contudo, a resposta dos gestores das emissoras afiliadas em Belo Horizonte, é que existe certa liberdade para adaptarem a grade local com a grade recebida pela geradora, via satélite.

Quanto às vantagens da formação dessas redes, dos cinco profissionais que trabalham em emissoras afiliadas, três deles consideram como vantagens, o salário dos locutores, a possibilidade de aquisição de maior conhecimento em tecnologias, bem como da unidade de trabalho e valorização do meio rádio. Além disso, outra vantagem oferecida por essa formação é a obrigatoriedade que isso implica ao profissional no sentido que este tem de estar se reciclando e investindo cada vez mais no seu crescimento pessoal e profissional.

Quanto às desvantagens, três dos cinco locutores de afiliadas consideram que essa formação reduz a oportunidade de empregos para eles e, conseqüentemente, torna mais competitivo esse mercado de trabalho. Outra desvantagem apontada é a diminuição das chances de promoção pessoal para os radialistas.

Em relação ao futuro do meio pós-surgimento das redes, as opiniões dos locutores das emissoras afiliadas são: regionalização da programação cada vez maior, mais profissionalismo nos setores artístico e jornalístico, um custo-benefício menor para rádios de pequenos centros, globalização e maior teor de cultura para todos os municípios atingidos pela rede. Alguns consideram que essa é uma tendência que vem se firmando cada vez mais, embora não gere muitos empregos para locutores e,

conseqüentemente torne o mercado cada vez mais restrito e competitivo. Por conseguinte, há quem justifique que os profissionais desse meio devem criar formas alternativas de sobrevivência, como montagem de estúdios próprios, buscando outras funções no universo da comunicação.

Por outro lado, dos radialistas da 98 FM, três consideram como vantajoso trabalhar numa rádio local porque há uma proximidade cultural maior dos ouvintes da cidade com a grade de programação, bem como a possibilidade de desenvolver um trabalho próprio e, ainda, propicia ao locutor um tempo maior de comunicação para ele que fala diretamente com seu público. Apenas um profissional dessa emissora relatou que não vê vantagem nenhuma.

Por fim, ainda segundo os locutores da emissora 98 FM, em relação ao futuro do meio pós-surgimento das redes, as opiniões também são diferentes. Um deles vê radialistas desempregados, outro acredita que as rádios serão mais personalizadas, isto é, estarão focadas ao que o público quer ouvir. Outro não acredita num futuro pós-surgimento dessas cadeias de emissoras, pois para ele, o *boom* das redes ficou para trás. E um deles, acredita que irão se destacar as redes mais organizadas, que tenham um planejamento em nível nacional que propicie a entrega de um produto mais qualificado para suas emissoras franqueadas.

É sabido que a formação de redes nacionais de rádio é uma tendência, como já foi visto anteriormente. “A formação de rede representa hoje o resgate do rádio como grande vendedor nacional” (BIANCO & MOREIRA. 1999, p. 197). O fato é que esse agrupamento de emissoras proporciona diversas vantagens tanto para os locutores, quanto para as rádios franqueadas. A verdade é que as redes vêm formando uma cadeia de franquias que cobre todo o território nacional. E, como exemplos, tem-se a Rede Jovem Pan com 51 afiliadas, a Rede Mix com 17 e, a Transamérica Pop com 14. Essas são as redes jovens presentes em Belo Horizonte, atualmente.

Após análise dos questionários enviados por *e-mail* aos diretores e locutores das emissoras pesquisadas, pode-se concluir que as vantagens da formação de redes nacionais para as afiliadas são muitas, por exemplo: melhoria na qualidade da programação; redução de custos operacionais; profissionais mais bem qualificados; promoções mais atraentes (shows internacionais, prêmios de custo elevado, etc.); as diferenças musicais são bastante reduzidas.

Quanto aos locutores, as vantagens da formação de redes nacionais de rádio são: salários melhores; possibilidade de aquisição de maior conhecimento em

tecnologias; padronização do trabalho; valorização do meio; obrigatoriedade de se reciclar, investindo no crescimento pessoal e profissional.

Contudo, essa formação de cadeias de emissoras, também tem suas desvantagens: menos contratação de mão-de-obra; desrespeito à cultura regional (deixar de falar coisas locais para retransmitir uma programação unificada que, muitas vezes não condiz com o perfil ou com as características da cidade).

A maior crítica que tem sido feita a essa tendência de formação de redes, divulgando os mesmos programas em diversas regiões do país, é a que diz respeito à questão da preservação das características culturais. [...] o rádio corre o risco de apresentar programas – inclusive os jornalísticos – desvinculados da realidade local, perdendo com isso a força da proximidade, da programação feita com base em hábitos e costumes específicos, com o linguajar da própria região. A programação homogeneizada passa a ganhar espaço, a criatividade local não tem como manifestar-se e o mercado de trabalho fica cada vez mais restrito (ORTRIWANO, 1985, p. 33).

Entretanto, os gestores e locutores das emissoras afiliadas, em Belo Horizonte, disseram, em resposta ao questionário enviado por *e-mail*, que a preservação das características culturais da cidade e seus habitantes é respeitada, pois as emissoras franqueadas possuem horários locais, isto é, uma flexibilização na grade de programação com locutores ao vivo, falando e focando o público da capital mineira. Além disso, todas afiliadas pesquisadas neste trabalho informaram que podem ser feitas algumas alterações na grade enviada pela geradora, desde que isso não comprometa o perfil da Rede.

Considerações Finais

A formação de Redes Nacionais é uma tendência no Brasil. As redes existentes no país, em especial as redes nacionais jovens, buscam novas emissoras que queiram se afiliar à elas, oferecendo vantagens como a força da marca da rede, qualidade de áudio, suporte técnico, etc..

As Redes trazem inúmeras vantagens. Ganham os locutores que podem adquirir conhecimentos em novas tecnologias; ganham as emissoras que se tornam franquias, pois além de reduzirem seus custos, recebem uma programação de alta qualidade com bom áudio e, têm representação nacional. Outra fatia do mercado que também lucra com esses agrupamentos de emissoras são os anunciantes, que não precisam comprar horário em tantas rádios por todo o país para atingirem seu público.

Agora, eles podem atingi-lo, de forma homogênea, em todo o território nacional com apenas uma emissora.

Dessa forma, as redes vêm se expandindo por todo território nacional, o que pode ser comprovado pelo número de redes existentes no país, bem como suas afiliadas. Com a presente pesquisa, é possível constatar que essas cadeias proporcionaram a esse veículo, o seu fortalecimento como uma mídia de comunicação.

Referências Bibliográficas

CÉSAR, Cyro. **Rádio: a mídia da emoção**. São Paulo: Summus, 2005. 230p.

DEL BIANCO, Nelia (Org.); MOREIRA, Sonia Virginia (Org.). **Rádio no Brasil: tendências e perspectivas**. Rio de Janeiro: UERJ, 1999. 231P.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985. 117p. il.

Referências eletrônicas:

98 FM. Disponível em: <<http://www.98fm.com.br/sobre>>. Acesso em 14 out. 2008.

A Minha Rádio. Disponível em: <http://www.aminharadio.com/radio/radio_satelite>. Acesso em 14 out. 2008.

Brasil *Radio News*. Disponível em:
<http://www.brasilradionews.com.br/2008_06_01_archive.html>. Acesso em 14 out. 2008.

Jovem Pan. Disponível em: <<http://www.jovempanfm.com.br/jovempan>>. Acesso em 21 nov. 2008.

Marista. Disponível em: <http://www.marista.edu.br/Institucional/inst_cult.aspx?id=3>. Acesso em 08 out. 2008.

Rádio Base Urgente. Disponível em: <<http://radiobaseurgente.blogspot.com/2003/10/e-cai-mais-uma-rdio-cidade.html>>. Acesso em 14 out. 2008.

Rádio Transamérica Internacional. Disponível em: <http://www.transanet.fm/pt-BR/_contents/aradio/2006/12/18/193524_2_3_20d33013.php>. Acesso em 21 set. 2008.

Site completo da rádio cidade. 2005. Disponível em:
<<http://www.radiocidadefazendoescolafm.com.br>>. Acesso em 25 nov. de 2008.

Tudo Rádio. Disponível em: <<http://www.tudoradio.com/noticias.php?noticia=1459>>. Acesso em 19 set. 2008.

Tudo Rádio. Disponível em: <<http://www.tudoradio.com/noticias.php?noticia=1193>>. Acesso em 07 dez. 2008.

Wikipedia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Jovem_Pan_2_FM>. Acesso em 14 out. 2008.

Wikipedia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Mix_FM>. Acesso em 14 out. 2008.

Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Transam%C3%A9rica>>. Acesso em 14 out. 2008.