

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

Ulisses Lucas de Souza

A MUDANÇA DE RITMO:

Solar FM agora é tudo que toca você

**Juiz de Fora
Dezembro de 2014**

Ulisses Lucas de Souza

A MUDANÇA DE RITMO:

Solar FM agora é tudo que toca você

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra.

Juiz de Fora
Dezembro de 2014

Ulisses Lucas de Souza

A MUDANÇA DE RITMO:

Solar FM agora é tudo que toca você

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra

Aprovado (a) pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra (FACOM/UFJF) - orientador

Prof. Prof. Ms. Álvaro Eduardo Trigueiro Americano (FACOM/UFJF)

Prof. Ms. Renata Venise Vargas Pereira (FACOM/UFJF)

Juiz de Fora, ____ de _____ de 20 ____.

A Almiro Alves de Souza, um exemplo de filho,
pai e homem.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por estar ao meu lado por todo o tempo. À minha família, em especial, aos meus pais, que foram e são o suporte de todos os momentos difíceis. À Paula Ferreira, pelo incentivo, compreensão, companheirismo e amor. Aos amigos, que fizeram esta caminhada ser mais alegre e divertida. Ao mestre e amigo Márcio Guerra pelas oportunidades e principalmente, pelo respeito. À Rádio Facom, onde vivi grandes momentos. À Rádio Solar pela experiência e aprendizado. Aos meus colegas de trabalho. Aos meus ouvintes. E obrigado ao rádio, que me ensinou a falar, expressar e comunicar.

“Meu nome é rádio, minha mãe é dona Ciência, meu pai é Marconi. Sou descendente longínquo do telégrafo, sou pai da televisão. Fisicamente sou um ser eletrônico. Meu cérebro foi formado por válvulas, minhas artérias são fios por onde corre o sangue das palavras. Meus pulmões são tão fortes que consigo falar com pessoas dos mais distantes pontos deste pequeno planeta chamado Terra. Minha vitamina chama-se Kilowatt. Quanto mais Kilowatts me dão, mais forte eu fico e mais longe eu falo. [...] Meu nome é rádio. Eu não envelheço, me atualizo. [...]”.

(RIBEIRO, Hélio, 1989)

RESUMO

Estudo sobre a mudança na programação da Rádio Solar FM de Juiz de Fora, Minas Gerais. Um trabalho realizado através de pesquisas bibliográficas e com entrevistas com pessoas que são a história viva do rádio em Juiz de Fora. A história do rádio no Brasil e no município, o FM em Juiz de Fora e na Solar. Os programas que marcaram época e que deixaram saudades. O sucesso da Solar e a queda na audiência. A forte concorrência no mercado, tanto por rádios, quanto por outros veículos de comunicação. Um estudo sobre a mudança no jeito de falar, comunicar e interagir com o ouvinte. Um comparativo entre a antiga e a nova grade de programação da emissora, assim como uma análise da pesquisa Ibope de 2013 e a forma como a Solar FM buscou um novo público-alvo. A tentativa de se fazer uma rádio diferente. Os primeiros resultados da mudança e as perspectivas.

Palavras-chave: Rádio Solar. Solar FM. Programação. Público. Audiência.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Índice de Audiência Geral.....	35
Gráfico 2 – C/25 anos + Ambos os Sexos	36
Gráfico 3 – Classe C/25 Anos +/ Público Masculino	36
Gráfico 4 – C 25 Anos +/ Feminino	37
Gráfico 5 – DE/ 25 Anos +/ Ambos os Sexos	37
Gráfico 6 – Classe AB/ 25 Anos +/ Público Feminino/ Sábado e Domingo	38
Gráfico 7 – C/ 40 a 49 Anos/ Ambos os Sexos	38
Gráfico 8 – Classe C 40 a 49 Anos +/ Masculino/ Segunda A Sexta.....	39
Gráfico 9 – Classe AB/40 A 49 Anos/ Público Masculino/ Sábado e Domingo	39
Gráfico 10 – Classe C/50 A 59 Anos/ Ambos Os sexos	40
Gráfico 11 – Classe C/60 Anos+/ Ambos Os Sexos/ Segunda A Sexta	40

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 HISTÓRIA DO RÁDIO NO BRASIL	11
2.1 O RÁDIO EM JUIZ DE FORA	14
2.2 RÁDIO SOCIEDADE: O INÍCIO DA RÁDIO SOLAR	16
3 A PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA	21
4 ANÁLISE DA MUDANÇA NA PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA.....	27
4.1 AS CONSEQUÊNCIAS DA MUDANÇA	31
4.2 PROMOÇÕES	32
4.3O PAPEL DO LOCUTOR.....	33
4.4 O DESEJO X FRUSTAÇÃO.....	34
4.5 O RESULTADO DA PESQUISA IBOPE	35
CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
REFERÊNCIAS	45
APÊNDICES	47

1 INTRODUÇÃO

A paixão pelo rádio veio logo na infância, ainda quando ouvia pela Rádio Globo do Rio de Janeiro os jogos do Flamengo. Juntamente com meu pai, eram horas de alegria, angústia e tristeza. Ali eu já aprendia a sentir a magia do rádio.

Depois, vindo de uma família de cantores, o rádio não poderia ficar de fora. Eram várias apresentações em rádios da minha querida cidade de Ervália-MG. O desejo de querer sempre estar em contato com as pessoas era grade.

Os anos se passaram e surgiu a universidade em minha vida. Na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, o interesse pela Rádio Facom era grande. De início não foi possível, mas por obra do destino, lá dentro fiquei por mais de três anos. Durante aquele período aprendi, como bolsista e aluno da Faculdade de Comunicação, a fazer rádio. Apresentei e criei programas, participei e orientei transmissões esportivas, até final de campeonato europeu eu fiz, e procurei saber mais sobre o funcionamento de uma emissora de rádio.

Eis que a Solar FM surge na minha vida. Não foi um sim de cara, mais uma vez foi preciso esperar a hora certa, e olha que ela não demorou. Na nova casa, sem deixar a antiga, eu apreendi o dia a dia, a prática, a pressão de ter que dar certo, de ter que ir pro “ar”. As experiências na cobertura de eventos, no contato com os ouvintes, na confecção de textos jornalísticos, comerciais e promocionais, me fizeram amadurecer profissionalmente. E olha que nesse período, de mais de um ano na emissora, ainda tive a oportunidade de cobrir as eleições de 2014, em turno e retorno, pela FM, mas com destaque na AM. Muito aprendizado. Nessa época eu pude ver e viver uma grande transformação da mais tradicional emissora radiofônica de Juiz de Fora.

A Solar FM passava por um momento de transição no período no qual eu cheguei¹. Mudança de profissionais, de direção e principalmente, de perfil. Pesquisas, consultas e análises foram contratadas. Estudos sobre o perfil do público de rádio na cidade foram feitos, especialistas na área de programação foram trazidos, até que a emissora, em 2012, passou a ter uma nova cara.

É justamente sobre essa transformação que iremos discorrer nesse trabalho. Contando o passado da emissora, descrevendo as características que fizeram da rádio um sucesso no passado, contar os fatos que possivelmente contribuíram para que ocorresse a

¹ Setembro de 2013.

transição que aconteceu a partir dos anos 2000. Também traçaremos um perfil da emissora e do seu ouvinte. Finalmente a Solar FM deixa de ser “Sintonia Sucesso” e agora é “Tudo que toca você”.

Começamos, no primeiro capítulo, contando a história do meio de comunicação rádio no Brasil e em Juiz de Fora. Através de funcionários, fomos descrevendo um pouco da história da Rádio Solar, desde seu início até os dias hoje. No segundo capítulo, falamos de um dos principais objetos de estudo deste trabalho, a programação radiofônica. Também é neste capítulo que introduzimos a ideia da emissora de mudar a sua grade de programação em busca de um público alvo diferente daquele que vinha sendo atingindo. No capítulo seguinte, fazemos uma comparação entre a antiga e a nova grade de programação, assim como os efeitos que a mudança ocasionou. Por fim, nas considerações finais, colocamos o nosso ponto de vista em relação a tudo que foi feito e expomos caminhos que podem ser seguidos pela emissora a partir de agora.

2 HISTÓRIA DO RÁDIO NO BRASIL

1922 é um ano diferente na história do Brasil. Foi em fevereiro desse ano que aconteceu a Semana de Arte Moderna de São Paulo e logo no mês seguinte, era fundado o Partido Comunista Brasileiro. Também nesse ano, em setembro, aconteceu a primeira emissão radiofônica oficial no país, com um discurso do presidente na época Epitácio Pessoa, durante uma exposição comemorativa aos 100 anos da independência do Rio de Janeiro. As pessoas que frequentavam a exposição ficaram surpresas com o som (MOREIRA, 1991). Naquele momento surgia a magia do rádio.

No ano de 1923 era instalada a primeira emissora brasileira de rádio: A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto. O fundador era um defensor da necessidade de se transmitir educação e cultura através das ondas do rádio, e por esse motivo, a primeira missão do novo veículo seria basicamente educativa.

No decorrer dos anos de 1920, as emissoras trabalhavam no amadorismo (Fernandes, 2006). Eram poucos os recursos, e estes eram provenientes da elite paulistana, que angariava fundos para a implementação das emissoras.

A partir de 1931, com o Decreto nº 20.047 do Governo federal autorizando a veiculação da publicidade nas rádios, é que as emissoras começam a sobreviver por conta própria. É na década de 1930 que várias emissoras são criadas, com destaque para a Rádio Record de São Paulo, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, a Rádio Tupi de São Paulo e a Rádio Globo do Rio de Janeiro (Fernandes, 2006).

O rádio já conseguia atingir uma boa quantidade de pessoas na década de 1940 e a disputa pela audiência tornou-se acirrada. Com uma programação diversificada as emissoras tentavam “fisgar” o ouvinte. Era o tempo das transmissões esportivas, programas humorísticos, programas de calouros, críticos jornalísticos e inserção de músicas. A partir daquele momento o rádio passou a mostrar-se capaz de mobilizar massas, além de vender produtos (Fernandes, 2006).

É a década de 1940 a época dos anos de ouro do rádio brasileiro. Um dos maiores destaques são as radionovelas. É nessa década que surge o radiojornalismo, com ênfase no programa Repórter Esso iniciado durante a II Guerra Mundial, em caráter experimental, na Rádio Farroupilha, do Rio Grande do Sul. Segundo Ortriwano (1985), outro marco do radiojornalismo brasileiro foi o Grande Jornal Falado da Tupi, da Rádio Tupi de São Paulo.

Segundo Fernandes (2006), o rádio assumiu uma posição de veículo ideológico e de estimulação de consumo.

Com o passar dos anos o rádio vai deixando de ser elitista e transforma-se num meio popular de comunicação. Por conta disso, a linguagem tornou-se mais direta e de fácil entendimento. O uso de frases curtas e objetivas ganhou destaque naquele momento.

O rádio continuou em metamorfose. Com o surgimento e o crescimento da TV outras mudanças aconteceram, afinal o veículo já não era hegemônico como antes. As grades das emissoras passam a ser preenchidas por radiojornalismo e prestação de serviços à população. A Rádio Bandeirantes de São Paulo foi a pioneira nesse ramo, divulgando notícias durante toda programação.

A partir da década de 1970 o rádio começa a mostrar uma divisão dentro de si mesmo. Era a transmissão em FM (frequência modulada) que começava a incomodar as emissoras que transmitiam em AM (amplitude modulada).

Segundo Moreira (1991) o FM no Brasil começou como *link* – uma ligação entre o estúdio e o transmissor. Del Bianco (1993) coloca que “a frequência era usada como *link*, elo entre estúdio e transmissor de AMs existentes no eixo Rio-São Paulo. [...] a FM servia para transpor o som, garantindo a qualidade da transmissão das emissoras prejudicadas pela longa distância entre o estúdio gerador e o transmissor”. Na década de 1960 (1968) o governo, a fim de reestruturar o espectro da FM, cassa todas as concessões, e as redistribui, proibindo o seu uso como *link*.

A primeira emissora de frequência modulada no Brasil foi a Rádio Imprensa, que começou em 1955 vendendo sua programação para os supermercados Disco. De acordo com Ortiwano (1985) a primeira rede brasileira de FM foi a Transamérica.

Até a chegada da Rádio Cidade (1977) o FM era voltado para a classe A, predominando a música ambiente, “músicas de elevador”.

A Rádio Cidade chegou e introduziu no país um formato diferente do que existia no AM. Copiado dos Estados Unidos, o modelo de programação era repleto de grande quantidade de músicas, com vários momentos de humor, sátiras e brincadeiras dos locutores. A programação era praticamente voltada para os jovens e serviu de modelo para a maior parte das novas emissoras brasileiras.

No dia 1º de maio de 1977, a Rádio Cidade começava suas transmissões, tocando pela primeira vez sucesso em FM, que, aliás, foi o seu primeiro slogan. Eram músicas de discoteca – a moda da época -, *flashbacks* dos anos 60 e início dos 70, Beatles e música brasileira. (Mansur, 1984:68).

Nos anos de 1980, a FM avançava em popularidade, enquanto a AM se mantinha nos padrões da década de 1970. Na FM já começava a existir uma segmentação nas programações musicais. Enquanto algumas emissoras seguiam o *Pop*, com músicas românticas e *disco music*, outras preferiam o Sofisticado, com *jazz, blues, soft rock e MPB*. Na verdade, “com a frequência modulada consolidada, configurava-se uma divisão no mercado: de um lado, o próprio FM, com sua programação música garantida pela qualidade de som; de outro, o AM, caracterizado por abrir espaço ao noticiário, à cobertura esportiva e ao serviço”. (Ferrareto, 2000)

As emissoras em AM perdem força no governo do presidente José Sarney (1985-1990), graças às várias concessões de TV e Rádio distribuídas a troco de apoio político. Segundo Del Bianco (1993),

A ligação estreita entre políticos e o sistema de concessões de emissoras é fato público e notório. [...] De 1985 a 1989, Sarney autorizou o funcionamento de 623 FMs e 314 AMs. Somente no período de novembro de 1987 a setembro de 1988, concedeu, em média, 32 FMs por mês. [...] 70% das frequências e canais disponíveis foram ocupados, o que implicou, em algumas cidades e capitais, praticamente no esgotamento do espectro.

No final dos anos 90 chegou-se a divulgar que o número de emissoras radiofônicas passaria de 3.195 mil para cerca de 10 mil. Del Bianco (1993) coloca que os empresários criticaram a ideia. Eles alegavam que, a concorrência iria aumentar e que o país não tinha economia suficiente para enfrentar a situação. Outro ponto era de que o bolo publicitário já era pequeno para ser dividido.

A solução encontrada por alguns donos de rádios foi vender espaços nas grades de programação. Igrejas e entidades religiosas chegaram a comprar programações inteiras.

Já nos anos 2000, a tecnologia dá um novo gás, tanto nas AMs quanto nas FMs. O som passa a ter uma qualidade melhor e com a transmissão sendo feita também pela internet, as emissoras de rádio, que já possuíam a maior penetração territorial entre os veículos de comunicação, passam a ir mais longe e com qualidade. Isso tem dado esperança aos profissionais do ramo, o que reflete nos investimentos que vêm sendo feitos.

Mesmo tendo sofrido vários desgastes durante o passar do tempo, o rádio continua sendo o meio de comunicação mais popular e o de maior alcance do público no Brasil. Barato, ágil e com muita prestação de serviço, são estas as grandes características desse meio de comunicação nos dias de hoje.

2.1 O RÁDIO EM JUIZ DE FORA

O rádio chega a Juiz de Fora em 1926, quatro anos depois da primeira transmissão radiofônica no Brasil. Era a Rádio Sociedade, fundada pelo jornalista José Cardoso Sobrinho. É a primeira emissora de Minas Gerais e a décima do Brasil (Fernandes, 2006).

O meio de comunicação fez parte de uma época de grande expansão industrial e cultural da cidade, já que naquele período houve também a inauguração da primeira hidrelétrica da América Latina, além de centros culturais como o Museu Mariano Procópio e o Cine Theatro Central.

José Cardoso Sobrinho começou as transmissões diretamente de sua casa, localizada na Rua Marechal Deodoro, e o prefixo oficial era PRA-J. No início, começou colocando um alto falante no alto do antigo prédio “O Farol”, na esquina da Avenida Rio Branco com a Marechal Deodoro, bem no centro de Juiz de Fora.

Assim como as emissoras da época, a Rádio Sociedade não visava lucros. Sua receita era gerada através dos sócios e a programação era preenchida com músicas eruditas e populares. Poucas famílias possuíam receptadores e as que tinham, recebiam um som de baixa qualidade, com muitas falhas.

Em 1930, a rádio foi requisitada pelo Governo Federal. Na época, faltava material para a comunicação militar e durante algum tempo a emissora foi utilizada para esse fim. A Rádio Sociedade também chegou a ceder válvulas e outros tipos de peças para o exército.

As dificuldades para manter-se funcionando eram grandes e a rádio acabou precisando de recursos do estado, que passou a ser o maior acionista.

No ano de 1937, a Rádio Sociedade passou a ser constituída como Sociedade Anônima e o seu prefixo passou a ser PRB-3. Com programação de 8h da manhã às 14h e de 17h às 22h. Era uma programação composta por músicas clássicas, grupos da cidade e notícias recortadas e tiradas de jornais.

O ano de 1947 marcou a entrada da PRB-3 no império do Diário dos Associados, que na época era a mais importante cadeia radiofônica da América Latina, tendo como maior acionista, Assis Chateaubriand.

Em 1949 surgiu a Rádio Industrial. Com uma programação composta por radionovelas, programas de auditório, noticiários e reportagens feitas nas ruas, a rádio deixava clara suas raízes, a emissora de maior audiência no Brasil, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Era o início da rivalidade entre a Rádio Industrial e a PRB-3, que duraria até a década de 1960.

Em 1951 a PRB-3 passou por uma transformação. Foram adquiridos novos equipamentos e a rádio ganhou novas instalações na Rua São João. Em 1952 a rádio ganhou um auditório. O nome novamente foi mudado e a rádio passou a ser chamada de Super B-3, mas popularmente conhecida como B-3. (Fernandes, 2006)

As radionovelas faziam sucesso em todo o país e em Juiz de Fora não era diferente. Uma das mais famosas foi transmitida pela B-3, uma novela escrita pelo Padre Wilson da Costa e que tinha como tema central o amor incestuoso de dois irmãos. Era a “Gotas de Mel em Taças de Fel”.

As transmissões de desfiles e de bailes de carnaval marcaram o rádio juiz-forano. Também merecem destaque as comemorações de aniversários da cidade, bem como eleições e Semana Santa.

É na década de 1950 que o radiojornalismo local ganha mais força. Mais uma vez Industrial e B-3 duelam pelo primeiro lugar. A primeira lança o informativo Noticiário T-9, enquanto a concorrente tinha o Ronda Policial, noticiário que permaneceu no ar até 2002 e atualmente é transmitido pela Rádio Solar AM.

O ano de 1956 marca a chegada de mais uma emissora radiofônica na cidade. Era a Rádio Difusora, ZYV-53. A Difusora trazia uma programação inovadora, inclusive com discos de acetato, que possuíam maior qualidade. Mais tarde seu proprietário, Sérgio Mendes, comprou também a Industrial, formando a Cadeia Dial.

No final dos anos 50, como ressalta Bara e Pequeno (1991, p.22), “o rádio foi perdendo a sua força e se rendeu aos altos custos de manter um grande elenco. Orquestras foram dissolvidas, radionovelas e programas de auditório foram encerrados”.

Era preciso buscar outras formas de se aproximar do público. Com o sucesso da televisão, o rádio buscou na velocidade da informação, uma forma de manter-se competitivo. Houve investimentos em jornalismo, levando notícias claras e precisas aos ouvintes.

O veículo passou a ser ouvido individualmente. Já quase não existia mais o costume de reunir a família na frente do rádio para acompanhar algum tipo de programa. A tv já vinha assumindo este papel. Outro fato é que o rádio passa a ser carregado para dentro de carros, estádios de futebol e por diferentes pontos das casas. Um veículo de comunicação fisicamente móvel.

O esporte e a prestação de serviço ganham destaque. A programação musical também sofre mudanças. A intenção de agradar um número maior de pessoas faz com que as rádios executem músicas de estilos variados.

No ano de 1977, Sérgio Mendes desmembra a cadeia DIAL. Glauco Fassheber, adquire a Rádio Difusora, e a Industrial, por sua vez, se torna Rádio Capital ao ingressar no sistema de rádio de mesmo nome.

2.2 A RÁDIO SOCIEDADE: O INÍCIO DA RÁDIO SOLAR

No início da década de 1980, o médico Juracy Neves compra a Rádio Sociedade e realiza uma transformação na emissora. Depois de ter vários nomes (Rádio Sociedade, PRB-3, Super B-3, B-3) a emissora passa a ser chamada de Rádio Solar AM.

No espectro FM, é importante destacar que a Manchester FM foi a precursora na cidade, sendo inaugurada por volta de 1981. O dono era Glauco Fassheber. O canal seguia as características das FMs pelo Brasil: mais músicas e uma programação voltada para um público diferente, com músicas “ambientes”.

A Solar FM tem sua outorga datada do dia 7 de abril de 1989. A sede passa a ser na Rua Espírito Santo, número 95, Poço Rico, Juiz de Fora-MG. Lá permanecendo até o mês de novembro de 2014. Durante muitos anos, o três² veículos de comunicação do grupo Solar Comunicações permaneceram neste endereço.

Com uma qualidade de som melhor, uma vantagem das FMs em cima das AMs, a nova emissora entrava no ar com uma responsabilidade enorme, a de carregar a tradição no nome. Com uma programação popular, a Solar FM buscava agradar a todos. Elizabete Gouveia, diretora artística da emissora durante 23 anos (1988- 2011), relata como era, no início, a programação.

A programação da Solar FM era feita com foco em seu público alvo que eram as classes CDE com idade entre 22 e 40 anos e primeiro grau completo. Além do foco, era importante estar ligado no desejo das pessoas desta classe social, daí agregávamos à programação sorteios cujos prêmios eram de interesse desse ouvinte. A programação musical e as notícias também seguiam a mesma linha. (Elizabete Gouveia. Apêndice 5).

O radialista Gutemberg Gomes, que trabalhou na emissora bem no seu início (1989-1991) faz um panorama de como era a cara da Solar naquela época.

² Jornal Tribuna de Minas, Rádio Solar (AM) e Solar FM.

A Solar FM tinha um perfil popular, que a diferenciava bastante da principal concorrente à época, Manchester FM. Em termos musicais, a programação era baseada nos hits do momento, músicas de novela, sucessos nacionais e internacionais. Apresentei durante esse período de 3 anos o programa “O Som da Cidade” que segundo uma medição de audiência realizada então, chegava a ter 81% de audiência. O programa nos dava também abertura para realizarmos eventos nas principais casas de shows de Juiz de Fora, como ABCR, ASE, Karavan, Dream’s, Montesinas, Rex Dancing e várias outras. (Gutemberg Gomes. Apêndice 3).

Sobre o fato da FM ter sofrido influência da AM, Gutemberg (Apêndice 3) é bem categórico quando fala que os locutores da frequência modulada tinham como referência profissional os grandes comunicadores da AM. Ele coloca que, “para o jovem de 18 anos recém-chegado de Barbacena (MG), era uma grande emoção cruzar nos corredores da emissora com feras como Cláudio Temponi, Guto, Oscar Mugica, José Luiz Magrão, Jair Macedo, Mário Helênio, Zé de Barros e tantos outros”. No entanto, ele destaca que, “[...] era evidente a diferenciação de linguagem entre as duas emissoras. Embora fosse popular, a Solar FM tinha se adequado perfeitamente ao modelo de FM em que o locutor não é mais importante que a programação musical”.

Era um momento de buscar formas de se conseguir atingir o público, afinal, o FM ainda era novo na cidade, e a Manchester possuía uma linguagem diferente da Solar. Gutemberg Gomes destaca que algumas liberdades que existiam naquela época de descobrimento, não seriam permitidas nos dias de hoje.

No período em que atuei na Solar FM, [...] tive ampla liberdade para me expressar, para criar bordões e para criar assim uma identificação muito especial com o público de JF. Ainda assim, comparando com os dias atuais, percebo que estávamos desbravando as potencialidades do FM e foi uma época de descobertas, com experiências que não seriam admitidas hoje. (Gutemberg Gomes. Apêndice 3).

Como na época os locutores não ficavam expostos em redes sociais, a repercussão e o resultado do trabalho apareciam na sala de recepção da própria emissora.

A rádio era aquele mistério encantador para o ouvinte. [...] Havia a curiosidade de saber quem era o dono da voz. A recepção da rádio estava sempre cheia de ouvintes querendo conhecer seu locutor preferido. Isso também fazia com que sempre houvesse público em nossas apresentações ao vivo. Éramos tratados com status de celebridades. Dávamos autógrafos. Éramos assediados. Algo praticamente inimaginável hoje. Lembro-me de fazer traduções de músicas ao vivo nos palcos de casas noturnas de JF e garotas chorando, casais dançando. Tudo isso pertence ao passado, agora. (Gutemberg Gomes. Apêndice 3).

O jornalista e locutor Gil Horta, que por quase 20 anos trabalhou na emissora (1993 a 2012), coloca que, a programação da Solar era muito variada.

Uma programação que acabava tocando todos os ritmos musicais. Popular, mas, por exemplo, tinha um programa de manhã que era fantástico, o “Solar só MPB”, que abria espaço para o fino da música brasileira. Tinha um programa domingo à noite, chamado “Museu do Rock”. Tocava grandes sucessos das décadas de 60 e 70. Uma audiência incrível. Depois, transformamo-lo em “Rock Especial”, para poder abrir para outros rocks da década de 90. Tinha programa de dance, chamado “Salada Mix”, era sábado à noite (Gil Horta. Apêndice 4).

Havia uma observação em cima daquilo que tocava no país. Naquela época não existia restrição aos estilos musicais. Fazia sucesso, estava na Solar, no entanto, sempre com uma seleção criteriosa das canções. Nos anos 90, marcados pelos grandes sucessos do pagode e do axé, a Solar FM tinha programas para esses estilos. Gil Horta (Apêndice 4) fala que a rádio “pegava todosos públicos. Buscava acompanhar as tendências. Axé? Tinha programa de axé, no domingo. Pagode? Tinha programa de pagode. [...] Mas tudo com um critério muito grande”.

A década de 1990 foi realmente a que consolidou a Solar FM. A qualidade e o alcance eram tão grandes que atingiam, inclusive, cidades do estado do Rio de Janeiro. Uma equipe em sintonia e comunicadores que até hoje são lembrados pelo público.

Na década de 90 era demais. Eu, 6h-10h, Joe 10h-14h, 14h-18h Marcão Evan (Voz do Bahamas) anoite Léo Marcio. Audiência, qualidade de som, pegava na baixada fluminense. Quantas vezes nos recebíamos pessoas de Duque de Caxias, Xerém, ate São Cristóvão. Solar década de 90, em Juiz de Fora, em FM, nunca mais. (Gil Horta. Apêndice 4).

A emissora vivia seus anos de ouro. Como diz Elizabete Gouvea (Apêndice 5), “os próprios números das pesquisas de audiência revelam. A Solar FM foi primeiro lugar em audiência por décadas a fio. Sempre manteve uma hegemonia em todos os segmentos, até naqueles que não eram seu público alvo”. Era muita gente ouvindo.

O alcance e o prestígio da Solar FM eram tão grandes que, representantes de grandes gravadoras iam até a emissora. Gil Horta (Apêndice 4) relata que “coisa mais rara do mundo era um divulgador da Som Livre ir a uma emissora de radio na época, pois na rádio (Solar) eles vieram. A Sony também vinha aqui e trazia um monte de discos, muitas vezes exclusivos”.

A hegemonia dura até o fim dos anos 2000. A partir deste momento a emissora começa a perder o padrão que a consolidou e a consequência é a perda na audiência. A explicação para a queda na audiência da Rádio Solar pode estar em vários pontos. Com o fácil acesso à internet, principalmente nos celulares, as rádios em sua totalidade tiveram que se reinventar e ainda buscam maneiras de fidelizar o ouvinte. As pessoas, com a chegada dos receptores mais modernos, conseguem facilmente trocar de estação e se torna muito difícil a fidelização delas.

Outro ponto que pode ter enfraquecido a Solar FM foi a modificação realizada na Solar AM em 2008. Na ocasião, todos os programas saíram do ar e a programação passou a ser totalmente musical (sertanejo). “Rádio Vivo” e “Ronda Policial”, programas tradicionais do rádio juiz-forano, deixaram de ser produzidos.

A Rádio Solar precisava dar um fôlego nela, e aí houve uma modificação na solar AM, que eu tenho certeza que causou efeitos na FM. A AM passou a ser sertaneja (2005/2006). As pessoas queriam a Ronda Policial, o Rádio Vivo e de repente acabou. [...] As pessoas queriam a Ronda Policial, o Rádio Vivo e de repente acabou. [...] O motivo mais provável era a contenção de gastos. Na verdade, a Solar FM já vinha contendo gastos há algum tempo. (Apêndice 4).

A ex-coordenadora, Elizabete Gouvea, vê a perda de audiência de outra forma:

A Solar FM perdeu a sua posição no ranking de audiência por que se perdeu em todos os pilares que sustentam uma programação. Não souberam estabelecer público. Não há mudança do ouvinte no dial se nada melhor está sendo oferecido. No segmento adulto, a FM Itatiaia é mais completa. No segmento popular a Energia é mais completa. Ninguém troca nada se estiver satisfeito com aquilo que tem. O mesmo ocorre no rádio e na vida. O que levou a Solar FM ao ponto de hoje foi falta de conhecimento sociológico, de pesquisa e de experiência no mercado. (Elizabete Gouveia. Apêndice 5).

Talvez um dos pontos mais determinantes para a queda audiência da Solar FM tenha sido o fato de ter uma concorrência mais forte, principalmente uma concorrência que disputava o mesmo público. Até aquele momento, as principais concorrentes da Solar eram Itatiaia com uma programação denominada “Adulto Contemporâneo” e a Rádio Cidade com sua programação jovem. Eis que, em 27/09/2003, nasce a Rádio Panorama FM. Além de ter o nome ligado a uma rede de televisão, a nova emissora trazia algumas novidades que conseguiram chamar a atenção do ouvinte.

Na época locutor na Solar FM, Gil Horta discorre sobre aquele período:

Ai veio a Rádio Panorama com uma ideia nova, de fazer a rádio vitrine. Isso por um tempo chamou a atenção. Ai lá tinha grandes locutores como, por exemplo, Márcio

Augusto, Cláudia Figueiredo. São nomes marcantes do rádio AM! O tempo que eles estiveram lá, eles tinham uma audiência boa. (Gil Horta. Apêndice 4).

Mesmo com o fim da Rádio Panorama (2010), a Solar FM não se viu longe da concorrência. Pouco tempo depois, no mesmo canal (96,7) que a Panorama havia funcionado, Juiz de Fora via nascer a Rádio Energia (atual Alô FM) que anos depois viria a ser a número um em audiência na cidade.

Segundo Gil Horta (Apêndice 4), a Energia FM começou com uma proposta de ser aquilo que a Solar FM tinha sido durante mais de 20 anos e a audiência confirmou isso. De acordo com ele, “o que fizeram na Energia é o que faziam na Solar. A energia é uma cópia fiel da Rádio Solar. A Energia veio tomando a audiência até que o Ibope confirmou-a no primeiro lugar”. A partir deste momento, a direção da Solar decide fazer algumas mudanças mais profundas em toda a sua estrutura.

3 A PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA

São várias as definições e padrões de programação radiofônica. Para Martí (2004, p.21) o conceito de programação radiofônica tem muitas acepções. Para alguns, se trata de uma noção que, simplesmente, remete ao planejamento dos programas e da sua ordem no tempo. Para outros, consiste na previsão da localização destes, os quais devem ser difundidos em determinado período de tempo ou ciclo de emissão. Finalmente, tem aqueles que acreditam que seja uma estratégia para organizar o conteúdo na grade de programação.

Cebrián Herreros (2001, p.419) coloca programação radiofônica como planejamento da relação comunicativa entre a emissora de rádio e a audiência. São dois os modelos de programação: generalista e especializada. O primeiro caracteriza-se pelo alcance a uma audiência diversificada, heterogênea. Há uma diversificação maior em relação às músicas e aos conteúdos dos programas. Ainda dentro da generalista podemos encontrar outros três sub-modelos – com conteúdos organizados em blocos, mosaicos e por continuidade.

Já o modelo de programação especializada surge na década de 1960, por conta da perda de audiência do rádio para a TV. As emissoras passam a focar em um determinado tipo de público, isso seria uma das maneiras de frear a perda de audiência. A saída foi mesmo a segmentação, entendida como:

O processo de concentração de uma rádio em um determinado segmento pode englobar apenas alguns programas ou a totalidade das transmissões. Significa oferecer um serviço com destinatário definido, buscando também anunciantes adequados a estes ouvintes específicos. Alguns critérios vão referenciar o corte feito na audiência total para ir ao encontro de um público-alvo. Em qualquer emissora, levam em consideração, de modo genérico, aspectos demográficos e sócio-econômicos. No entanto, para segmentar, procuram-se particularidades dentro destas características globais. (Ferrareto, 2000: 52-3)

Segundo Keith (1990, p.225), a concorrência levou à concepção de uma nova estratégia de programação. Terminava assim o desejo de agradar a todo tipo de público. Para o autor, é a partir desse momento que se inicia a segunda era do rádio: a era da especialização.

Meneses define o rádio especializado por

Apresentar um modelo monotemático, perfeitamente identificado, ao longo das 24 horas de emissão. São rádios que surgem na lógica de segmentação, dirigidas a um público muito bem definido. Para concretizarem esses objetivos tão precisos, as rádios especializadas recorrem à importação ou à criação de um formato que pretende corresponder aos gostos/desejos do público alvo (seja numa opção de repetição de fórmulas em horas-relógio, musicais ou informativas, [...] com recurso, portanto, a diversos gêneros ao longo de um mesmo dia). (MENEZES, 2009, online)

É pensando em atingir a uma determinada parcela da população que, a Solar FM, passa por uma transformação, tanto estrutural, quanto profissional e implanta uma nova programação.

A programação da Solar FM até 2012 era o que descrevemos como generalista. Uma rádio que atendia a muitos públicos. Heterogênea. Com uma flexibilidade grande. Na grade da emissora era possível encontrar horóscopo, programas de fofocas, programas de funk, uma grande diversificação de conteúdo e músicas. Segundo Cébrian Herrerros (2001, p.426), a oferta de conteúdos pode incorporar qualquer tema e o uso de toda a gama de gêneros informativos e de entretenimento.

Um dos líderes de audiência era o Beat 88,9, comandado pelo locutor Leonardo Bachini (DJ Léo Bachini).

O *Beat 88,9* era um programa que ia ao ar de segunda à sexta, das 18h às 19h. Por 7 anos seguidos (Já que ele já existia antes da minha chegada à emissora). Foi eleito o campeão absoluto de audiência nesta faixa de horário. Era um programa de funk de elite e comercial, dividido em 4 blocos mixados e apresentados ao vivo por mim. Sorteava ingressos para as melhores festas da região todos os dias. (Leonardo Bachini, Apêndice 6).

A discotecária Seluana Horácio, que está na empresa desde 2006 fala que

Anteriormente a rádio tocava sim grandes sucessos, porém mesclava com programas de *midbacks* no meio da tarde (*Suflash*), programas segmentados para as classes C, D, E como o Beat 88, um programa de funk de sucesso, líder de audiência no horário de 18 às 19h. Além da busca pelo menor número de repetições possíveis durante o dia. (Seluana Horácio. Apêndice 7).

Em 2012, a direção da Rádio Solar contratou a empresa ““Sieg” Informação e pesquisa” para realizar uma pesquisa em profundidade sobre o perfil dos ouvintes de rádio em Juiz de Fora-MG. A coleta dos dados foi feita em junho.

Foram vários pontos analisados pela empresa, como por exemplo, horário e local preferido para ouvir rádio, o motivo de ouvi-lo, o tipo de programação que os ouvintes preferem, entre outros. Também se dividiu a pesquisa em duas faixas etárias: 25 a 34 anos e 35 a 44 anos.

Entre a faixa mais jovem, o resultado mostrou que a classe B ouvia rádio pela manhã e em casa. Também era significante aqueles que ouviam no carro. As classe C e D ouviam pela manhã e pela tarde, restringindo-se às residências. Já na faixa etária a partir dos

35 anos, as classes B e C preferiam ouvir rádio pela manhã e à tarde, tanto nas residências, quanto nos automóveis. A classe D ouvia em casa e pela manhã.

Mesmo com o acesso facilitado às músicas, por conta da internet e aparelhos mp3, o principal motivo das pessoas ainda ouvirem rádio são as canções. Também é relevante o fato das pessoas ouvirem rádio apenas por distração. Na faixa etária mais jovem (25 a 34 anos), as classes B e C buscam informações locais e o jornalismo, principalmente durante deslocamentos.

Na faixa acima dos 35 anos, a classe B manifestou interesse no jornalismo, no entanto, busca esse conteúdo na Internet em jornais impressos. Nessa parcela, quem prefere mais o conteúdo jornalístico é a classe C. Na classe D, além dos musicais, os ouvintes também procuram programas religiosos. Lembrando que a maioria dos ouvintes preferiam notícias locais curtas, com destaque para o trânsito.

A pesquisa também analisou o interesse da população em relação às promoções. A única classe que demonstrou um grande interesse foi a D da faixa etária mais velha. A classe B da faixa etária mais nova não demonstrou interesse em promoções. Há de se ressaltar ainda o fato dessa parcela achar que a realização de sorteios e a entrega de brindes tomam muito tempo da programação.

As outras classes, nas duas faixas de idade, tinham um interesse moderado. No entanto, há quase um consenso de que as promoções deveriam ser mais curtas.

Como a maioria na época ouvia rádio pelas músicas, vamos falar agora das preferências de cada parcela. Começando pela faixa de idade entre 25 e 34, a classe B tinha uma preferência por Rock Nacional, seguido de MPB e Sertanejo. A C preferia Sertanejo, com relevância também para MPB e Pagode. Já a D gostava mais de Sertanejo, seguido de Pagode e Samba.

Na faixa a partir dos 35 anos, a classe B tinha preferência por Rock Nacional e Internacional, com destaque também para Sertanejo e MPB. A classe C ouvia de quase tudo. Sertanejo, Pagode, MPB, músicas de novelas, Rock Nacional e Internacional. Já as pessoas da classe D preferiam o Sertanejo, Hip Hop, Pagode e Samba.

O tipo de locutor que o ouvinte gostava também foi analisado. A audiência preferia locutores comunicativos, brincalhões e extrovertidos, no entanto, o locutor que fala demais, é repetitivo, que faz piadas de duplo sentido e que tenta ser engraçado o tempo todo, era totalmente repudiado.

Traçando um perfil geral, a Rádio Solar FM em 2012 era a preferida apenas pela classe econômica D, com destaque para a faixa etária acima dos 35 anos, onde ela aparecia

isolada na primeira colocação. Um rádio popular e de muita tradição. O resultado da pesquisa foi a base para se promover algumas mudanças na emissora.

Com a ascensão da concorrente, a Rádio Energia 96,7 (atual Alô FM), as diretoras do Grupo Solar Comunicações, Márcia e Suzana Neves, entenderam que a emissora precisava mudar. Juntamente com o consultor Eduardo Andrews, elas optaram por “abandonar” o público jovem.

De acordo com Andrews (Apêndice), “a Rádio Energia estava com a audiência consolidada e a ideia era então encontrar uma brecha no mercado para alcançar um público que estivesse mal atendido”. Segundo ele, a direção optou por um perfil mais próximo do que já era adotado. A programação da rádio continuaria sendo popular, no entanto, agora voltada para as classes B e C, com um público acima dos vinte e cinco anos, o formato BC 25+.

Outro ponto citado por Andrews (Apêndice) é de que o formato adulto popular, além de não ter concorrência na cidade, é, segundo ele, o público que o Rádio menos perde para as novas mídias. Um ouvinte mais fiel, que não abre mão do rádio para buscar outros meios, como internet e TV.

A partir de janeiro de 2015, a Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (Abep) passa a fazer uso de uma nova proposta para enquadrar as classes sociais brasileiros dentro de grupos. Os critérios foram criados pelos professores Wagner A. Kamakura (Rice University) e José Afonso Mazzon (FEA-USP) e vêm sendo utilizados por empresas e agências de publicidade para formular suas estratégias, além de basear estudos de instituições acadêmicas. Nesse recente critério, as classes B e C somam perto de 106 milhões de pessoas no Brasil, mais da metade da população brasileira (55,9%).

Para desenvolver esse modelo de estratificação, os professores se valeram do conceito teórico da “renda permanente”. Segundo eles, a população tenta manter o mesmo padrão de consumo ao longo do tempo, mesmo que temporariamente sofra mudança drástica na renda corrente. Caso ocorra algum imprevisto, as pessoas passam a utilizar a poupança, créditos ou outros investimentos para manter o mesmo padrão.

Outra mudança é a diferenciação das classes sociais no território brasileiro. É ajustado pela composição familiar (número de adultos e de crianças/adolescentes) e pela geografia (região geográfica e localização do domicílio). Vale dizer, o estrato socioeconômico pode ser diferente em função da localização do domicílio (geografia) e da quantidade de pessoas residentes no domicílio (composição familiar). Por exemplo, uma família de quatro pessoas passaria necessidades com uma renda de dois mil reais no Rio de Janeiro. Já numa cidade interiorana do Norte/Nordeste as coisas ficariam mais fáceis. Ao todo, são

consideradas 35 variáveis: de natureza geográfica, demográfica, cultural, além da aquisição de bens, itens e acesso a serviços essenciais de conforto doméstico e da rede pública.

De acordo com o Censo de 2010, mais de 60% da população juiz-forana estava na faixa etária e econômica que a Solar FM passou a mirar. Com estes dados, podemos concluir que, o público BC25+, além de ser o maior em quantidade de pessoas, também é o que mais consome atualmente, tanto em Juiz de Fora, quanto no Brasil.

4 ANÁLISE DA MUDANÇA NA PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA

Para começar nossa análise, vamos descrever as duas programações. Falaremos de alguns programas que eram sucesso e que deixaram a emissora, e mostraremos a atual vertente da Solar.

Na antiga programação (1989-2012), o primeiro locutor entrava no ar pontualmente às seis da manhã. Era o programa Alto Astral, que era mixado com músicas e dicas de horóscopo. Às sete da manhã começava o Solar MPB, com os grandes clássicos da música popular brasileira. Oito horas entrava no ar um dos grandes sucessos da emissora e que até hoje os ouvintes cobram o seu retorno, o “Caça ao tesouro”. A atual coordenadora da Solar FM, Cristiane Fernandes, fala sobre o sucesso do programa:

Foi apresentado pelo Gil Horta e idealizado por Joélson Jaime, famoso “Joe”. Esse programa oferecia uma quantia em dinheiro, e em troca ele fidelizava a audiência do ouvinte. Um programa que era transmitido de oito às dez da manhã, com dicas pontuais dadas pelo locutor. E a pessoa que estava em casa, se ela não pegasse o início do programa ela não iria saber as outras dicas. O locutor amarrava isso muito bem. As dicas eram muito inteligentes e os ouvintes que participavam do “Caça” eram ouvintes aqueles ouvintes que participavam há muitos anos, porque as dicas não eram fáceis. Eram dicas que faziam você pensar e aumentar o volume. No fim, as dicas resumiam o nome de uma canção. Você tinha a fidelização do ouvinte, a certeza de que ele estava te ouvindo e a credibilidade do programa. Foram muito anos no ar e é um programa que eu sinto muito falta aqui na Solar FM.(Cristiane Fernandes. Apêndice 1).

Dez horas da manhã era o momento da “Melhor da Hora”. A discotecária escolhia três músicas e os ouvintes ligavam para escolher a canção que retornaria no final do programa. Onze e meia da manhã o “Dizem por aí” já estava no ar. O “dizem” como ficou conhecido, era uma mistura de notícias de entretenimento, com “fofocas” e participações ao vivo. Era outro sucesso, que os ouvintes se lembram até hoje com muito carinho.

“As dez mais da Solar FM” começava ao meio dia e tinha uma hora de duração. Eram dez músicas escolhidas entre os principais pedidos dos ouvintes misturados aos sucessos do momento. Assim começava a programação da tarde. Na sequência, uma da tarde, entrava o “*Suflach*”, um programa de Midbacks médio e batidos misturando estilos (nacional, internacional). Às duas horas o “Sintonia e Alegria”. Cinco horas começava mais um programa que tocava os principais *hits* do momento, o “*Top Hits*”. O “*Beat 88*” abria o período da noite na Solar FM. Como citado em outro tópico, era um programa de *funk* de elite apresentado e mixado pelo locutor/dj Leonardo Bachini. Na sequência “Voz do Brasil”,

“Programação Musical” e “O Tempo não para”. O último, um programa composto por flashbacks internacionais, música popular brasileira e músicas pop lentas.

Nos finais de semana a programação mantinha-se muito parecida com a semanal. A diferença aparecia nas tardes e noites. No sábado, às duas da tarde, o Pagodeando, como o próprio nome diz, trazia os grandes sucessos do pagode, antigos e novos, sempre buscando músicas com ritmos batidos. De seis às sete da noite o sertanejo tomava conta da Solar FM, inclusive com cantores e duplas que não eram tão conhecidos.

O “*By Night*” entrava no ar às oito horas. O ouvinte ligava e pedia a sua música. Havia liberdade de atender ao pedido do ouvinte na hora, tendo inclusive participações ao vivo. Às dez era hora do “*Remember*”, um programa com flashbacks dançantes e “remixes” de flashbacks.

No domingo, às duas da tarde, o “Solar 88 graus” tocava as músicas do momento, sempre animadas e envolventes. Às seis da noite era hora do Circuito Sertanejo: o melhor do sertanejo universitário, inclusive com artistas locais.

O que se percebe é uma programação voltada para os jovens, com promoções, enquetes, participações ao vivo, músicas e ritmos diferentes. Uma mistura que agrada a um determinado público.

A programação atual (2014) já se diferencia na quantidade de horas em que a programação é ao vivo. Hoje, o locutor começa seus trabalhos às sete da manhã, depois do “Alto Astral”, que é totalmente gravado. É válido ressaltar que antes do “Alto Astral” existem dois programas: “Madrugada Emoção” (2h às 4h) e o “Sertanejo” (4h às 6h).

O primeiro programa ao vivo é o “Música e Informação 1º Edição”, que vai até as oito da manhã e o próprio nome traduz o programa. Para a coordenadora Cristiane Fernandes, que também apresenta o jornal, “o Música e Informação é, em termos de conteúdo, o que [...] tem de mais forte (aqui) na FM. Uma mistura de *midbacks*, *flaschbacks* com informação. Destas informações tem notícias locais, nacionais e internacionais, produzidas pelo departamento de jornalismo da rádio”. Depois disso, a Solar FM fica sem um programa específico até às cinco horas da tarde. Nesse período, os locutores anunciam e desanunciam músicas e sem participação ao vivo do ouvinte. Essa relação foi totalmente cortada pela nova proposta. As participações ocorrem via telefone, site ou redes sociais.

Cinco horas da tarde entra no ar o “*Top Solar*”. É o resumo das músicas mais pedidas pelos ouvintes, seja por telefone, redes sociais ou site, no dia ou na semana. Durante o programa não há intervalos comerciais. É uma forma de fidelizar o ouvinte, tocando o maior número de músicas em uma hora. Seis da noite é hora da segunda edição do “Música e

Informação”. Às sete horas começa o tradicional jornal “A Voz do Brasil”. O locutor volta com a programação musical às oito horas e fica até às dez. A partir desse horário a Solar FM passa a funcionar no piloto automático. O “Saudade”, um programa constituído por clássicos nacionais e internacionais, é o que vem em seguida, terminando às duas horas da manhã.

Uma observação a ser feita é a de que existe um boletim informativo, chamado de “Solar Ligada em Juiz de Fora”, que exibido em 14 edições, sempre em horas e vinte (7h20; 8h20;...) até às 21h20. O jornal se trata de uma nota jornalística local lida pelo locutor do horário.

Também existem os chamados “programetes”, como por exemplo, “Auto Papo”, “Diz aí Claudinha”, “Papo de mulher” e o “Zine Cultural”. São programas que possuem uma pequena duração e que transmitem ao ouvinte alguma informação, podendo ser desde entretenimento a comportamental.

O “Auto Papo” é um programa que fala sobre o automóvel, abordando desde assuntos mais simples, como por exemplo, o melhor combustível para ser utilizado, chegando a falar de funcionamento de motor e de caixa de câmbio. Tudo com uma linguagem de fácil entendimento. Ele é produzido e apresentado pelo jornalista e engenheiro Boris Feldman, e é adquirido em forma de pacotes. Na grade ele é apresentado em duas edições diárias durante a semana: 8h40 e 16h40.

O “Papo de mulher” é uma parceria entre a Solar FM e a esteticista Alcione Marocolo e aparece em dois horários na programação diária, às 12h e às 17h. A produção e apresentação ficam a cargo da esteticista, já a edição é responsabilidade da emissora. O programa é “produzido a partir de nossas experiências com a área, tutoriais, matérias de revistas, sites especializados e etc. O foco são as mulheres, mas o programa é abrangente e extrapola a questão de gênero”. (Apêndice 8). De acordo com Marocolo, “o programa Papo de Mulher está no ar há 18 anos (desde 1996, quando teve início na extinta Rádio Alvorada FM). [...], tem formato de 1 minuto de duração com dicas de saúde, beleza, qualidade de vida e comportamento”.

O “Zine Cultural” é o que possui maior duração, podendo chegar a dois minutos. Ele também é o que tem maior quantidade de veiculações, são 19 por semana. O programa traz a agenda cultural da região, sempre pontuando as melhores festas. É uma parceria entre o portal “Zine Cultural”, responsável pela produção e apresentação (Alexandre Silveira) e a Solar, que cuida da edição.

O único “programete” produzido na Solar FM é o “Diz aí Claudinha”. Ele é apresentado pela pesquisadora do rádio e jornalista Cláudia Figueiredo, que faz parte do

quadro de funcionários da emissora. A mais de um ano no ar, a jornalista o define como “pílulas de cultura”. Ainda de acordo com ela, o objetivo do programa é dar notícias do entretenimento, principalmente música e cinema, porém, ser ir para o lado da fofoca:

O programa fala sobre lançamentos de filmes, músicas, principalmente cinema e música. Premiações referentes ao cinema, música, etc. A gente pensou nele para dar notícias do mundo entretenimento, porém, sem ter o viés de “fofoca”. Mesmo porque, o público que se pretende alcançar é o público igual ao perfil que a gente almeja: o BC 25 anos mais. E às vezes fica até difícil também conseguir notícias em sites especializados porque, infelizmente, você tem uma indústria hoje que só fala da vida pessoal e a carreira fica de lado. A gente pesquisa em site de fora daqui, dos Estados Unidos, da Inglaterra, da França, que é para gente ter outras fontes de informação. (Cláudia Figueiredo. Apêndice 10).

Aos finais de semana a programação mantém-se linear, com um “Top Solar” pela manhã (11h às 12h). No decorrer do sábado e durante todo o domingo a programação fica em quase 100% musical, com exceção do “programete” “Zine Cultural”. Outra diferença, nos finais de semana os blocos musicais diminuem, passando a ser de 15 minutos e, conseqüentemente, o locutor faz mais participações.

O que se percebe de início é a diminuição da quantidade de programas. Antes eles se espalhavam por toda a grade e agora, a programação mais linear é o que comanda a rádio. Os programas de interação como o “Caça ao Tesouro”, que tinham participações dos ouvintes, bate papos, foram retirados do ar e em seus lugares ficaram as músicas.

Dentro de uma hora o locutor é acionado três vezes. Ele abre a hora e depois retorna “desanunciando” o bloco musical, que costuma ter 20 minutos de duração, cerca de cinco canções. Em seguida vem o intervalo comercial e novamente o bloco musical. O mesmo processo acontece minutos depois. É a última participação do profissional nessa hora.

Quando olhamos para a nova grade vemos que os chamados “programetes” têm a função de quebrar a linha de músicas. Eles entram sempre após a fala do locutor e antes do intervalo comercial. Com exceção dos informativos jornalísticos, podemos ver que são estes pequenos hiatos na programação que levam conteúdo aos ouvintes.

A atual programação, nada mais é, do que o retrato da pesquisa feita pela “Sieg” em 2012. O maior público concentrava-se nas classes econômicas B e C e foi nessa faixa que se concentraram as apostas da emissora. A partir do gosto desse público que a nova grade foi sendo montada. Hoje, o “Solar Ligada em Juiz de Fora” é a notícia curta que o ouvinte queria. As promoções de convites para shows e com duração reduzida estão no ar. As notícias de entretenimento e comportamento estão no “Diz aí Claudinha” e no “Papô de Mulher”. Talvez hoje, depois de carregar durante tanto tempo as características das rádios AM, a Solar FM

esteja criando sua cara. A Solar FM entendeu que, nos dias atuais, ter uma programação linear é mais importante do que ter o principal locutor da cidade. Tanto que ela atendeu a outro “pedido” da população, quando diminui o espaço dos locutores no ar. Na atual programação, o espaço destinado a ele foi drasticamente reduzido.

O trajeto que a emissora tenta seguir hoje é ainda pouco conhecido no meio do rádio. Não dá para falar hoje, que a Solar é generalista totalmente, já que mesmo atendendo a uma quantidade relativa de camadas, algumas ainda são excluídas por ela, como o público do Hip Hop, do Rock, etc. No entanto, se considerarmos que, dentro da generalista ainda há outros três submodelos: organização dos conteúdos por blocos, na forma de mosaico e por continuidade, como citam Darolt, Hostert, Reis (2010), aí sim podemos chamá-la de generalista, dentro de um submodelo, o de organização de conteúdos por blocos. Também podemos falar que a programação da emissora é segmentada. Baseando-se na pesquisa “Sieg” a nova grade musical foi pensada nesse público que se pretende atingir, com programas, músicas e promoções na dose pedida pelo ouvinte.

4.1 A CONSEQUÊNCIA DA MUDANÇA

Após a consultoria a Solar passou a segmentar sua programação para as classes B, C, 25+, fazendo com que a programação se tornasse mais adulta, mas sem deixar de ser popular. Outra novidade foi a implantação de um sistema que ajuda a selecionar os tipos de músicas e a quantidade de vezes que eles serão executadas no dia. Seluana diz que “com a consultoria foi implantado, no setor de programação musical, um sistema de filtros, [...]. Quanto melhor a colocação da música, maior será o número de vezes que a mesma irá ser executada na emissora no dia”. A colocação que a discotecária refere-se é a da popularmente conhecida como *Crowley*, uma multinacional especializada em monitoração eletrônica de rádios, presente nas principais cidades do país, atuando no Brasil desde 1997 (Publicado na Revista Rádio&TV Janeiro/Fevereiro/Março – 2004). A discotecária, Seluana, afirma que na Solar FM “atualmente o importante é tocar o sucesso também, porém em uma programação mais linear, onde a rádio não se diferencia ao longo dia, com menos quadros e programas, menos interação com o público, menor número de promoções, etc”.

A mudança na programação fez com que alguns estilos musicais, considerados jovens, ficassem com um número de execuções menor ou até mesmo sendo excluídos da grade. São os casos do *Hip Hop* e de alguns pops internacionais.

O *Hip Hop* é um dos principais estilos que saíram da programação. Os demais ritmos foram reduzidos, como o pop internacional, por exemplo, que atualmente só é inserido na programação quando está muito bem na *Crowley*, é tema em alguma novela ou foi um grande sucesso, como ocorre na edição dos Clássicos Solar FM, Música e Informação e Saudade Solar. O pop internacional adolescente é evitado por não ser o público que a rádio procura atingir. (Seluana Horácio. Apêndice 7).

O jornalismo tem espaço na nova programação da Rádio Solar FM. O “Música e Informação”, em duas edições (7h e 18h), como já falado anteriormente é um programa que mistura música com jornalismo. A emissora conta agora também com o “Solar Ligada em Juiz de Fora”, um noticiário veiculado 13 vezes ao dia, começando às oito e vinte da manhã e terminando às nove e vinte da noite, sempre de hora em hora e trazendo uma nota local. Além disso, o departamento de Jornalismo tem liberdade de entrar a qualquer momento para trazer informações relevantes.

4.2 PROMOÇÕES

Outro departamento que sofreu mudanças foi o de promoções. Agora elas são destinadas ao público mais “velho”. A Solar FM passou a levar seus ouvintes para curtirem espetáculos musicais, shows de Roupas Nova, Elba Ramalho, Vanessa da Mata, Roberto Carlos, entre outros. Hoje você não encontra promoção de CDs, DVDs, Kits e similares. Agora, a rádio te leva para comer em restaurantes elegantes e para curtir shows em casas de shows consagradas. Acredita-se que assim, o público alvo vire-se para a emissora. A Solar FM busca estar presente em eventos que possam fortalecer sua marca.

Para Del Bianco (1993, p.21) “as promoções revertem em incremento de venda de espaço na programação. Cada vez mais as emissoras de rádio estão preocupadas em realizar promoções criativas e inteligentes”.

Del Bianco (1993, p.22) coloca que

As promoções são bons indicadores de audiência e um bom teste para medir a fidelidade do ouvinte. Serve também para abordar o cliente, mostrando que se pode fazer algo personalizado e que dê retorno imediato. Empresários do ramo acreditam que o futuro do rádio será alavancar promoções ligadas às marcas dos anunciantes. (Del Bianco, 1993, p.22)

Na emissora também é possível saber com quais promoções o ouvinte mais se identifica. Isso fica claro quando observamos o número de participações em determinadas promoções. A promoção do show internacional do cover dos *Beatles*, intitulado “*AllYouNeedIs Love*”, e apresentado no Cine Theatro Central, obteve apenas 16 cadastros.

Um ponto a ser destacado é a média de idade dos participantes: 41,5 anos. As mulheres dominam no número de participações: 87,5%.

Outra promoção que não teve grande participação do público foi a do show da Elba Ramalho juntamente com Geraldo Azevedo. Apenas nove cadastros e destes apenas um era do sexo masculino. Pelas duas promoções é possível traçar um perfil destes ouvintes. A maioria mulheres e com idade acima dos 40 anos.

Quando a Solar faz uma promoção voltada para teoricamente um público mais jovem, o número de participações cresce. Um exemplo é o show da cantora Vanessa da Mata. Três dias antes do fim da promoção 67 pessoas haviam feito o cadastro. Mais uma vez as mulheres eram a maioria, com cerca de 70%. Apenas 18 homens cadastraram-se.

4.3 O PAPEL DO LOCUTOR

Hoje, além de contar com apenas três locutores durante a semana, o horário que eles ficam no ar também foi reduzido. O primeiro “Bom dia” ao vivo na Solar só é dado às sete horas da manhã. Os locutores também tiveram que se adaptar à nova proposta da emissora. Antes, a programação era mais falada, com programas que recebiam participações ao vivo de ouvintes e de bate papo com os apresentadores. Segundo o locutor Léo Bachini, “a linguagem era mais popular, mais despojada e próxima da linguagem do ouvinte”. Agora a quantidade de falas é menor. O consultor Andrews fala que “como a Rádio é musical, a fala deve ser bem dosada, para não interromper demais as músicas. Programas e quadros que saíram eram muito falados. Distribuiu-se mais as informações pela programação”.

O que se nota é que, com a nova proposta de programação da emissora, o locutor fala somente o indispensável.

A opinião da coordenadora e também locutora Cristiane Fernandes retrata bem o que foi dito anteriormente. Ela se diz presa e por isso não consegue mostrar todo o seu potencial:

Eu sei que eu posso ir muito mais além, na questão de atrair o ouvinte. Eu acho que existe o comunicador e existe o locutor. Hoje o locutor anuncia e desanuncia uma sequência musical e fala a hora certa. Isso até o piloto automático pode fazer. E o comunicador vai muito mais além disso. (Cristiane Fernandes. Apêndice 1).

Mesmo com o pouco tempo no ar, o locutor Léo Bachini, diz que “apresenta a programação normal, com espaço para mandar alô para ouvintes, para jornalismo ou ações publicitárias”.

Outro locutor da emissora, Marco Antonio Orlandi, funcionário desde o início de 2014, e que já teve passagens por emissoras importantes pelo Brasil (Rádio Rock SP, Transamérica, Globo FM), fala como é trabalhar atualmente na Solar FM:

[...] cada momento, no caso cada veículo, tem uma forma de funcionar. Você tem um formato que você tem que profissionalmente exercer. Então no momento, eu acho que a forma, a quantidade de vezes que eu entro falando como locutor, no meu horário, é bastante razoável, ante ao que eles querem, enquanto publico alvo, enquanto formato para si. É um formato bastante razoável, bom! (Marco Antonio Orlandi. Apêndice 9)

A forma mais clara de identificação de uma emissora radiofônica é a sonoridade. Os *jingles*, as vinhetas, as músicas e principalmente, a voz dos locutores. Conforme Moreno (2004, p.143) “nesse sentido, a voz da emissora reforça a imagem da marca. Portanto, as características da voz é que dão personalidade à emissora e a sua programação”. Seguindo esse raciocínio, atualmente na Solar FM, o padrão pode ser visto nas vinhetas, com a voz do mesmo profissional, na quantidade de vezes que o locutor participa e a forma na qual ele faz isso.

4.4 O DESEJO DO OUVINTE X A FRUSTAÇÃO

O ouvinte já começou a sentir a nova programação da Solar FM. No, início eram muitos pedidos para que programas como o “Dizem” e o “*Beat*” voltassem ao ar. Promoções e programas como o “Caça-tesouro”, até hoje são lembrados pelos ouvintes. Outra promoção de sucesso era a “Solar Banca sua festa”, onde os aniversariantes da semana faziam cadastro e na sexta-feira o sorteado recebia uma festa para 20 pessoas.

Os pedidos de estilos musicais que a rádio não executa mais ainda são comuns. O desejo não realizado acaba gerando uma frustração naquele que sempre foi ouvido pelo programador.

Depois de décadas sendo uma rádio super popular seria difícil que os fãs do Funk, Hip Hop e Rock parassem de pedir as suas músicas preferidas e o desejo da emissora é que aos poucos os ouvintes se acostumem com essa nova proposta.

4.5 O RESULTADO DA PESQUISA IBOPE

No final de 2013, a Solar FM participou de um grupo que solicitou uma pesquisa Ibope em relação à audiência na cidade de Juiz de Fora. Nas planilhas podemos observar que a Solar está conseguindo atingir parte do seu objetivo, mesmo ainda dependendo do seu antigo público para ter audiência. A pesquisa foi realizada entre os dias 18 e 25 de novembro de 2013 e contou com a participação de quatro emissoras de frequência modulada na cidade.

No índice de audiência geral, a Solar aparecia na segunda colocação, com menos da metade da audiência da primeira colocada e apenas dois por cento a frente da terceira. O detalhe é que a diferença entre a segunda e a quarta emissora era de apenas quatro por cento. Veja no gráfico “Índice Geral de Audiência”.



Ibope 2013

O próximo gráfico, referente à classe C, acima de 25 anos, e de ambos os sexos, mostra a Solar FM na segunda colocação. O que se percebe é que a primeira colocada está bem à frente e a terceira e quarta aparecem bem próximas.



Ibope 2013

No gráfico a seguir, também referente à classe C e acima dos 25 anos, mas agora só com o sexo masculino, a Solar FM é líder de audiência. Nesse gráfico podemos ver que a emissora vai bem nesse sexo, obtendo mais de um quarto da audiência em Juiz de Fora.



Ibope 2013

O próximo gráfico, também referente à classe C e acima dos 25 anos, mas agora só com o sexo feminino, a Solar FM também aparece na segunda colocação. Fica clara a superioridade da primeira colocada em relação às demais. Ela possui mais da metade de toda

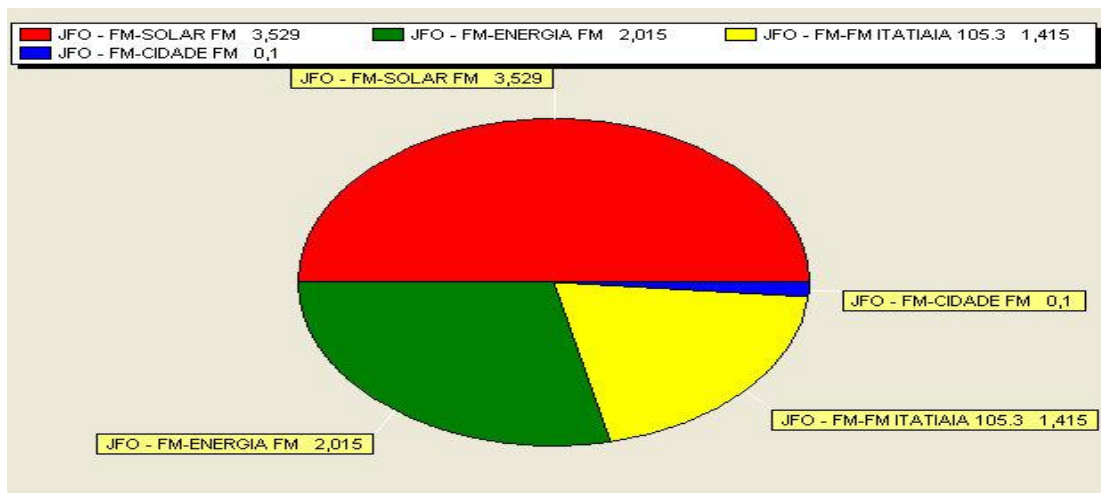
audiência de Juiz de Fora. São mais de 5.800 ouvintes por minuto. A Solar aparece com 2.360 ouvintes por minuto, mostrando certa vantagem em relação à terceira colocada e boa margem em cima da quarta.



Ibope 2013

Nas classes DE, acima de 25 anos, e de ambos os sexos, é que aparece grande parte do público da Solar FM. A emissora aparece na primeira colocação com metade da audiência nesse seguimento. Se essa fatia da população fosse maior, possivelmente a Solar aumentaria a sua vantagem em relação à terceira colocada, isso quando falamos de audiência no geral. Veja:

DE/25 Anos +/ Ambos os sexos



Ibope 2013

No gráfico a seguir, referente às classes AB, acima de 25 anos, público feminino, a Solar é líder aos sábados e domingos, com uma pequena diferença entre a segunda e a terceira colocada em relação à última.



Ibope 2013

Na classe C, entre 40 e 49 anos, a Solar FM é segundo lugar em ambos os sexos. Mais uma vez a diferença é bem pequena em relação à primeira colocada. Observe:



Ibope 2013

Ainda na faixa etária entra 40 e 49, mas agora no sexo masculino e de segunda a sexta, a fatia de audiência da emissora é maior que 50%. Uma larga vantagem em relação às outras. Veja no gráfico referente à classe C:



Ibope 2013

Entre o público masculino (40 a 49 anos) e nas classes mais ricas (AB), a Solar aparece com boa audiência nos sábados e domingos. Ela obteve 43% da audiência em Juiz de Fora. Líder isolada. Observe:



Ibope 2013

Além de ser líder no segmento C/50 A 59 Anos/Ambos Os Sexos, a Solar FM vê seu público aumentar nos finais de semana. Veja a seguir;



Ibope 2013

Em Juiz de Fora, na classe C, a partir de 60 anos, o gráfico mostra a Solar líder de audiência em todos os sexos. Ela obteve mais de 90% da audiência de segunda a sexta. Outro detalhe é que duas emissoras não pontuaram nessa faixa.



Ibope 2013

De forma geral, a emissora conseguiu conquistar um número maior de ouvintes do que ela havia atingido em 2012 e a busca agora é por um crescimento ainda maior. Veja o que fala a coordenadora artística Cristiane Fernandes:

Já é possível sentir uma mudança. Na última pesquisa Ibope (2013), a gente estava em segundo lugar e em determinados horários em terceiro. Houve uma mudança, uma leve melhora. Agora com a nova pesquisa a gente vai saber se essa melhora continuou, paralisou ou caiu. A minha expectativa é que a diferença diminua em relação à primeira colocada, que tinha quase 100% da fatia do nosso público. (Cristiane Fernandes. Apêndice 1).

No entanto, a antiga diretora artística da Solar, Elizabete Gouvea, pensa diferente. Ela afirma que “não se é primeiro lugar segmentando o veículo. Tem mercado para todo mundo. Mas a escolha da proposta tem de ser focada no tamanho da fatia que você deseja ter neste mercado”. (Apêndice 5). A Solar FM apostou neste seguimento (BC25+) e agora, dois anos depois da mudança em sua grade de programação, os resultados começam a ficarem mais claros. Aquele público de antigamente, das classes D e E, continua fiel à Solar, o problema é que ele já não é tão grande como há 15, 20 anos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Depois de conhecer e analisar um pouco da história da Rádio Solar FM durante esses últimos meses, pode-se observar, por parte da maioria dos entrevistados, um sentimento de angústia por ver o caminho que a rádio tem seguido nesses últimos tempos. A emissora, que durante décadas foi líder de audiência na cidade, hoje vive momentos de falta de identidade. Aquela que no passado foi sinônimo de sucesso na programação musical, na qualidade de som, no padrão de rádio e na audiência viu todas essas conquistas irem se esmaecendo.

A culpa é de quem? Acredito que os profissionais não tenham culpa, já que muitos estão lá já há algum tempo e viveram o período de glória. Do público? Esse, no meu modo de ver é o que tem menos culpa, afinal, não se troca o ótimo pelo ruim. Essa troca se deu por algum motivo.

Acredito que o abandono por parte dos ouvintes se fez por conta de alguns aspectos. O fator mais marcante foi na programação. Tanto musical quanto na grade em geral. A repetição de algumas músicas, tidas como sucesso, chega a incomodar alguns ouvintes. Também há situações em que acaba de tocar um clássico da música internacional ou mesmo nacional, e na sequência entra um sertanejo universitário ou um pagode. Nada contra os estilos, mas a cabeça de quem está ouvindo deve ficar meio confusa. O programa de maior conteúdo, as duas edições do “Música e Informação”, leva no nome o slogan da concorrência e isso faz a diferença, principalmente na questão da identidade da rádio para com o ouvinte.

Na atual grade, não há nada que chame o público para que ele participe. O telefone, que por muitos anos foi um aliado, hoje já quase não tem função. Com o fim das participações ao vivo, veio o quase fim da interatividade, e isso reflete nos cadastros das promoções. Pouquíssimas têm algum apelo. O rádio é interatividade e a Solar usa pouco isso. Ela se esqueceu de que estamos na era da internet e que grande parte da população de Juiz de Fora tem acesso a ela, principalmente as classes BC, o público que a emissora busca alcançar.

Na questão das locuções, que ficaram mais engessadas de 2012 para cá, até se compreende de que o excesso nas falas possa espantar o ouvinte, no entanto, o ouvinte espera muito mais do que só músicas, ele quer conteúdo, principalmente o público da classe B. As pessoas sintonizam o seu aparelho para ter notícias, ouvir uma mensagem, ganhar um “bom dia”, um “alô”, e até mesmo para ganhar prêmios, pois, músicas elas ouvem no celular, CD. , todo mundo tem pen drive. O ouvinte é carente e cabe ao locutor fisgá-lo, e como ele faz isso? Através da locução.

Na teoria, existe o público que a Solar pretende atingir. Ele é grande e consome muito, como pudemos ver nos dados no decorrer do trabalho, no entanto, a concorrência já o atende com mais personalidade. O público adulto da classe A prefere a FM Itatiaia e o popular vai com a Energia (atual Alô FM). Ambas já tem isso consolidado.

Para concluirmos, é de suma importância que a Solar FM decida o lado que ela quer ficar. Uma rádio que carrega consigo um história e tradição em ser popular não pode simplesmente mudar a chave e achar que o ouvinte vai aceitar. Uma nova pesquisa do Ibope deve sair ainda em 2014, e possivelmente o resultado norteará o caminho que a emissora vai seguir. Uma coisa é certa, a Solar precisa adquirir uma nova identidade ou aceitar a sua essência de ser jovem popular. Se a escolha for a primeira, o passo inicial deve ser na mudança no nome, já que ele carrega uma carga histórica muito grande, porém, se a escolha for a volta do jovem popular, seria preciso rever a forma de se comunicar, interagir e de informar. Outra emissora do grupo, a Rádio Solar AM, está prestes a mudar toda a sua programação. A partir de 2015 ela passa a ser chamada de CBN Juiz de Fora, lembrando ainda que, no ano que vem a emissora também já deve migrar para o espectro FM. Por estes e outros motivos, não será um espanto se a Solar FM resolver fazer uma nova transformação em toda sua programação.

REFERÊNCIAS

- BARA, Sérgio; PEQUENO, Isabel. **Os anos dourados do rádio em Juiz de Fora**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 1991.
- BIANCO, N.: **Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas**. Rio de Janeiro/Brasília: EDUERJ/UNB, 1999.
- CEBRIÁN HERREROS, M. **Información radiofónica**. Mediación técnica, tratamiento y programación. Madrid: Síntesis, 2001.
- CROWLEY. **ABERT assina convênio com empresa de monitoração eletrônica de rádios**. Disponível em: <http://www.crowley.com.br/informacoes/noticias/noticias_007.asp dia 24/09/2014 14:33>. Acesso em: 24 Set. 2014.
- DAROLT, E.; HOSTERT, G.; REIS, C.. **A construção da identidade Sonora nas emissoras de rádio com programação musical destinada ao segmento adulto contemporâneo (AC) EM Blumenau/SC**. In: INTERCOM SUL, 2010, Caxias do Sul. Anais... Caxias do Sul: UCS, 2010.
- DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. **FM no Brasil 1970-79: crescimento incentivado pelo regime militar**. Comunicação & sociedade, São Bernardo do Campo: Instituto Metodista de Ensino Superior, ano 12, n.20, p.133-147, dez. 1993.
- FERNADES, Cristiane Hubner. **A Programação da Rádio Solar AM e o pioneirismo em Juiz de Fora**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Presidente Antônio Carlos, Juiz de Fora, 2006.
- FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio – o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra-Luzzato, 2000.
- KEITH, M. C. **Técnicas de producción de radio**. Boston: Focal Press, 1990.
- MANSUR, Fernando. **No ar o sucesso da Cidade: a que pegou todo o mundo de surpresa**. Rio de Janeiro: JB, 1984.
- MARTÍ, J. M. **La programación radiofónica**. In: MARTÍNEZ-COSTA, M. P.; MORENO, E. (Coord.). Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia. Barcelona: Ariel, 2004.
- MOREIRA, Sônia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991
- MENESES, J. P. **As dez rádios mais ouvidas em Portugal: Os formatos nas estratégias de programação**. Disponível em: <<http://formatosdaradio.no.sapo.pt/indice.htm>>. Acesso em: 29 setembro 2014. 21:05.
- ORTRIVANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

SAPO. **Formatos da rádio**. Disponível em: <<http://formatosdaradio.no.sapo.pt/indice.htm>>
Acesso em: 23 Set. 2014.

VIERA, Sérgio. **País terá novo modelo de classes sociais a partir de janeiro de 2014**.
Jornal O Globo. [online]. Agosto. 2013. Disponível em:
<<http://oglobo.globo.com/economia/pais-tera-novo-modelo-de-classes-sociais-partir-de-janeiro-de-2014-9469086#ixzz3HdEu26vT>>. Acesso em: 30 Nov. 2014.

WIKIPÉDIA. **Programete**. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Programete>>.
Acesso em: 30 Out. 2014.

APÊNDICES

APÊNDICE 1

Entrevista (áudio) Cristiane Hubner Fernandes, jornalista, locutora e coordenadora artística da Solar FM.(20/10/2014).

Há quanto tempo você trabalha na Rádio Solar?

Desde 1999 como locutora e há dois anos como coordenadora artística.

Então você pegou toda a transição?

Não necessariamente. Quando eles fizeram as modificações aqui, eu era coordenadora de jornalismo. Quando eu assumi a coordenação artística, a nova proposta já estava implantada, mas era muito recente. Fui contratada para manter o que estava no papel.

Como você essa mudança?

Bom, eu acredito muito no rádio vanguardista, no rádio com muita comunicação, com quadros, com entretenimento, com participação maciça dos ouvintes, por que afinal de contas a gente é meio refém do ouvinte que através do ouvinte que a gente sabe se está sendo bem recebido, com audiência. O ouvinte para mim é peça fundamental. Num pedestal eu colocaria o ouvinte em primeiro lugar. Não é muito a realidade de hoje, mas devido às propostas, já que a proposta foi essa, mas, como profissional e com ética, que toda função exige, eu estou trabalhando em cima da proposta que foi dada a ideia pela consultoria artística. Eu tenho minha opinião em relação ao FM hoje em Juiz de Fora, principalmente no Brasil. Eu não acredito no rádio musical somente, eu acho que hoje em dia, a facilidade de fazer download, em constituir o seu playlist e escolher a dedo as músicas que você quer ou não ouvir é muito fácil, muito maior. Então o rádio musical tem que ter atrativo para bater com ele, e o atrativo seria a comunicação, mais comunicação: quadros, participação, mais conteúdo.

Você acha que tem espaço para essa proposta em Juiz de Fora?

Aqui em Juiz de Fora tem. Têm rádios que fazem isso. Mal, mas fazem. Acho que poderia fazer muito melhor. Muitas pessoas confundem conteúdo com falação. Acham que falar demais vai preencher aquele buraco, porque a música não pode ficar o tempo tocando. Eu acho que não é bem por aí. Primeiro, para você conseguir essa “falação”, você tem que ser um

bom comunicador e atrair o ouvinte para você, e isso é difícil. Eu acho isso muito difícil. É uma linha muito tênue entre você ser carismático e chato. E isso se confunde muito em Juiz de Fora. Achar o ponto ideal e conquistar os seus ouvintes, é um desafio.

Você também é locutora na emissora. Você se sente presa com essa nova proposta? Acha que poderia dar mais para a Rádio?

Sem dúvidas. Eu sei que eu posso ir muito mais além, na questão de atrair o ouvinte. Eu acho que existe o comunicador e existe o locutor. Hoje o locutor anuncia e desanuncia uma sequência musical e fala a hora certa. Isso até o piloto automático pode fazer. E o comunicador vai muito maisalém disso. É o rádio FM que eu acredito. Com comunicação para atrair os ouvintes.

Você falou dos programas. Como eles eram os programas?

Os programas tinham um atrativo, por exemplo, um programa que ficou muito tempo no ar foi o Caça ao tesouro. Foi apresentado pelo Gil Horta e idealizado por Joélson Jaime, famoso “Joe”. Esse programa oferecia uma quantia em dinheiro, e em troca ele fidelizava a audiência do ouvinte. Um programa que era transmitido de oito às dez da manhã, com dicas pontuais dadas pelo locutor. E a pessoa que estava em casa, se ela não pegasse o início do programa ela não iria saber as outras dicas. O locutor amarrava isso muito bem. As dicas eram muito inteligentes e os ouvintes que participavam do “Caça” eram ouvintes aqueles ouvintes que participavam há muitos anos, porque as dicas não eram fáceis. Eram dicas que faziam você pensar e aumentar o volume. No fim, as dicas resumiam o nome de uma canção. Você tinha a fidelização do ouvinte, a certeza de que ele estava te ouvindo e a credibilidade do programa. Foram muito anos no ar e é um programa que eu sinto muito falta aqui na Solar FM.

Como são os programas de hoje?

Hoje nos temos o Alto Astral, com o João Bidu (Horóscopo), de segunda a sábado. O Top Solar FM, de segunda a sexta, com as melhores músicas do momento. O Música e Informação, que é, em termos de conteúdo, o que a gente tem de mais forte aqui na FM. Uma mistura de meedbacks e flaschbacks com informação. Destas informações tem notícias locais, nacionais e internacionais, produzidas pelo departamento de jornalismo da Rádio. O Música e Informação pra mim hoje é que tem mais conteúdo na FM, e em duas edições. Temos o Saudade, um programa de flaschbacks, que começa às dez, quando a rádio entra no piloto automático; outra mudança também meio radical porque a rádio ia ao vivo até meia noite,

então quer dizer, dez horas da noite, por mais que Juiz de Fora não seja uma metrópole, ainda tem muita gente ouvindo. Temos “programetes” como Auto Papo sobre carros, Papo de Mulher, dando dicas de beleza, o Zine Cultural, dando dicas sobre festas e eventos de Juiz de Fora e região, entre outros. O Auto Papo, com Boris Feldman, é um programa muito bom, eu gosto muito, porque o cara tem uma linguagem dinâmica, super próxima do ouvinte, e ele entende muito de mecânica. São dicas e orientações tanto para mulher, quanto para o homem. Ele é muito natural, com uma linguagem do rádio. A Rádio Solar comprou o programa.

Qual era o espaço que o jornalismo tinha e qual o papel dele hoje na nova grade?

Antes o jornalismo tinha maior espaço. Uma coisa que eu sinto muita falta aqui hoje, é que a gente não tem nada de esporte. E a gente tinha um quadro de esportes, com o “Marcos Moreno”, um narrador esportivo, um cara sensacional, que aproxima muito o ouvinte dele. Ele tem um dom. Ele é um personagem engraçado. Era um quadro que tinha participação maciça dos ouvintes, que davam palpites sobre os jogos e eu sinto falta disso. Juiz de Fora tem o Tupi que vai bem na Série C do brasileiro e a gente não fala nada de esporte. Outro ponto é de que antigamente existia uma maior flexibilidade de entrar fora de hora para dar uma notícia, a não ser uma notícia extraordinária.

Como você acha que os ouvintes enxergam a rádio hoje?

Não sei, acho que só a pesquisa Ibope pode mostrar.

Como vocês querem que eles enxerguem?

Meu sonho é colocar a rádio novamente em primeiro lugar. Eu sei que para isso algumas mudanças devem ser feitas, mas, como é necessário e relevante dados e amostras, porcentagens e números concretos, a gente vai esperar a pesquisa Ibope. É o segundo ano da mudança. Segundo a consultoria artística, no mínimo seriam dois anos para ouvinte sentir e entender que a rádio mudou.

Já é possível falar que houve uma melhora?

Já é possível sentir uma mudança. Na última pesquisa Ibope (2013), a gente estava em segundo lugar e em determinados horários em terceiro. Houve uma mudança, uma leve melhora. Agora com a nova pesquisa, a gente vai saber se essa melhora continuou, paralisou ou caiu. A minha expectativa é que a diferença diminua em relação à primeira colocada, que tinha quase 100% da fatia do nosso público.

Você acha que com esta proposta é possível chegar ao primeiro lugar?

Eu sou otimista. A gente sempre pensa que a grama do vizinho é mais verde que a da gente, mas o vizinho também tem muitas falhas. Muitas vezes eu também penso que a grama do vizinho não está tão verde assim. Vamos esperar chover.

APÊNDICE 2

Entrevista (e-mail) Eduardo Andrews, radialista e consultor (17/09/2014).

Qual o seu nome completo?

Eduardo Andrews Caracciolo

Qual sua formação acadêmica e sua experiência no meio de comunicação Rádio?

Sou formado em engenharia civil, profissão que só exerci durante seis meses. Sou radialista desde os 18 anos, tendo começado como locutor e aos 27 anos coordenei a primeira Rádio. Vou fazer 47 anos de Rádio.

Como foi planejada a nova programação da Rádio Solar?

Com a liderança consolidada da Rádio Energia, a ideia era encontrar uma brecha no mercado para atingir um público que estivesse mal atendido. Foram dadas algumas opções para a direção, que optou pela mais próxima do perfil já adotado.

Qual o objetivo dessa nova proposta? Ela busca atingir qual público?

A escolha foi o público adulto popular, que além de não ter outra emissora voltada pra o segmento, é o público que o Rádio menos perde para as novas mídias.

A expectativa é de que com a nova programação a emissora angarie um maior público ou que consiga ouvintes com um poder aquisitivo maior?

Um público maior e, por ser um público de mais idade, com maior poder aquisitivo do que o jovem.

Com a mudança, a tendência seria ganhar ou perder audiência? Por quê?

Ganhar. Aliás, esse crescimento já foi notado em pesquisa feita pelo Ibope, que mostra a Rádio Solar em segundo lugar de audiência, em Juiz de Fora. Antes, estava em quarto lugar.

Alguns programas foram extintos e o jornalismo ganhou mais espaço, isso também faz parte da nova proposta implantada? Como isso faz diferença na programação?

A informação é fundamental, no Rádio, ainda mais para o público adulto. Numa cidade como juiz de Fora, o Rádio ainda é mais importante, como veículo de informação. Mas, como a

Rádio é musical, a fala deve ser bem dosada, para não interromper demais as músicas. Programas e quadros que saíram eram muito falados. Distribuiu-se mais as informações, pela programação.

Em quanto tempo é necessário para que os ouvintes se acostumem com a nova cara da emissora?

Pra se acostumarem, não precisa muito tempo. O que demora é para conseguir novos ouvintes. Para as pessoas saírem “de onde estão”, para procurarem outras Rádios. E criarem novos hábitos. E campanha publicitária é muito cara para o tamanho da verba do Rádio

APÊNDICE 3

Entrevista (e-mail) Gutemberg Gomes, radialista (11/11/2014).

Qual o seu nome completo e como eu posso creditá-lo no meu trabalho?

Gutemberg Gomes é também o meu nome artístico.

Em que época você trabalhou na Rádio Solar FM? Em qual função?

Trabalhei na Solar FM, com apresentações esporádicas na Solar AM entre os anos de 1989 e 1991 do milênio passado.

Como era a programação da emissora? Que tipo de programas?

A Solar FM tinha um perfil popular, que a diferenciava bastante da principal concorrente à época, Manchester FM. Em termos musicais, a programação era baseada nos hits do momento, músicas de novela, sucessos nacionais e internacionais. Apresentei durante esse período de 3 anos o programa “O Som da Cidade” que segundo uma medição de audiência realizada então, chegava a ter 81% de audiência. O programa nos dava também abertura para realizarmos eventos nas principais casas de shows de Juiz de Fora, como ABCR, ASE, Karavan, Dream’s, Montesinas, Rex Dancing e várias outras.

Numa época pré-internet, o apresentador despertava curiosidade no público ouvinte e esse era o casamento perfeito: A vontade de conhecer seu locutor preferido e a necessidade de aumentarmos a renda sempre escassa das emissoras de JF...

A FM sofria muita influência da AM naquela época?

No meu caso específico, os comunicadores da Solar AM eram como deuses prá mim. Para o jovem de 18 anos recém-chegado de Barbacena, era uma grande emoção cruzar nos corredores da emissora com feras como Cláudio Temponi, Guto, Oscar Mugica, José Luiz Magrão, Jair Macedo, Mário Helênio, Zé de Barros e tantos outros. Pelo meu início ligado ao AM, eu transitava perfeitamente entre as duas emissoras e frequentemente era convidado a apresentar programas também na Solar AM.

Mas era evidente a diferenciação de linguagem entre as duas emissoras. Embora fosse popular, a Solar FM tinha se adequado perfeitamente ao modelo de FM em que o locutor não é mais importante que a programação musical.

Qual era o papel do locutor? Ele tinha muito espaço?

A questão do espaço do locutor, na minha visão, está intimamente ligada à sua capacidade de comunicar. No período em que atuei na Solar FM, sob a batutada Beth Carvalho (não a cantora, mas uma profissional extremamente competente que nos deu a direção e os limites necessários à época) tive ampla liberdade para me expressar, para criar bordões e para criar assim uma identificação muito especial com o público de JF. Ainda assim, comparando com os dias atuais, percebo que estávamos desbravando as potencialidades do FM e foi uma época de descobertas, com experiências que não seriam admitidas hoje.

Algumas pesquisas mostraram que o locutor repetitivo, que fala demais e que faz brincadeiras o tempo todo tem muita rejeição. Por isso, algumas emissoras reduziram o tempo do locutor no ar. Como você vê isso?

Tudo aquilo que é dito uma única vez, se perde irremediavelmente. Se o Sermão da Montanha de Cristo, não tivesse sido registrado e transcrito, teria ficado restrito a poucos ouvintes privilegiados. Rádio é repetição. Novela é repetição. Talk-show é repetitivo. Músicas comerciais são repetitivas ao extremo. A verdade é que há mais espaço na mídia do que coisas a serem ditas. Pesquisas mercadológicas ditaram um caminho para o rádio que o afastou das suas origens, do seu sucesso, do seu tempo áureo. O comunicador é a alma do rádio. Experiências como a Solar FM me demonstraram claramente que o rádio que se fazia naquela época era muito mais prazeroso do que a mesmice que ouvimos hoje, com raríssimas exceções.

Qual era a visão dos ouvintes em relação à emissora?

A rádio era aquele mistério encantador para o ouvinte. Ainda não estávamos expostos nas redes sociais como hoje. Creio que essa magia se perdeu com o advento da internet. Havia a curiosidade de saber quem era o dono da voz. A recepção da rádio estava sempre cheia de ouvintes querendo conhecer seu locutor preferido. Isso também fazia com que sempre houvesse público em nossas apresentações ao vivo. Éramos tratados com status de celebridades. Dávamos autógrafos. Éramos assediados. Algo praticamente inimaginável hoje. Lembro-me de fazer traduções de músicas ao vivo nos palcos de casas noturnas de JF e garotas chorando, casais dançando. Tudo isso pertence ao passado, agora.

Há dois anos a Solar FM deixou de ser jovem popular e passou para o seguimento adulto popular. Você consegue enxergar a rádio com essa nova proposta?

Estou afastado do mercado de Juiz de Fora há muitos anos, não sei as razões que levaram a essa mudança de segmento da Solar. Não sei dizer como está o dial aí hoje... Da maneira como deixei a emissora no início da década de 1990, isso parecia improvável. Tínhamos uma equipe incrível com profissionais como Gil Horta, Joe, Odir Gomes, Edinho Superstar, Gilvan Emerick, Mirtes, entre outros. Essas denominações também são absolutamente vagas. Adulto ou Jovem popular sempre foram as características da Solar. É perfeitamente possível atingir o jovem e o adulto com uma programação popular. Lembro-me que chegamos a ter fama de “bregas”. Tanto que a Manchester chegou a fazer uma paródia impagável da música Ghostbusters, do Ray Parker Jr. que virou “Caça aos Bregas”. Eu era um dos bregas caçados na música. E hoje classifico como uma das maiores homenagens que recebi na minha carreira. Existem “comunicadores” hoje que não existem sequer para as suas próprias emissoras. Nós existíamos até para a principal concorrente...

Independente da proposta, torço para que a Solar continue seu caminho. É uma emissora pela qual tenho grande carinho e eterna gratidão. Depois dela, já me senti TÃO importante para o rádio como naquela época. Mas não MAIS importante do que naqueles 3 anos em que a Solar virou meu sobrenome. Eu era, com muito orgulho, o Gutemberg Gomes da Solar.

APÊNDICE 4

Entrevista (áudio) Gil Horta, ex-locutor/coordenador da Solar FM (08/11/2014).

Há quanto tempo trabalha com o veículo de comunicação Rádio?

Trabalho com o rádio desde os 17 anos. Bacharel em Jornalismo e sou mestre em comunicação pela UERJ. Hoje o grande concorrente do rádio FM é o pen drive, mp3. Os meus ouvintes estão preferido baixar musicas na internet. Quando eu entrei, o locutor tinha mais status. Na verdade, até hoje.

Em que ano o senhor entrou para a equipe da Solar? Em qual função?

Eu entrei 1990, como locutor, dois anos da estreia.

Comecei na AM com o programa Toque do ouvinte. Na FM comecei fazendo férias do Joe, e depois passei a fazer o horário da manhã, de seis às dez. Naquela época a rádio tinha alguns programas que eu achava meio infantil e o Joe teve a maior sacada de criar o “Caça ao Tesouro” que, consistia em, você, através de pistas, descobrir um nome de uma dada música. O universo musical é enorme. Foi um programa que durou 19 anos (1993-2012) de músicas inéditas, todo dia tinha um. E o prêmio era dinheiro. Era uma loucura, o telefone tocava direto.

Como era a programação?

Uma programação que acabava tocando todos os ritmos musicais. Popular, mas, por exemplo, tinha um programa de manhã que era fantástico, o Solar só MPB, que abria espaço para o fino da música brasileira. Tinha um programa domingo à noite, chamado Museu do Rock. Tocava grandes sucessos das décadas de 60 e 70. Uma audiência incrível. Depois, transformamo-lo em Rock Especial, para poder abrir para outros rocks da década de 90. Sábado à noite chamado By Night, fantástico. Tinha programa de dance, chamado Salada Mix, era sábado à noite. Pegava todos os públicos. Buscava acompanhar as tendências. Axé? Tinha programa de axé, no domingo. Pagode? Tinha programa de pagode, e essas músicas eram inseridas na programação de forma geral. Mas tudo com um critério muito grande. Mas, a partir dessas fontes de áudio que nós temos, principalmente com a chegada do celular, passando para a digitalização, banda larga de internet, qualidade de internet melhor, inúmeros concorrentes invisíveis, externos ao meio, começaram a surgir. A Rádio Solar precisava dar um fôlego nela, e aí houve uma modificação na solar AM, que eu tenho certeza que causou efeitos na

FM. A AM passou a ser sertaneja (2005/2006). As pessoas queriam a Ronda Policial, o Rádio Vivo e de repente acabou.

Você acha que foi para conter gastos?

Possivelmente. Houve uma ideia de conter gastos, porque houve uma redução muito grande. Na verdade, a Solar FM já vinha contendo gastos há algum tempo. Ela já vinha dando uma segurada, mandando gente embora, eu mesmo saí da coordenação da FM, houve uma contenção de gastos bem forte.

Quando houve a mudança a Solar já vinha perdendo audiência. Você falou das novas mídias, internet, ascensão das concorrentes, você acha que a desvalorização do profissional também ajudou na perda de audiência?

Um ambiente interno muito duvidoso. Você não sabia o que estava acontecendo. Eu via isso na cara dos outros. Como funcionário, eu via isso na cara dos outros. E aí, o quê que vai ser da rádio? A pessoa fica desmotivada. E outra coisa, Também aconteceu na rádio a pior coisa do mundo nesse meio: um clubinho interno, onde os funcionários formaram pequenas ilhas, fazendo programas para si e esquecem os de fora. O programa é meu!! Eu que faço, que produzo! Isso despadroneizou. A Solar que sempre teve um “padraozao” começou a cada um fazer o seu. Tocando umas músicas completamente fora do que a rádio tocava. Na verdade, teve uma época na rádio que eu achei que um pouco pesada. Quando deram uma puxada muito pro hip hop, saiu um pouco da estilão da Solar, pra um estilo mais rádio Cidade, queriam brigar com a Cidade. Eu sou muito radical nesse ponto. “Tem que fazer o seu. Faz o seu bem feito e pronto.” Ai o cara fica desmotivado, a audiência cai, o ouvinte percebeu. Ai veio a Rádio Panorama com uma ideia nova, de fazer a rádio vitrine. Isso por um tempo chamou a atenção. Ai lá tinha grandes locutores como, por exemplo, Márcio Augusto, Cláudia Figueiredo. São nomes marcantes do rádio AM! O tempo que eles estiveram lá, eles tinham uma audiência boa (2003). Ai a Panorama acabou e veio a Energia, que veio uma proposta que reuniu uma galera da antiga de locutores mais carimbados, mais talhados, com uma experiência maior. O que fizeram na Energia é o que faziam na Solar. A energia é uma cópia fiel da Radio Solar. A Energia veio tomando a audiência até que o Ibope confirmou-a no primeiro lugar. E o ambiente interno já não estava tão legal. Aí com a saída da diretora Elizabete e do Sinval, diretor administrativo, veio um gestor, ai as pessoas convergiram para

esse camarada, mas só que ele é um gestor administrativo, ele não tem conhecimento da parte artística. Então, ficou uma coisa muito perdida. Até que contrataram um consultor, que veio para poder dizer quais seriam as melhores alternativas para a Solar FM.

Nessa que veio o consultor, houve uma pesquisa, porque precisava de ter uma pessoa para coordenador. Aí, eu fui indicado, mas eu entrei como auxiliar dos locutores. A primeira coisa que eu falei foi que precisavam tirar do ar a locução de “Ceresp” que a rádio Solar estava apresentando. Era uma coisa absurda, você ouvia “E aí mano” “Fecha com nois” “Tamo junto”. Eu disse que aquilo não era locução de FM. Uma gíria ou outra até que vai. A gente precisa fazer uma locução elegante. Mas eu fiz uma coisa que, talvez eu tivesse naquele momento ter feito diferente, conversei com o coordenador e tentei reaproveitar as pessoas que lá estavam. Mas no momento não era o de se ensinar. Eu tentei indicar algumas pessoas. A programação continuava a mesma. Eu batia que a rádio teria que aparecer mais em eventos. Houve algumas conversar e se percebeu que era possível mexer na AM. Com as mexidas, a AM voltou a ter programas, inclusive com o Rádio Vivo e Ronda Policial.

Nesse meio tempo, resolveram mudar a FM também. Setembro de 2012. Houve a ideia de contratar um técnico para montar a programação. Da atual programação, dois programas tem minha marca: o Top Solar e o Clássico Solar.

Em que períodos o senhor foi coordenador da Solar FM?

Eu fui coordenador em 93,94, quando o Joe foi para o Rio de Janeiro. Aí a Bete (Elizabeth) me chamou, mas depois ele voltou e reassumiu o cargo. Depois, perto de 2001 eu voltei a coordenar a rádio. O Joe já tinha saído e ido para a Itatiaia e eu coordenei durante um ano. Nós criamos uns programas legais, como “Dizem por aí”, e foi legal porque tirou aquela coisa de que só tinha o “Caça ao Tesouro”. Foi distribuindo. São programas que marcam.

O senhor acha que dá para faturar sem ser primeiro lugar em audiência?

A Itatiaia é um exemplo disso. Tem um dos maiores faturamentos de Juiz de Fora e não é primeira. Mas esbarra, uma radio no estilo adulto contemporânea, mais nos últimos tempos vem ganhando audiência de jovens.

Qual foi o melhor momento da Solar FM?

O melhor momento da Solar FM foi a década de 90, inteira. Ali era imbatível. Os melhores programas, locutores, anunciantes, promoções, uma integração muito grande, as melhores

festas, os melhores ouvintes, tudo do bom e do melhor. Coisa mais rara do mundo, era um divulgador da Som Livre ir a uma emissora de radio na época, pois na radio eles vieram. A Sony também vinha aqui e trazia um monte de discos, muitas vezes exclusivos. Na década de 90 era demais. Eu, 6h-10h, Joe 10h-14h, 14h-18h Marcão Evan (Voz do Bahamas) anoite Léo Marcio. Audiência, qualidade de som, pegava na baixada fluminense. Quantas vezes nos recebíamos pessoas de Duque de Caxias, Xerém, ate São Cristóvão. Solar década de 90, em Juiz de Fora, em FM, nunca mais.

APÊNDICE 5

Entrevista (e-mail) Elizabete Gouvea, ex-diretora da Rádio Solar (10/11/2014).

Qual o seu nome completo e como eu posso creditá-lo no meu trabalho?

Elizabete de Carvalho Gouvea

Em que época você trabalhou na Rádio Solar FM? Em qual função?

Janeiro de 1988 à novembro de 2011. Diretora artistica

Como era a programação da emissora? Como ela era feita?

A programação da Solar FM era feita com foco em seu publico alvo que eram as classe CDE com idade entre 22 e 40 anos e primeiro grau completo. Além do foco, era importante estar ligado no desejo das pessoas desta classe social, daí agregávamos à programação sorteios cujos prêmios eram de interesse desse ouvinte. A programação musical e as noticias Também seguiam a mesma linha.

A FM sofria muita influência da AM naquela época?

Muito pelo contrário. Não podíamos fazer concorrência com outra emissora no próprio grupo. Seguíamos linhas diferentes, principalmente porque os públicos eram distintos.

Qual era o papel do locutor? Ele tinha muito espaço?

O locutor tinha espaço para falar desde que o programa exigisse interatividade. Fora disso era apenas musica, noticia e hora certa.

Algumas pesquisas mostraram que o locutor repetitivo, que fala demais e que faz brincadeiras o tempo todo tem muita rejeição. Por isso, algumas emissoras reduziram o tempo do locutor no ar. Como você vê isso?

Depende muito de qual público rejeita esse tipo de comunicação. As pesquisas devem e são lidas de acordo com o que você procura. A mesma pesquisa revela muitas nuances diferentes. Não é todo público que rejeita comunicadores repetitivos. Tem casos emblemáticos de o ouvinte ligar para o locutor e reclamar que ele naquela “tarde” esqueceu de dizer qualquer coisa que ele sempre disse.

Qual era a visão dos ouvintes em relação à emissora?

Os próprios números das pesquisas de audiência revelam. A Solar FM foi primeiro lugar em audiência por décadas a fio. Sempre manteve uma hegemonia em todos os segmentos, até naqueles que não eram seu público alvo.

A Solar FM foi líder de audiência durante muitos anos em Juiz de Fora e hoje está bem distante da primeira colocada. Com a sua experiência profissional, a queda na audiência da Solar FM aconteceu por qual motivo? A ascensão da concorrência e a desvalorização dos funcionários também influenciaram nessa queda?

A Solar FM perdeu a sua posição no ranking de audiência por que se perdeu em todos os pilares que sustentam uma programação. Não souberam estabelecer público. Não há mudança do ouvinte no dial se nada melhor está sendo oferecido. No segmento adulto, a FM Itatiaia é mais completa. No segmento popular a Energia é mais completa. Ninguém troca nada se estiver satisfeito com aquilo que tem. O mesmo ocorre no rádio e na vida. O que levou a Solar FM ao ponto de hoje foi falta de conhecimento sociológico, de pesquisa e de experiência no mercado.

Há dois anos, a Solar FM deixou de ser jovem popular e passou para o seguimento adulto popular. Você consegue enxergar a rádio com essa nova proposta? Acha que tem mercado para ela?

Não se é primeiro lugar segmentando o veículo. Tem mercado para todo mundo. Mas a escolha da proposta tem de ser focada no tamanho da fatia que você deseja ter neste mercado.

APÊNDICE 6

Entrevista (e-mail) Leonardo Bachini, locutor (17/09/2014).

Qual o seu nome completo e a sua função na emissora?

Leonardo de Abreu Bachini. Locutor, apresentador e animador.

Há quantos você trabalha na emissora?

4 anos.

Como era a locução na antiga programação da emissora? Que espaço você tinha?

Mais popular, mais despojada e próxima da linguagem do ouvinte. Já era locutor e acumulava a função de dj e produtor de um programa hoje extinto.

Como era feita a apresentação dos programas? As participações ao vivo?

No meu caso específico, o meu programa era mais voltado para os jovens e tinha participações ao vivo com premiações para os ouvintes que falavam no ar comigo. Jáa rádio em sua programação normal era bem eclética e pop assim como todos os locutores.

Fale como era o programa de funk que você apresentava na emissora.

Obeat 88,9 era um programa que ia ao ar de segunda á sexta das 18 ás 19 horas. Por 7 anos seguidos (já que ele já existia antes da minha chegada na emissora) foi eleito o campeão absoluto em audiência nesta faixa de horário. Era um programa de funk elite e comercial dividido em 4 blocos mixados e apresentados ao vivo por mim. Sorteava cds do programa e ingressos para as melhores festas da região todos os dias.

Na atual programação, você se sente preso, com menos liberdade?

Jamais. Trabalhologicamente com um público diferente do que antigamente. Antes era segmentado a minha função no fm, hoje falo para todas ás idades. Comeceicom 8 anos de idade no rádio, hoje estou com 25, então já vivi de tudo e trabalhei com todos os públicos possível em uma rádio. Cadatrabalho e projeto novo na emissora é uma nova possibilidade de crescimento profissional e novas experiências.

Você apresenta algum programa ou fica a cargo apenas de anunciar e desanunciar as músicas?

Programa específico não. Só aos sábados que apresento o “top solar” com as mais pedidas pelo ouvinte durante toda a semana. Derest, apresento a programação normal da solar fm mesmo, com horários determinados, para alô para os ouvintes, jornalismo e coisas do gênero.

APÊNDICE 7

Entrevista (e-mail) Seluana Horácio, Discotecária/Programadora (17/09/2014).

Qual o seu nome completo e sua função na emissora?

Seluana Fausta Horácio – Discotecária / Programadora

Há quantos anos você trabalha na emissora?

8 anos

A partir de que ano você passou a fazer a programação musical da emissora?

2010

Baseado em quê é feita essa programação? Existe um modelo a ser seguido?

R: a programação é baseada na lista de execuções da Crowley. A Crowley é uma espécie de auditoria musical contratada pela maioria dos escritórios, rádios ou instituições ligadas ao ramo para aferir as músicas mais tocadas e sua quantidade de execuções diárias e semanais. Por esse motivo a maioria das rádios que usam esse tipo de base a consideram confiável e uma forma de visualizar o cenário musical de cidades próximas como Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte. Além da Crowley também buscamos estar atentos às trilhas sonoras das novelas em exibição visto que, a televisão contribui para a divulgação de um artista ou música, quando o faz tema do casal principal da novela, ou situação similar.

Após uma consultoria recebida pela rádio com o renomado especialista Eduardo Andrews, coordenador de importantes veículos como Beat 98 (integrante do sistema Globo de rádio), FM O Dia, dentre outras, a Solar passou a segmentar sua programação para as classes B, C, 25+, fazendo com que a programação se tornasse mais adulta e popular. Com a consultoria foi

implantado no setor de programação musical, um sistema de filtros, onde as músicas são separadas por categorias e pela classificação da mesmas na Crowley. Quanto melhor a colocação da música, maior será o número de vezes que a mesma irá ser executada na emissora no dia.

A programação musical mudou de fato quando houve a mudança? Qual a principal diferença entre a antiga programação e a atual?

A antiga programação da rádio mudou e muito. A principal diferença está na segmentação. Anteriormente a rádio tocava sim grandes sucessos, porém mesclava com programas de midibacks no meio da tarde (Suflash), programas segmentados para as classes C, D, E como o Beat 88, um programa de funk de sucesso, líder de audiência no horário de 18h às 19h. Além da busca pelo menor número de repetições possíveis durante o dia.

Atualmente o importante é tocar o sucesso também, porém em uma programação mais linear, onde a rádio não se diferencia ao longo dia, com menos quadros e programas, menos interação com o público, menor número de promoções, etc.

Quais estilos musicais ou cantores saíram do ar depois da implantação da nova proposta da emissora?

R: O Hip Hop é um dos principais estilos que saíram da programação. Os demais ritmos foram reduzidos, como o pop internacional, por exemplo, que atualmente só é inserido na programação quando está muito bem na Crowley, é tema em alguma novela ou foi um grande sucesso, como ocorre na edição dos Clássicos Solar FM, Música e Informação e Saudade Solar. O pop internacional adolescente é evitado por não ser o público que a rádio procura atingir.

Além de discotecária, você atua em outra função?

R: Atuo como suporte à promoções, atendimento a divulgadores e produção.

APÊNDICE 8

Entrevista (e-mail) Alcione Marocolo, esteticista (13/11/2014).

Como é produzido o “Papo de Mulher”?

É produzido a partir de nossas experiências com a área, tutoriais, matérias de revistas, sites especializados e etc.

A produção é toda sua? E a edição?

Sim, a produção é minha, a edição fica a cargo da rádio.

Qual é o conteúdo do programa?

Tudo que diz respeito ao universo feminino. Não está restrito à área de beleza.

Qual o público que ele pretende atingir?

O foco são as mulheres, mas o programa é abrangente e extrapola a questão de gênero.

Ele funciona como uma parceria entre você e a Solar FM?

Sim.

APÊNDICE 9

Entrevista (e-mail) Marco Antonio, locutor (07/11/2014).

Qual o seu nome completo e sua função na emissora?

Meu nome é Marco Antonio Orlandi e eu sou locutor/operador. Paralelamente, também sou locutor comercial, colocando minha voz a disposição da rádio para gravar o que ela precisar.

Há quanto tempo você trabalha na Solar?

Eu comecei na Solar no meio do ano passado (2013) como ferista. Em seguida, no dia 2 de janeiro de 2014, voltei a rádio e estou até então.

Na atual programação, você se sente preso, com menos liberdade, na hora da locução?

Isso é muito relativo, eu já fiz locução da forma que você possa imaginar. E cada momento, no caso cada veículo, tem uma forma de funcionar. Você tem um formato que você tem que profissionalmente exercer. Então no momento, eu acho que a forma, a quantidade de vezes que eu entro falando como locutor, no meu horário, é bastante razoável, ante ao que eles querem, enquanto público alvo, enquanto formato para si. É um formato bastante razoável, bom!

Hoje, qual o principal desafio do locutor na Solar? Qual o segredo para chamar os ouvintes em tão pouco espaço de tempo?

Tem determinadas coisas que há tanto tempo funcionam da mesma forma, que não há mais necessidade de você explicar, apesar do ouvinte até pedir para saber como é que é direitinho, de vez enquanto, não tem necessidade, as pessoas sabem como funciona. Esse formato de FM que eu estou fazendo hoje, ele é relido há 30 anos praticamente. Então, as pessoas, os ouvintes, principalmente hoje, que a gente até tem um forma de saber como o nosso público

alvo é, ele é mais velho como a gente gostaria de atingir. Este então é que vem acompanhando a FM do jeito que é e do jeito de que fazemos hoje, há 30 anos. Então não precisam ser muito explicadas. Enfim, é uma coisa tida como certa, desde que o rádio é rádio. Você ganha audiência, você completa a audiência, você torna a audiência sólida, com a repetição de horários, quero dizer, a rotina, a rotina no rádio é muito importante. Então, eu presumo que a minha forma de trazer o ouvinte para perto da rádio é muito essa: todos os dias contar para o ouvinte a mesma história, obviamente que ela fica um pouquinho diferente, com um balanço diferente, dependendo da música que eu estiver tocando. Mas é a mesma história. Então, é interessante, eu enquanto profissional e em nível pessoal, eu inclusive uso um pouco isso. É, quando eu quero chamar atenção de alguma coisa, eu saio dessa rotina. Eu coloco ela para o ouvinte numa circunstância diferente, de uma forma diferente, porque o resto pode ser um “molhozinho” diferente aqui outro acolá mas, é a mesma história.

O segredo é esse, não é uma coisa de agora, não factual, é uma coisa de períodos, momentos, durante um determinado período você vai falar para a mesma pessoa a mesma coisa, até que ela pegue e fale “opa”.

Você apresenta algum programa ou fica a cargo apenas de anunciar e “desanunciar” as músicas?

Isso é relativo. Eu não tenho compromisso de desenvolver nenhum programa. Eu apresento programas já prontos, mais ou menos o anúncio e “desanúncio”, todavia porém, há momentos que esse programa não está disponível, por qualquer que seja o motivo não tem. No momento eu sou só locutor operador.

APÊNDICE 10

Entrevista (áudio) Cláudia Figueiredo, pesquisadora do rádio e jornalista (22/10/2014).

Como você define o “Diz aí Claudinha”?

Eu defino como pílulas de cultura. O programa fala sobre lançamentos de filmes, músicas, principalmente cinema e música. Premiações referentes ao cinema, música, etc. A gente pensou nele para dar notícias do mundo entretenimento, porém, sem ter o viés de “fofoca”. Mesmo porque, o público que se pretende alcançar é o público igual ao perfil que a gente almeja: o BC 25 anos mais. E às vezes fica até difícil também conseguir notícias em sites especializados porque, infelizmente, você tem uma indústria hoje que só fala da vida pessoal e a carreira fica de lado. A gente pesquisa em site de fora daqui, dos Estados Unidos, da Inglaterra, da França, que é para gente ter outras fontes de informação.

APÊNDICE 11

Antiga Programação

Antiga Programação							
Horários	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
00:00	Madrugada Emoção	Madrugada Emoção	Madrugada Emoção	Madrugada Emoção	Madrugada Emoção	Madrugada Emoção	Madrugada Emoção
06:00	Alto Astral	Alto Astral	Alto Astral	Alto Astral	Alto Astral	Alto Astral	Alto Astral
07:00	Solar só MPB	Solar só MPB	Solar só MPB	Solar só MPB	Solar só MPB	Solar só MPB	Programação Musical
08:00	Caça ao Tesouro	Caça ao Tesouro	Caça ao Tesouro	Caça ao Tesouro	Caça ao Tesouro	Programação Musical	Programação Musical
10:00	A melhor da Hora	A melhor da Hora	A melhor da Hora	A melhor da Hora	A melhor da Hora	Frisson	Frisson
11:30	Dizem por aí	Dizem por aí	Dizem por aí	Dizem por aí	Dizem por aí	Programação Musical	Programação Musical
12:00	As dez mais da Solar FM	As dez mais da Solar FM	As dez mais da Solar FM	As dez mais da Solar FM	As dez mais da Solar FM	Programação Musical	Programação Musical
13:00	Sufflash	Sufflash	Sufflash	Sufflash	Sufflash	Sufflash	Sufflash
14:00	Sintonia Alegria	Sintonia Alegria	Sintonia Alegria	Sintonia Alegria	Sintonia Alegria	Pagodeando	Solar 88 graus
17:00	Top Hits	Top Hits	Top Hits	Top Hits	Top Hits	Programação Musical	Programação Musical
18:00	Beat 88	Beat 88	Beat 88	Beat 88	Beat 88	Circuito Universitário	Circuito Universitário
19:00	Voz do Brasil	Voz do Brasil	Voz do Brasil	Voz do Brasil	Voz do Brasil	Programação Musical	Programação Musical
20:00	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	By Night	Programação Musical
22:00	O tempo não pára	O tempo não pára	O tempo não pára	O tempo não pára	O tempo não pára	Remember	O tempo não pára

APÊNDICE 12

Atual Programação

Atual Programação							
Horários	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
02:00	Madrugada Emoção	Madrugada Emoção	Madrugada Emoção	Madrugada Emoção	Madrugada Emoção	Madrugada Emoção	Madrugada Emoção
04:00	Sertanejo	Sertanejo	Sertanejo	Sertanejo	Sertanejo	Sertanejo	Sertanejo
06:00	Alto Astral	Alto Astral	Alto Astral	Alto Astral	Alto Astral	Alto Astral	Programação Musical
07:00	Música e Informação 1ª Edição	Música e Informação 1ª Edição	Música e Informação 1ª Edição	Música e Informação 1ª Edição	Música e Informação 1ª Edição	Programação Musical	Programação Musical
08:00	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical
10:00	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical
11:00	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Top Solar	Top Solar
12:00	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical
13:00	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical
14:00	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical
17:00	Top Solar	Top Solar	Top Solar	Top Solar	Top Solar	Programação Musical	Programação Musical
18:00	Música e Informação 2ª Edição	Música e Informação 2ª Edição	Música e Informação 2ª Edição	Música e Informação 2ª Edição	Música e Informação 2ª Edição	Programação Musical	Programação Musical
19:00	Voz do Brasil	Voz do Brasil	Voz do Brasil	Voz do Brasil	Voz do Brasil	Programação Musical	Programação Musical
20:00	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical	Programação Musical
22:00	Saudade	Saudade	Saudade	Saudade	Saudade	Saudade	Saudade

Obs: O Solar ligada em Juiz de Fora acontece em 14 edições durante o dia, de 07:20 às 21:20, sempre de hora em hora, com exceção de 19:20.

O Auto Papo é exibido em duas edições: 08:40 e 16:40

O Diz aí Claudinha é exibido em três edições: 09:40, 10:40 e 11:40.

O Papo de Mulher é exibido em duas edições: 12:00 e 17:00

O Zine Cultural é exibido Quarta-feira (20:40;21:40) Quinta e Sexta-feira (12:40; 15:40; 20:40; 22:00) Sábado (09:30; 13:30; 17:30; 20:30; 22:00) e Domingo (14:30; 16:30; 19:30; 21:30)