

## **RADIOJORNALISMO DE SERVIÇO EM NATAL/RN** **Crônica de uma Morte (ainda não) Anunciada?**

Ciro José Peixoto Pedroza<sup>1</sup>

### **Resumo**

O que existe hoje de jornalismo de serviço no rádio que se produz em Natal, capital do Rio Grande do Norte? Só lembranças de um tempo em que a informação ocupava lugar de destaque na programação das emissoras, principalmente das AMs? Hoje, faltam investimentos, condições técnicas e profissionais qualificados e bem pagos para realizar esse trabalho nas emissoras. Nas FMs, a realidade é ainda pior. Cada dia mais, o espaço reservado à notícia vem sendo substituído por música e spots comerciais. Será o fim de um modelo que em outros centros responde por boa parcela da audiência e do faturamento das emissoras ou será falta de coragem dos executivos do rádio para investir nesse segmento, prestando um serviço relevante à sociedade e devolvendo ao meio rádio o respeito e a audiência que ele merece? São essas questões que esse trabalho pretende discutir.

**Palavras-chave:** Radiojornalismo; Prestação de Serviços; Natal/RN.

Nas pequenas e médias cidades do Brasil é muito comum se ouvir nas emissoras de rádio, cópias mal feitas da linguagem, das fórmulas, dos tipos e dos modelos de programas criados e produzidos, com sucesso, nos grandes centros. Entre os muitos exemplos, um em especial - o radiojornalismo de serviços - bastante prestigiado em cidades como São Paulo, pela enorme quantidade de informações úteis e importantes para o dia-a-dia de milhões de ouvintes, tem se mostrado completamente desvirtuado – e até desnecessário – nas pequenas e médias cidades brasileiras.

---

<sup>1</sup> Jornalista e Mestrando em Comunicação – jornalismo pela ECA-USP.

O radiojornalismo de serviços praticado em Natal, capital do Rio Grande do Norte, objeto desse estudo, acaba confirmando essa afirmativa. Sem investimentos, sem patrocinadores, sem profissionais e sem ousadia dos executivos das emissoras, muito menos sem um volume considerável de informações sobre a cidade e seus problemas, o radiojornalismo de serviços que se pratica em Natal, não passa de uma lamentável caricatura do gênero que consagrou as grandes emissoras, principalmente em São Paulo.

Se as informações sobre tempo e os problemas de trânsito - ou sobre rotas alternativas para deslocamento de milhões de motoristas - são imprescindíveis para quem mora numa cidade do tamanho de São Paulo, para uma cidade do porte de Natal – ou da grande maioria das cidades brasileiras – esse tipo de informação, até por falta de um trânsito tão intenso se torna complementemente desnecessária.

O que se ouve, entretanto, são repórteres "informando" seus ouvintes em Natal e outras cidades do mesmo porte, sobre as condições do trânsito, numa cópia mal feita do que fazem as emissoras de São Paulo que acaba por se constituir numa vergonhosa caricatura do autêntico radiojornalismo de serviço. Numa cidade pequena, onde só existem alguns poucos pontos de congestionamento se concentram na hora da saída das escolas de classe média, informar sobre condições de tráfego na cidade é no mínimo, ridícula.

Há inúmeras outras informações relevantes e necessárias ao dia-a-dia das pessoas que simplesmente passam despercebidas. Um outro fato curioso que ocorreu em Natal – e certamente em outras cidades brasileiras de pequeno ou médio porte – foram as mudanças provocadas no rádio local com o surgimento das emissoras de Frequência Modulada, a partir da década de 80.

Se antes disso, as emissoras de Amplitude Média sustentavam sua audiência com programação baseada na música, as FMs chegaram roubando-lhes essa marca e as AMs tiveram que procurar outro caminho. A estrada da informação e da prestação de serviços tornou-se inevitável, já que graças ao som estereofônico das FMs, tornou-se inviável escutar música nas rádios AM.

Observou-se, entretanto, a existência de um imenso obstáculo a ser superado pelas emissoras que optaram por esse caminho: os altos custos de se produzir notícias e informações suficientes para sustentar uma programação. Por isso mesmo, o novo modelo adotado pelas emissoras de AM, baseado no radiojornalismo, começou a demonstrar sua fragilidade.

Esse fato, agravado pela crônica falta de anunciantes para o meio rádio, acabou determinando o surgimento de um radiojornalismo capenga, sustentado pelo *gilete-press* e completamente inútil à vida das pessoas, porque praticamente não existe produção, nem investimento na descoberta, pesquisa e formatação das poucas informações que circulam em cidades pequenas e médias, como Natal.

### **E o Rádio vira porta-voz.**

Na década de 70, Natal assiste ao surgimento de um novo modelo de organização comunitária. Motivado pela derrota nas eleições de 1974, o Governo Militar muda sua conduta e cria, em 1975, o Plano Nacional de Centros Sociais Urbanos, fundando entidades comunitárias em todo país, "fortemente influenciadas pelo aparelho do Estado e notadamente pelo Governo Federal". (Mineiro, 1998: 73) Natal é pioneira na implantação desse Programa, em 1976.

Ao contrário das entidades comunitárias formadas espontaneamente pela população, antes do golpe militar, esses Centros Sociais Urbanos e Clubes de Mães foram espalhados pelos conjuntos habitacionais construídos através de financiamento do SFH, na periferia da cidade e passaram a ser controlados pelos Governos municipal, estadual e federal, através de subvenções, programas assistenciais e interferência direta nas atividades comunitárias.

Só com a redemocratização do país que, aos poucos, grupos politicamente engajados e ligados aos movimentos de esquerda começam a assumir o controle dessas entidades e mudar sua orientação. Por outro lado, os problemas da cidade e as carências infra-estruturais da comunidade entram na ordem do dia da imprensa e ganham um sotaque reivindicatório.

Paralelo a isso, com a chegada da primeira emissora de FM – Rádio Natal Reis Magos – a partir de 1981, o rádio de Natal vivia um instante de mudança e adaptação por parte das cinco emissoras AM em funcionamento. Até então soberanas absolutas no dial, as rádios AM passaram a disputar entre si o espaço e a atenção dos ouvintes com fala, já que tocar música agora era função da FM. Nesse esforço para manter seu espaço, as emissoras mudaram seu perfil de programação e passaram a investir mais em jornalismo e na prestação de serviços.

Por muitos anos, a prestação de serviços no rádio de Natal teve um lugar importante na programação. Se não era a principal atração para ouvintes, pelo menos era tratada pelos profissionais com enorme respeito. Os anúncios de documentos, de objetos e de pessoas perdidas,

a lista de pacientes do interior que recebiam alta dos hospitais públicos, pedidos de remédios raros ou doação de sangue receberam, por muito tempo, uma atenção especial.

As notas de falecimento (pagas) eram anunciadas com enorme formalidade e pesar. Soava-se um gongo e o locutor, sério e contrito: *A família de Fulano de Tal, ainda consternada com seu súbito desaparecimento, avisa a parentes e amigos e a sociedade em geral o seu falecimento, ocorrido hoje às tantas horas. O corpo será velado na igreja tal e o sepultamento ocorrerá às tantas horas no cemitério tal. (silêncio) Noticiamos o falecimento de Fulano de Tal da Silva (som de gongo) Nome da emissora... Natal, Brasil.*

A partir da década de 80, a prestação de serviços individual foi cedendo espaço para a coletiva e o rádio passou a incluir em sua pauta de interesses, principalmente no jornalismo, os temas comunitários e a defesa do cidadão. Trocou-se o discurso carregado de solidariedade pelo discurso político. Microfones e profissionais passaram a fazer das ruas e das pessoas, local e objeto de trabalho. Carros velozes costurando no trânsito, repórteres esbaforidos em busca do "furo", edições extraordinárias, entrevistas e gente falando "de qualquer ponto da cidade" passaram, aos poucos, a ocupar o espaço antes reservado para a música e para o blá-blá-blá dos disc-jóqueis.

Os *disc-jockeys* se tornaram comunicadores e entraram de cabeça na onda da informação. Reivindicações da comunidade começam a extrapolar a agenda das lideranças comunitárias e se amplificam ao chegar aos microfones das emissoras de rádio. Dessa parceria entre líderes comunitários e imprensa, amplia-se o poder de pressão das comunidades sobre o poder público.

Pessoas da comunidade passaram a ter lugar garantido nos programas jornalísticos e de variedades, reclamando dos problemas do seu bairro, cobrando providências, exercendo-se seu poder de pressão sobre a autoridade. As emissoras, por seu turno, encontravam nessas vozes da comunidade, uma possibilidade de legitimar seu discurso e seu relacionamento com o público-ouvinte.

No capítulo prestação de serviços, a primeira grande mudança no rádio de Natal se deu a partir do começo dos anos 80, por influência de profissionais - professores universitários - recém-chegados de São Paulo, onde se pós-graduavam. Aos poucos, as emissoras começaram a introduzir a utilidade pública como prato obrigatório no cardápio de suas programações. O que antes só acontecia quando a emissora era provocada - anúncios de pessoas, objetos e documentos

perdidos, animais de estimação desaparecidos, pequenos eventos comunitários e notas de falecimento, estas pagas - passaram a dividir espaço com notícias sobre mudanças no trânsito, falta de energia, problemas de energia e telefone, situação das estradas e principais avenidas.

E o que, até então, era assunto restrito ao serviço de portaria da emissora, passou a ser tratado como informação jornalística, com texto especial, vinhetas próprias e inserções ao longo da programação, quase sempre na voz de um repórter. Os departamentos de jornalismo passaram a pautar seus profissionais para tratar desses assuntos com a mesma atenção que geralmente dispensavam ao noticiário tradicional.

Novos profissionais foram contratados e destacados para cobrir esse novo setor. A programação das emissoras começa a se abrir para esse tipo de informação e a utilidade pública conquista seu espaço no rádio de Natal. As enquetes e as entrevistas com populares começam a povoar a programação do rádio, como atesta o radialista Franklin Machado, há 35 fazendo rádio em Natal e hoje gerente de jornalismo da CBN-Natal: *"Naquele tempo, qualquer um falava"*.

Durante a década de 80 e início dos anos 90, com o festival de concessões distribuídas pelo Governo Sarney, deu-se uma mudança radical no cenário do rádio de Natal com a instalação de novas emissoras de FM. Paralelo a isso, Natal, que há anos assistia a programação educativa da TV-Universitária local e ao sinal retransmitido das emissoras comerciais de Recife, passa a assistir, de repente, a um verdadeiro bom de emissoras de TV se instalando.

Repetiu-se também em Natal um filme já conhecido de todos. Com a chegada das emissoras de FM e de TV, muitos profissionais deixam o rádio AM para se incorporar ao *"cast"* dos novos veículos, atraídos por melhores salários e melhores perspectivas profissionais. Outro elemento complicador agrava ainda mais o quadro: com a chegada dos novos meios, ocorre uma migração natural das verbas publicitárias para os novos meios, muito mais profissionalizados e estruturados em suas ações de marketing e comercialização de seus produtos.

O que é pior: enquanto os novos veículos avançavam sobre o mercado, as emissoras de rádio se retraíam cada vez mais. Assim, desfalcado de seus profissionais mais capacitados, o rádio AM passa a sofrer do próprio desinteresse de seus proprietários - donos, também, das emissoras de FMs e das TVs, que passam a investir nos novos meios. Os reflexos dessa situação são drásticos para o rádio AM em Natal. Sem profissionais e sem verbas para investir, aos poucos as emissoras de AM vão desestruturando seus departamentos de jornalismo e a prestação de serviços sai da pauta.

As vozes populares que ilustravam as reportagens e davam cores às discussões, sumiram. Em seu lugar, entraram as *vozes mais qualificadas das autoridades responsáveis pelo problema e por sua solução*. Se comparados aos tempos dourados do rádio-prestação de serviços, restam, hoje, no Rádio de Natal, esforços isolados e sem qualquer expressão.

Não que se deva exigir das emissoras uma cobertura de jornalismo e de serviços nos mesmos moldes da que existe numa cidade como São Paulo. Os próprios números que se dispõe sobre Natal, dão a exata idéia de seu porte e do tamanho dos problemas que a cidade tem. Não se pode exigir que hajam helicópteros informando situação do trânsito porque esse problema ainda não atingiu proporções tão graves como nos centros maiores.

O movimento dos vôos no aeroporto Augusto Severo em nada se assemelha ao de outras cidades maiores, daí a completa desnecessidade de se manter esse tipo de informação no ar. Outros temas, entretanto, merecem destaque e precisam ser tratados pelas emissoras de rádio de Natal, mas o que se tem no dial das AMs e das FMs da capital do Rio Grande do Norte é quase nada de informação útil para a vida da cidade e das pessoas que nela moram.

Na principal FM de Natal, a pioneira Natal Reis Magos - hoje denominada 96FM - o espaço destinado à notícia é pequeno e à prestação de serviços é ainda menor. Não se anunciam documentos perdidos, nem pessoas desaparecidas, exceto crianças. Apelos para doadores de sangue, só de pessoas ligadas aos comunicadores ou aos diretores da emissora. "O formato da programação não permite", justifica Eleonora Pereira, formada em jornalismo pela UFRN, há 13 anos na rádio. Hoje, a 96 FM veicula apenas 50 notícias por dia, em noticiários irradiados somente no intervalo entre 6 da manhã e uma da tarde.

O comercial também interfere na programação jornalística da emissora. "Quando a pasta comercial está muito grande, o informativo acaba não saindo, sem contar que em muitos horários, onde a rádio toca mais músicas ou faz os *paradões* - seqüência de várias músicas seguidas, sem intervalo - não há espaço para informativo", revela Eleonora.

Ela reconhece que o jornalismo de serviço ainda tem muito espaço para ocupar na 96FM. Um exemplo disso são as coberturas do **'Carnatal'**, evento realizado anualmente com apoio da emissora, na primeira semana de dezembro, onde a rádio faz da prestação de serviços um dos pontos altos de suas transmissões. São dicas de saúde, de segurança, orientação de trânsito durante os quatro dias do evento, mas depois da festa, tudo acaba.

A principal emissora de FM do Rio Grande do Norte também não tem nenhuma iniciativa própria no segmento da prestação de serviços. Nas campanhas de vacinação, por exemplo, a emissora dá seu apoio com notas lidas pelos locutores durante a programação. Um fato lamentável é que, nos quase 18 anos de funcionamento, a rádio nunca desenvolveu uma campanha de serviços própria, onde o jornalismo de serviço pudesse mostrar sua força.

Na Rede Tropical de Comunicação, pertencente ao senador José Agripino Maia (PFL), que reúne só na capital, uma emissora de TV afiliada à Rede Record, uma FM(103,9) e a CBN-Natal, antiga Rádio Trairy, que foi pioneira no gênero, nos anos 80, e hoje o que menos toca é notícias de serviço. Com deficiência de estrutura e de equipe, o noticiário local produzido pela emissora resume-se à leitura e aos comentários sobre reportagens publicadas nos jornais da cidade.

As pequenas notas de serviço, resumem-se a denúncias de problemas urbanos, defesa do consumidor e do cidadão. É a falta de água, de energia elétrica, os transtornos do trânsito, a falta de segurança, de escolas ou de atendimento médico na rede pública, entre outros problemas, que pautam as discussões dos âncoras da emissora. O tratamento, também, muda de acordo com os interesses políticos. Se é de situação, o buraco na rua merece um tratamento - "já está licitada a obra e será realizada". Se não, é crítica e ponto final.

Na FM Tropical (103,9), o noticiário está organizado no formato **break news**. São apenas 7 boletins, irradiados no horário das 7 às 13 horas, tem duração máxima de um minuto e é produzido com base na produção da TV-Tropical, da CBN, nos jornais locais, press-releases e no noticiário *sampleado* da internet. A prestação de serviços se resume a notas esporádicas sobre cursos, exposições, peças de teatro, concursos e agendamento de compromissos (impostos, pagamentos, etc).

A emissora não faz em seu noticiário a defesa do consumidor, mas por ser ligada a um grupo político - a exemplo da maioria de suas concorrentes - os problemas comunitários estão sempre em pauta. O enfoque, porém, muda de acordo com a situação política. Quando está na oposição, aumentam as críticas. Quando está na situação, aumentam os elogios ao Governo. Os tradicionais avisos de documentos, objetos e animais perdidos, doação de sangue e remédios raros se resumem ao horário da tarde, quando o artista plástico, ator e transformista Arruda Sales se traveste, literalmente, de Danusa e faz o show.

Autodenominada "a primeira *drag-queen* nas ondas do rádio potiguar", Danusa de Sales anuncia e pede de tudo: "documentos e *outras cositas* perdidas, animais de estimação, mulheres procurando arranjar homem, sangue, moletas, remédios, cesta básica, roupa, fraldas", no mais perfeito figurino assistencialista. As reclamações comunitárias e a defesa do cidadão também fazem parte da pauta das "brincas da Danusa", onde ela, com humor e picardia, critica autoridades e responsáveis pelos serviços públicos.

Nada, porém, superou o programa **Patrulha da Cidade**, irradiado durante décadas pela Rádio Cabugi, das onze às onze e quarenta da manhã no quesito prestação de serviços. Mix de prestação de serviços, defesa do cidadão e crônica policial, cujos fatos principais eram dramatizados por uma equipe de locutores, a 'Patrulha' tinha, num segmento denominado "Comunicação Popular", seu ponto alto.

Avisos de toda natureza para o interior do estado, como num serviço de alto-falante de parque: *'Bastinho avisa à sua mãe em Baixa do Meio que não venha sábado, porque Benedita está doente e ele vai sair. Quem ouvir esse anúncio, favor avisar à mesma. Agradece Bastinho'*. No final da década de 80, esse formato começou a dar seus primeiros sinais de esgotamento. A emissora, tentando limitar o tempo para veicular comerciais, passou a cobrar pelos anúncios populares.

Por outro lado, a melhoria nos serviços de infra-estrutura no interior do estado também acabou influenciando. Os serviços de telefonia, até então privilégio de poucos, começam a chegar em todas as pequenas comunidades do interior e as estradas melhoram, permitindo a criação de mais frequências nas linhas de transporte intermunicipais. Assim, tornou-se desnecessário um serviço como o que a Cabugi prestava e, em 1995, a Patrulha da Cidade saiu do ar e a população dispensou intermediários para se comunicar.

Ainda hoje, a Rádio Cabugi é única que ainda mantém no ar informações de utilidade pública - empregos, documentos perdidos, pedidos - em condições e quantidades mínimas. Ligada ao sistema Cabugi de Comunicação, que compreende o jornal Tribuna do Norte, TV-Cabugi (afiliada da Globo), a TV-Tribuna (UHF), portal de internet, emissoras de rádio AM no interior do estado e uma FM em operação na grande Natal, a Rádio Cabugi pertence à família do ex-ministro Aluizio Alves. Tradicionalmente uma rádio voltada para a prestação de serviços, a Rádio Cabugi sempre investiu no jornalismo de serviço e nas informações de utilidade pública.

Hoje, entretanto, só se ouve esse gênero no horário da manhã, onde o jornalista Duarte Junior apresenta o programa de variedades "Cabugi e o Povo no Rádio", das 8 às 11 da manhã. Devido à redução de investimentos da emissora, a prestação de serviços que antes tinha um produtor exclusivo, hoje se limita às notas produzidas pela assistente de produção (telefonista do estúdio).

Na Rádio Poti, a primeira emissora de rádio de Natal, pertencente aos Diários Associados e parceira do jornal Diário de Natal, contraditoriamente, há muito vinha retirando todo seu investimento em jornalismo. Recentemente, depois de experiências frustradas com aluguel de horários, passou a retransmitir a programação da Rede América, via satélite direto de São Paulo e desativou por completo seu departamento de jornalismo e hoje não tem mais produção local.

Nas demais emissoras - três são controladas por igrejas evangélicas, uma pela igreja católica e mais, três FMs musicais - o noticiário é uma reprodução fiel das notícias dos jornais locais e a prestação de serviços resume-se a favores pessoais prestados pelos bcutores e donos de emissoras anunciando documentos ou animais perdidos por seus amigos. Nada mais.

### **Porquês e...por que Não? - Razões, projeções e conclusões.**

O que levou o jornalismo de serviço nas emissoras de rádio de Natal a essa situação? Com 35 anos de experiência, o radialista Franklin Machado, gerente de jornalismo da CBN-Natal, arrisca uma pista: *"Com a chegada do rádio FM, as AMs perderam a finalidade de tocar música e buscaram o jornalismo. Nessa busca, o macro engoliu o noticiário de varejo. Nota de falecimento, por exemplo, só entra se for de autoridade"*. (Machado,1999)

Em outras palavras, a solidariedade cedeu lugar para a objetividade e o noticiário político, econômico e comunitário passou a abrir espaço para autoridades e órgãos públicos, em detrimento do ouvinte. Franklin enxerga ainda outro fator que acabou por aniquilar a produção de noticiário local de qualidade: "os custos operacionais estão redimensionados e produzir informação custa caro". (Machado, 1999) Machado é taxativo quanto ao futuro. "Rádio AM tem que ter notícia, não tem para onde ir. E tem que se voltar para a prestação de serviços, que custa caro, mas pode render muita audiência."

Talvez, por essa razão, não são poucas as vozes que engrossam o coro pessimista sobre o futuro do radiojornalismo de serviço nas emissoras de Natal. Eleonora Pereira, chefe do Departamento de Jornalismo da 96 FM, é uma delas. "Acho difícil porque o jornalismo está

submetido à ditadura da programação, pressionada pelo Departamento Comercial e suas metas de faturamento".

O jornalista Ênio Sinedino de Oliveira, diretor-executivo da 96 FM também é pessimista e aponta razões empresariais para sua posição. "As rádios FM (*leia-se os executivos*) aqui de Natal são muito medrosas em relação a investir no rádio serviço, no jornalismo com repórteres dando notícia, dicas, toques. Existe o problema da administração de custos". E é nesse ponto que se dá o impasse.

Fazer jornalismo de serviço custa caro, requer investimentos em estrutura e pessoal qualificado. "Pensar qualquer projeto nesse sentido acaba sendo limitado pela realidade do mercado. É preciso que alguém tenha ousadia para bancar a aposta", defende Ênio Sinedino. E é nesse ponto do caminho que mora o perigo: as rádios de Natal hoje têm corpo de *kitchenete*, mas mentalidade de palácio, "são empresas pequenas com mente de grandes corporações, por isso não vão para a frente", resume Ênio.

Carlos Eduardo de Moraes Dias, porém, discorda desse pensamento e alerta: "*É preciso combater a idéia de que o jornalismo no rádio não dá lucro. Se forem feitos os investimentos iniciais para a produção de um jornalismo de qualidade e credibilidade, a audiência e o retorno publicitário serão conseqüências. E, então, o lucro dar-se-á dessas duas formas. Conclui-se que à proporção que se consolidar a credibilidade da emissora, o retorno será confirmado no lucro direto.*" (Del Bianco e Moreira, 1998:67)

Depois de analisar a situação atual das emissoras de rádio em Natal e comprovar a inexistência de um modelo de jornalismo de serviço no rádio, podemos concluir que, mesmo reconhecendo a importância e a necessidade investir nesse segmento, os empresários continuam resistindo às mudanças. Os departamentos de jornalismo das emissoras atualmente estão encolhidos ao máximo. Faltam condições de trabalho e profissionais, em quantidade e preparados para produzir o mínimo de informação de qualidade para satisfazer a necessidade de seus ouvintes.

Como fazia Roquete Pinto no seu **Jornal da Manhã**, nos primeiros tempos do rádio brasileiro, as emissoras de Natal limitam-se a ler no ar as notícias publicadas nos jornais diários e, quando muito, comentá-las. As perspectivas de investimento em jornalismo por parte das emissoras e de mudanças nesse quadro simplesmente não existem. Exceção se faça ao fato de

que, por se tratarem de emissoras vinculadas a grupos políticos, e ser o ano vindouro data de eleição municipal, certamente haverá algum investimento, por mínimo que seja.

A história tem provado, entretanto, que passadas as eleições, tudo volta à mesma situação de antes. Quanto ao quesito Radiojornalismo de Serviço, praticado nos moldes existentes em outros centros maiores, esse, pelo andar da carruagem, tem chances ainda menores de emplacar. Estaremos, assim, ainda mais distantes do modelo de radiojornalismo apontado por Laurindo Lalo Leal Filho, em que "a prestação de serviços não é simplesmente falar do trânsito ou dar a previsão do tempo. É principalmente apresentar fatos e idéias que contribuam para a prática cotidiana da cidadania". (Chantler, 1998: 9)

O mais lamentável nisso tudo é que, se não há consciência por parte do controladores das emissoras da importância de melhorar o relacionamento com a comunidade e promover uma interação maior com suas ouvintes, pouco ou nada pode ser feito pelos profissionais que atuam nessas emissoras. Revoltante é pensar que, se o modelo do jornalismo de serviço dá certo em outros lugares e, apesar de seus altos custos, consegue viabilizar-se comercialmente, porque não poderia dar certo também em Natal?

Com uma boa dose de iniciativa e de coragem por parte dos que dirigem as empresas de radiodifusão essa realidade bem que poderia ser modificada, mas esses ingredientes, a exemplo da informação de qualidade sempre esperada por seus ouvintes, decididamente, estão em falta no rádio natalense.

Talvez o radiojornalismo de serviços só chegue mesmo a assumir um papel de destaque na programação das emissoras de rádio de Natal - e do país - quando o meio rádio receber novos investimentos, não apenas financeiros, como observa Gisela Swetlana:

*"Esse investimento começa pela própria reformulação do sistema de concessões, a fim de que os canais deixem de ser predominantemente outorgados aos aquinhoados pelas benesses do poder e passem a ser usufruídos por aqueles realmente interessados em um meio de comunicação pleno de possibilidades a serem exploradas. Que convivam emissoras estatais (cumprindo o papel de utilização social) com emissoras comerciais cujo interesse seja efetivamente a comunicação. Mas que existam os canais de uso comunitário, produzindo e difundindo mensagens **da e para a comunidade**". (Ortriwano, 1987: 22)*

Fora disso, não há saída para o rádio...nem para o radiojornalismo.



### **Bibliografia**

- CHANTLER, Paul e HARRIS, Sim. *Radiojornalismo*. São Paulo, Summus, 1998.
- DEL BIANCO, Nélia e MOREIRA, Sônia Virgínia. *Rádio no Brasil; tendências e perspectivas*, Rio de Janeiro/Brasília: Editora UnB/Editora UERJ, 1998.
- IPEA/IPLAN. *Rádio educativo no Brasil: um estudo*. Brasília: IPEA/IPLAN, 1976
- LIMA, José Ayrton de. “*História do Rádio em Natal*”, Cadernos de Natal, ano I, nº 1, ago/out-1989, Natal: Prefeitura do Município de Natal/Secretaria de Cultura, p. 21-26.
- MACHADO, Franklin. Depoimento. Natal: Agosto/1999.
- MINEIRO, Fernando (org.) *Natal de Perfil*, 2ª edição. Natal: Edição do autor, 1998.
- MORAIS, Marcus C.Cavalcanti de. *Retrato narrado da cidade do Natal*. Natal: Sergraf, 1999.
- MOURA JUNIOR, Manoel Procópio. *Tributo aos Conjuntos Vocais do Rio Grande do*

Norte, Natal: Grafpar, 1998.

ORTRIWANO, Gisela S. *A Informação no Rádio*, 2ª ed., São Paulo: Summus, 1985.

\_\_\_\_\_. *Radiojornalismo no Brasil: dez estudos Regionais*. São Paulo: Com-Arte, 1987.

PEREIRA, Carlos Maurício Pandolphi. *A linguagem e a produção radiofônica*, UFRN, Natal, 1982

PEREIRA, Eleonora. Depoimento. Natal: Agosto/1999.

SARAIVA, Gumercindo. "*História da Radiofonia no Rio G. do Norte*", Natal, Revista da Academia Norte-rio-grandense de Letras v.30,n. 18, jan/dez, 1983

SINEDINO, Ênio. Depoimento. Natal: Agosto/1999.