

## **O Rádio como Instrumento de Luta Sindical: comunicação sindical e recepção no mundo do trabalho<sup>1</sup>**

Leonardo Neves<sup>2</sup>  
ECA-USP

### **Resumo:**

Este artigo tem como objetivo apresentar um estudo de recepção sobre o programa de rádio “Construindo Sucesso”, que foi veiculado na Rádio Manchete (760 AM), aos domingos, de 10 às 12hs, entre os anos de 2010/ 2015. A ideia desta pesquisa é demonstrar como o rádio pode ser utilizado como instrumento de luta sindical, pois o programa foi patrocinado pelo Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção Civil do Rio de Janeiro (Sintraconst-Rio). Este recorte da pesquisa apresenta o método de pesquisa para elaboração do perfil dos ouvintes, para apresentar a identidade do programa. No resultado veremos como o programa de rádio conseguiu desenvolver uma relação sindicato, trabalhador e sociedade. A pesquisa percebe a assimilação de conteúdo dos ouvintes, o alcance educacional e ideológico do rádio, quando usado por uma classe trabalhadora.

### **Palavras-chave**

Rádio; comunicação sindical; trabalho ; mídia sonora e educação

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Leonardo Neves é Mestre em sociologia pelo IUPERJ e pesquisador do Laboratório de Movimentos Sociais e Mídia (LMSM) <http://lmsm.lsg.br>, do IUPERJ e é aluno especial do curso de Comunicação no Mundo do Trabalho: Recepção e Mediações, na ECA-USP

## INTRODUÇÃO:

O intuito deste artigo é apresentar parte dos resultados da dissertação de mestrado, intitulada “Nas ondas do Construindo Sucesso: O Rádio como Instrumento de Luta Sindical”, que fora defendida em 2016, no Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro (IUPERJ). O programa de rádio, que virou objeto de estudo, foi patrocinado pelo Sintraconst-Rio<sup>3</sup> e produzido por três jornalistas contratados, Miro Ribeiro, Miguel Ângelo e Leonardo Neves. O programa também tinha a participação da diretoria do Sindicato e funcionários ligados à segurança do trabalho. O “Construindo Sucesso” foi ao ar na Rádio Manchete (760 AM), aos domingos, de 10 às 12 horas, nos anos de 2010 a 2015.

O contato deste pesquisador com o objeto de pesquisa, o programa de rádio “construindo sucesso”, surge de sua profissão como jornalista, pois exerceu o trabalho de repórter do referido programa, durante cinco anos. As perguntas que levaram o jornalista para a pesquisa acadêmica e que acabaram gerando os resultados para esse artigo, foram: o programa de rádio do Sindicato possui uma comunicação contra-hegemônica? Qual o público que o programa pretende atingir? Qual o público que ele atinge? Qual a percepção dos ouvintes sobre o programa? Como produzimos algo entre o jornalismo sindical e uma comunicação de massa?

Neste artigo o leitor vai ter uma breve amostra dos resultados do perfil dos ouvintes do programa, como: idade, sexo, escolaridade. Além de visualizar o conteúdo mais impactante citado pelos ouvintes que foram revelados em um questionário de 14 perguntas oferecido aos participantes, que ligavam para a rádio, para ganhar prêmios e fazer comentários. Uma pesquisa determinista que nos ajudou a verificar as questões mencionadas acima. Utilizamos entrevistas feitas em grupo de discussão para corroborar com os dados quantitativos. Martín-Barbero (2008) propõe estudos onde a base deve ter a relação entre receptor e mensagem. Está relação, propriamente dita, deve estar ligada a sociedade, para Martín-Barbero (2008) os receptores são ativos na comunicação e atuam não só como receptores, mas como autores que não se restringem só o receber das mensagens.

Precisamos entender o paradigma clássico de Lasswell (1978) nos principais elementos envolvidos dentro de um processo de comunicação: “quem diz o quê? Por que meios? Para quem? Com que efeitos?” O paradigma de Lasswell nos orienta a buscar qual é a mensagem do programa de rádio “Construindo Sucesso”. (LASSWELL, 1948, *In* GOHN, 1978, p.105-118). Tais questões se relacionam com os discursos apresentados por sindicalistas na rádio e serão analisadas neste artigo, que em conclusão podemos constatar que o programa de rádio tinha um viés educacional e informativo, mas para um público restrito e faltava maior participação de sua classe trabalhadora.

## UMA BREVE HISTÓRIA DO PROGRAMA “CONSTRUINDO SUCESSO”

Os meios de comunicação utilizados pela classe trabalhadora têm suas bases na imprensa operária, que deve ter um caráter de informação, que fuja das características de uma imprensa de grande circulação de viés ideológico burguês, como as dos grandes

<sup>3</sup> Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção Civil, de Ladrilhos Hidráulicos e Produtos de Cimento e Mármore e Granito e da Construção de Estradas, Pavimentos e Obras de Terraplanagem em Geral e Montagem Industrial do Município do Rio de Janeiro

conglomerados de comunicação. O veículo de comunicação sindical não deve ser uma mercadoria, mas pretende atender a uma proposta de informação aliada à preocupação com a classe trabalhadora. Tal veículo é produzido pela classe e para ela mesma, pois a imprensa sindical sempre foi um instrumento de luta dos trabalhadores feito por sindicatos e que se posiciona em defesa dos operários, sendo produzida por jornalistas ou não (FERREIRA, 1988).

O campo de atuação da comunicação voltada para os trabalhadores pode ser dividido em três grandes blocos: a escrita, a de ondas magnéticas, rádio e TV, além da comunicação digital. Quando pensamos em informação para a classe trabalhadora pensamos em uma comunicação libertadora, que não seja jogada sobre a massa, mas que tenha um canal de via dupla. Uma comunicação que deve estar dentro de um procedimento de diálogo, que trabalha com todas as vertentes de informação, pois quem emprega esse tipo de modelo é a própria comunicação hegemônica das grandes empresas de comunicação, que trabalha com diversos instrumentos para desmobilizar o trabalhador. (GIANNOTTI, 2014).

Podemos perceber que a comunicação radiofônica possibilita um papel importante, pois desde o início da sua história o rádio tem um papel político. Para Mauro Sá Rego Costa (2013), em seu livro “Rádio, arte e Política”, o rádio aparece como instrumento de mobilização, de ação da multidão. A função libertária pode ser mostrada no nascimento da radiodifusão nos EUA, no início do século XX e dos movimentos das rádios livres, na Itália e na França, nos anos de 1970, e no Brasil nos anos de 1980. A rádio em seu processo histórico está ligada às formas de se fazer política e de se viver.

A força do rádio não aparece só como uma expressão revolucionária, política, mas também surge por diversos outros fatores. Em entrevistas com o jornalista, Miro Ribeiro, idealizador do programa “Construindo Sucesso”, que foi ao ar na Rádio Manchete, 760AM, nos anos de 2010 a 2015, o mesmo me relatou, para essa pesquisa, que a sua relação com o presidente do Sintraconst-Rio, Carlos Antônio, foi despertada através do samba, uma relação que surge no programa de samba apresentado pelo Miro Ribeiro, na rádio Roquete Pinto, no Rio de Janeiro, pois o presidente do Sintraconst-Rio tem forte relação com as escolas de samba no Rio de Janeiro, pertence ao grupo de compositores da Unidos da Tijuca.

O Carlos Antônio já me conhece há muito tempo. Conhece meu trabalho no programa Vai dar Samba. Entrevistei algumas vezes na Unidos da Tijuca. Ele também anunciou no programa “Vai dar Samba”. Fiz o programa “Construindo Sucesso” não por ideologia, mas por necessidade (Miro Ribeiro, anotações do caderno de campo, quando vínhamos da palestra do Grupo de Estudos de Segurança e construção Civil, GESEC, no dia 15/10/2015, no Sintraconst-Rio, para o autor).

Para Miro Ribeiro o programa de rádio feito para a construção civil era uma necessidade financeira; para Carlos Antônio, uma forma de se comunicar com a classe trabalhadora e mostrar o trabalho do Sindicato e da diretoria. O programa ficou orçado em 15 mil reais, no ano de 2009, na “Rádio Carioca Sucesso 1440”. Em 2010 houve uma troca para Rádio Manchete, 760 AM, pois podia oferecer, na época, melhor estrutura tanto física, quanto na qualidade de som e alcance de transmissão do programa. O programa deixou de ser sábado e domingo, na Rádio Carioca e passou a ser só aos domingos, de 10h às 12h, na Rádio Manchete 760AM, mas teve um período

que foi de 9h às 12h, foi entre os anos de 2012 e 2013, durante seis meses. Com a mudança do programa para a Rádio Manchete manteve-se o nome “Construindo Sucesso”.

A equipe na Rádio Manchete cresceu e passou a ter na bancada do programa o tesoureiro do Sindicato, Davi de Souza, que fazia os comentários sobre economia e política em um quadro chamado: “Análise Social e Econômica”. O programa também contou com 1º secretário, José Roberto, os diretores Araújo Costa, Araújo Sacramento e Geraldo Costa. Em 2012 a equipe já estava reduzida com a saída dos diretores, mas a produção jornalística continuava com Leonardo Neves, Miguel Ângelo, Geraldo Costa, Miro Ribeiro, Natane Vidal, incorporada em 2013 para ajudar a atender ao telefone e depois acabou com um quadro chamado: “Mulher, moda e saúde”, pois neste ano havia uma enorme entrada das mulheres no canteiro de obras, em função da escassez de mão de obra no mercado da construção civil.

Em 2012, foi criado um quadro especial para o presidente chamado: “Os principais fatos da semana”. Carlos Antônio, quando não podia ser entrevistado, entrava no ar por telefone, ao vivo. No início as pautas podiam ser mais livres e o programa mais jornalístico: tratava-se de notícias policiais, música e assuntos diversos ligados à construção civil. Aumentamos a distribuição de brindes, mas restringimos os melhores brindes para os associados do Sintraconst-Rio que ligavam para o programa. E podiam concorrer a televisão, micro-ondas, cafeteira, bicicleta, rádios e DVD. O público em geral concorria a um CD de música.

Em 2010, já na Rádio Manchete, iniciava o que Miro chamou de “Escolinha Sindical”. Não se tratava de um quadro do programa e, sim, de uma reunião informal, convocada todas as sextas-feiras com a participação do diretor do Sintraconst-Rio Davi, para definir a pauta do programa. Essa reunião nunca falava sobre o programa e, sim, sobre política sindical e assuntos do Sintraconst-Rio. As pautas do programa eram enviadas e discutidas por e-mail. Nas reuniões de sexta-feira, Miro Ribeiro abordava alguns temas sobre política partidária e Davi sobre política sindical. Para Miro tratava-se de fazer política e não de uma reunião de pauta. Com a nova formação instituída na Rádio Manchete, o programa de rádio, “Construindo Sucesso”, ficou com apenas duas horas ao vivo e com a seguinte estrutura de quadros fixos:

**QUADRO 1: “E agora Doutor?”** Faz parte do programa e desde o início era gravado. Neste quadro um suposto trabalhador faz uma pergunta para o advogado Dantas. O personagem é criado pela produção ou atende a uma demanda da direção do sindicato. Nomes de pessoas, profissão, endereço de residência são fictícios. A ideia é abordar um assunto que esteja na pauta do sindicato. Possui vinheta de abertura e seu tempo de duração é de 3 a 5 minutos.

**QUADRO 2 : “Principais fatos da semana”.** Tratava-se de um bate-papo com os ouvintes criado pelo presidente Carlos Antônio, no qual ele abordava os assuntos mais relevantes do sindicato, da política e do mundo, focando principalmente questões sindicais, paralisações temporárias e reajustes, convenções coletivas de trabalho e assuntos do momento. Sempre gravado. Sua duração era de 7 a 15, mas podia ir até 30 minutos. Quando passava de 30 minutos de gravação, sua fala era dividida em duas partes e posta no ar em dois momentos distintos para evitar cansar o ouvinte ou causar a dispersão.

**QUADRO 3: “Análise social econômica”.** Apresentado ao vivo por David de Souza, diretor financeiro do Sindicato. Com conteúdo bastante politizado, David analisava

fatos dos Sindicatos e da política brasileira e o impacto que isso trazia a vida dos trabalhadores. Duração de até 10 minutos.

**QUADRO 4: “Memórias que o tempo não apaga.”** Ficou no ar e lembrava grandes artistas de uma determinada época e deixaram de estar na mídia. Gravado e com duração de até 2 minutos feito por Miguel Ângelo.

**QUADRO 5: “Aniversariantes do mês.”** Apresentado pelo diretor do Deptaconst,<sup>4</sup>Geraldo Costa, parabenizava os aniversariantes do mês que telefonavam, como os do departamento administrativo do Sintraconst-Rio.

**QUADRO 6: “Construsom”.** O quadro era apresentado pelo primeiro secretário do sindicato, Roberto Araújo que usava, no entanto, o pseudônimo de Robert Farow Custo. Quadro musical em que comentava um aspecto político ou uma crônica da semana utilizando trechos de músicas. Foi encerrado em 2013.

**QUADRO 7: “Moda, mulher, beleza e saúde”.** Realizado ao vivo pela estagiária contratada na época, Natane Vidal, era uma forma de divulgar o seu trabalho. Miro entendia também que uma voz feminina atrairia os ouvintes e que beleza e culinária sempre despertavam interesse e geravam audiência.

**QUADRO 8: “Matérias sobre os canteiros de obras ou eventos”.** Os trabalhadores nos canteiros de obras colocaram a sua voz até os anos de 2012 e início de 2013. Depois continuou através dos eventos. Sem abertura de vinheta, pois não se tratava de um quadro propriamente dito, mas de um momento de entrevista sobre eventos, programações sociais do sindicato e reportagens trazidas dos canteiros de obras. O programa se dividia para tentar agradar a dois tipos de ouvinte: o da construção civil e da Rádio Manchete. O próprio Wagner Moura, líder das equipes de segurança do trabalho, percebe isso em entrevista para essa pesquisa.

Quando a gente pegou o projeto [...] a Manchete já existia; era uma rádio que já tinha um público que não era voltado para construção civil. Quem não fosse sindicalista, não iria aguentar só construção civil. Tivemos que nos adequar à sociedade como um todo, trazendo a construção civil, gradativamente, para criar uma identidade. (...)Foi preciso extrema mente importante aquele ponta-pé inicial para avaliar os erros e os acertos que foram muito maiores e começamos do nada e muito bom e coerente e muito novo quem coloca uma equipe de rádio para acompanhar no canteiro de obras não existe esse trabalho, nos fomos os pioneiros na construção civil isso não existe. Foi um desafio para todo mundo. O Leonardo tinha que sair às 6hs da manhã isso foi inovador. (Entrevista concedida por Wagner Moura em grupo de discussão).

O Sintraconst-Rio experimentava, através do rádio, uma forma de denunciar os problemas da classe trabalhadora dentro do canteiro de obras. Organizava uma nova forma de atuação, que vai além das equipes no canteiro de obras. Resistia de forma cultural, social e utilizava um meio de comunicação de grande abrangência para dar depoimento sobre sua categoria e sobre as suas ações em prol da classe trabalhadora. O veículo que nasceu para contestar acabou se tornando, também, uma forma de poder, uma forma de se intermediar o discurso e aumentar o poder da diretoria diante de sua categoria. O programa passa a ter um caráter duplo e ambíguo. Por isso, avaliamos o programa de rádio de um ponto de vista interdisciplinar. O binômio comunicação e

<sup>4</sup> Departamento dos Aposentados da Construção Civil

trabalho nos ajuda a responder sobre o uso da comunicação radiofônica como arma contra o poder hegemônico gerado pelas armadilhas de uma flexibilização defensiva, que desenvolve terceirização e o aumento no índice de morte nos canteiros de obras. A prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Roseli Figaro (2008) explica que a relação da comunicação com o trabalho possibilita eixos teóricos de compreensão para melhor conhecer a atividade do trabalho e, ao mesmo tempo, refletir sobre o mundo do trabalho e os seus modos de comunicação com os sujeitos.

## **PROGRAMA “CONSTRUINDO SUCESSO”: UM ESTUDO DA RECEPÇÃO DOS OUVINTES DO PROGRAMA**

As relações de comunicação se dão de maneira especial. Estudar a comunicação no mundo do trabalho possibilita problematizar a relação do sujeito com sua atividade e com o microcosmo social que é o lugar de trabalho. Para isso, o rádio se mostra um excelente meio de comunicação para se observar os modos de comunicação da classe trabalhadora, que acabam produzindo uma mensagem que mostra as normalidades e anormalidades no mundo do trabalho. . (FIGARO, 2008)

Os meios de comunicação sindical e seus programas atuam, para o pesquisador que utiliza a relação trabalho e comunicação, como forma de explicação ou visualização dos problemas, da mesma forma que um contraste médico acaba deixando mais visível os tecidos normais ou anormais em uma ressonância magnética. A comunicação da classe trabalhadora possibilita não só verificar o discurso sindical, mas contrapor os discursos com as ações e identificar anormalidades em processos de produção e sentidos. Os primeiros dados, que serão abordados, mostrarão o perfil dos ouvintes do programa. Através da pesquisa de perfil de recepção ativa podemos identificar a faixa etária, escolaridade, ocupação e parte do programa que os ouvintes mais gostavam. Visualizar sua identidade com o público e seu viés educacional. Nossa enquete revela quem o programa atingia e qual era o seu público ouvinte. Porém, vamos nos ater na identidade que os ouvintes nos revelaram.

Para entendermos o público do programa, “Construindo Sucesso”, precisamos entender como o veículo de comunicação rádio vem atuando em tempos de tantas redes sociais e canais a cabo e internet. A Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) feita em 2016 pelo Governo Federal, com apoio do IBOPE, para entender a comunicação e os meios de se comunicar no Brasil revela que o rádio é o segundo meio de comunicação mais usado pelos Brasileiros. Percebe-se um aumento de 21% para 30%, ao comparar a mesma pesquisa feita em ano anterior. Segundo a pesquisa, os principais motivos pelo qual as pessoas ouvem rádio são: 63% pela informação, 62% como entretenimento e 30% como forma de passar o tempo. Nessa hipótese, o rádio pode ser comparado à internet e a televisão, um meio de comunicação híbrido, que oferece entretenimento e informação. A pesquisa também averiguou a intensidade de audiência, que fora medida em horas e dias. Os resultados revelam que 30% das pessoas entrevistadas ouvem rádio todos os dias e que existe o hábito de ouvir rádio pela manhã, independente do dia da semana. O horário de maior audiência é entre as 6 e as 9 horas da manhã, quando se inicia um processo gradativo de perda dos ouvintes. A grande diferença entre os dias da semana está na exposição dos ouvintes, que ficam com os seus aparelhos de rádio ligados durante 3 horas e 42 minutos nos finais de semana, e 2 horas e 33 minutos durante a semana.

Já a preferência, quanto ao canal, fica para as FM com 74% e nas rádios AM com 14%, respeitando as diferenças regionais. No sul, ouve-se mais rádio AM. Porém,

em geral, quem mais ouve rádio AM são as pessoas que tem escolaridade de até a 4ª série. A rádio FM é mais ouvida pelas pessoas com segundo grau e nível superior. A pesquisa mostra que o rádio no Rio de Janeiro tem maior intensidade de audiência, com 2h49, em relação a todo sudeste. Uma boa curiosidade é que o rádio ainda é ouvido de forma tradicional, ou seja, com o rádio de pilha ou aparelhos elétricos e, em casa, por 79% das pessoas que ouvem rádio. Pela Internet somente 3% dos entrevistados ouve rádio.

A relação entre a PBM e a nossa enquete se faz presente, pois o programa “Construindo Sucesso”, na rádio Manchete, 760 AM, tinha transmissão bastante condizente com o grau de escolaridade, para o seu nicho de ouvintes. O programa era veiculado no final de semana, onde se tem maior audiência. Entender as características do rádio, seu tempo de audiência, suas pautas, sua formação não nos dá quem é o seu público? O que seu público espera desse programa? Sabemos que o rádio é um veículo que se encaixa com o perfil dessa classe trabalhadora, mas qual seria o perfil do programa? Quem é o ouvinte? Para responder a tais perguntas esta pesquisa promoveu uma enquete, que revela dados dos ouvintes que escutavam o programa de rádio “Construindo Sucesso”, na Rádio Manchete 760AM, no período de 2010 a 2015.

A pesquisa de perfil de recepção ativa do programa de rádio, “construindo Sucesso”, foi feita através de um estudo de recepção que teve o apoio do Instituto Brasileiro de Pesquisas Sociais (IBPS) e em sua coordenação de equipe realizada pela pesquisadora e socióloga, Andrea Sacco. As perguntas e o estudo prévio foram baseados em algumas indagações tiradas do projeto de pesquisa de dissertação defendida e aprovada no IUPERJ em 2016, que trabalhava com os seguintes problemas: Que tipo de público o programa “construindo sucesso” pretende atingir? É bem sucedido com esse público? É um programa reconhecido pela classe trabalhadora? A data de coleta das entrevistas foi entre os dias 11 e 22 de março de 2016. O presente estudo assume a característica de enquete, tendo em vista a necessidade do recorte realizado para a realização das entrevistas, pois o público alvo foi restringido aos ouvintes que ligavam e disponibilizavam seus números de telefones para serem identificados na rádio. Os dados como telefone, nome, endereço, para as ligações foram de anotações feitas no programa nos anos de 2010 a 2015. O material é de coleção particular do pesquisador, Leonardo Neves e outra parte cedida pelo próprio Sintraconst-Rio.

O escopo de dados reunido, para o início da pesquisa foi de 150 pessoas, entre homens e mulheres que ligavam para concorrer a prêmios ou simplesmente responder perguntas feitas pelo programa. As 150 pessoas foram procuradas pela nossa equipe de pesquisadores, mas somente 58 responderam o questionário constituído de 14 perguntas. O critério foi ligar para quem nos ligava. Por esse motivo a pesquisa foi transformada em determinística. O número de entrevistados, de certa forma, ficou bem dividido entre homens e mulheres e tivemos, respectivamente, 55% a 45% respeitando a proporção de gênero do universo que tínhamos disponível para ser abordado. Notamos que mais de 70% dos entrevistados tem mais de 50 anos e apenas cerca de 7% tem no máximo 30, o que indica que o ouvinte do programa, “Construindo o Sucesso”, se constitui num público maduro. O fato de 1/3 dos entrevistados ter mais de 70 anos só reforça essa indicação. Para melhor descrição do perfil de idades apresentamos as seguintes tabelas.

Tabela 1, sobre faixa etária de ouvintes que ligavam para o programa.



## Faixa etária

	Total	sexo		Faixa etária			Escolaridade	
		Masculino	Feminino	até 50 anos	51 a 70 anos	mais de 70 anos	até ensino fundamental completo	ensino médio completo ou
Base	58	32	26	16	23	19	32	26
até 30 anos	6,9%	9,4%	3,8%	25,0%			3,1%	11,5%
31 a 40 anos	12,1%	9,4%	15,4%	43,8%			3,1%	23,1%
41 a 50 anos	8,6%	12,5%	3,8%	31,3%			9,4%	7,7%
51 a 60 anos	20,7%	15,6%	26,9%		52,2%		28,1%	11,5%
61 a 70 anos	19,0%	12,5%	26,9%		47,8%		12,5%	26,9%
71 anos ou mais	32,8%	40,6%	23,1%			100,0%	43,8%	19,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

	Total	Ocupação atual		Profissão (atual ou antes de se aposentar)	
		Em atividade / procurando emprego	Aposentado / do lar	profissões ligadas à construção civil	Outras
Base	58	20	38	30	28
até 30 anos	6,9%	20,0%		6,7%	7,1%
31 a 40 anos	12,1%	30,0%	2,6%	13,3%	10,7%
41 a 50 anos	8,6%	25,0%		6,7%	10,7%
51 a 60 anos	20,7%	15,0%	23,7%	13,3%	28,6%
61 a 70 anos	19,0%	10,0%	23,7%	13,3%	25,0%
71 anos ou mais	32,8%		50,0%	46,7%	17,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

• *Idade média: 58 anos*

5

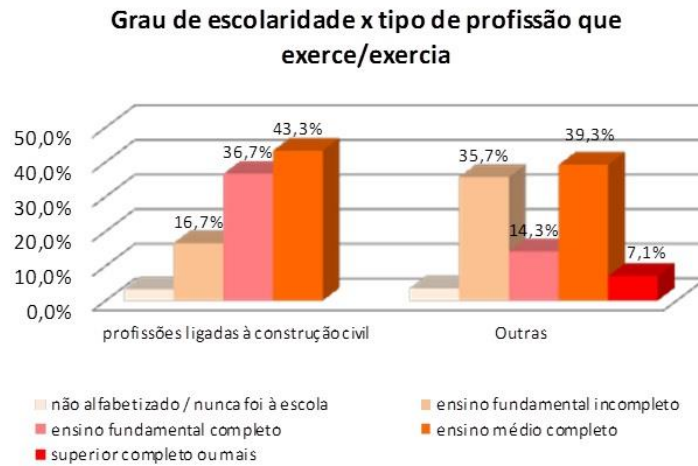
Quanto à idade, a Pesquisa Brasileira de Mídia coaduna com a nossa pesquisa e afirma que, acima de 46 anos, 18% dos entrevistados ouvem rádio AM e conforme aumenta a idade, aumenta o número de ouvintes. Acima de 65 anos, o rádio AM chega a ter 35% de seus ouvintes totais. Em nossa enquete sobre o programa “Construindo Sucesso”, a faixa de até 30 anos corresponde a 6,9% dos entrevistados, sendo que de 31 a 40 anos são 12,1%. A faixa de 51 a 60 anos é de 52,2% e a idade média dos ouvintes do programa, que ligavam era de 58 anos. Um dos motivos de tantas pessoas idosas ouvirem a rádio AM pode estar atrelado ao grau de escolaridade, já que a nossa pesquisa indica que a maior parte dos entrevistados não terminou o segundo grau, tendo cerca de 55% somente com o ensino fundamental completo. Apesar disso, isoladamente, a categoria de ensino médio completo aponta 41% dos entrevistados e por mais de 43% dos entrevistados com profissões ligadas à área da construção civil (Gráfico 1).



Gráfico 1: Profissão dos ouvintes que telefonaram ao programa.



## Profissão (atual / antes de se aposentar)



Podemos observar com o gráfico que entre os entrevistados que tem/tinham profissões

Fonte: Leonardo Neves e IBPS

Podemos observar com a Tabela 2 que, entre os entrevistados com profissões ligadas à construção Civil, 80% tem pelo menos o ensino fundamental completo, enquanto entre os entrevistados de outras profissões tem índice de 60%. Esses dados sobre os ouvintes do programa estão de acordo com o grau de escolaridade na construção civil, que não chega ao ensino médio. Os ouvintes que são profissionais da construção civil correspondem a 51% dos entrevistados em geral, mas podemos dizer que estão concentrados entre os homens (78%) e com mais de 70 anos (74%). O que nossa pesquisa constatou é que temos mais de 65% dos entrevistados, que não se encontram mais na ativa. São aposentados ou donas de casa, enquanto cerca de 1/3 ainda estão trabalhando (Tabela 2).

Tabela 2: Ocupação atual dos ouvintes que telefonaram ao programa.



## Ocupação atual

	Total	sexo		Faixa etária			Escolaridade	
		Masculino	Feminino	até 50 anos	51 a 70 anos	mais de 70 anos	até ensino fundamental completo	ensino médio completo ou
<b>Base</b>	<b>58</b>	32	26	16	23	19	32	26
está na ativa	34,5%	37,5%	30,8%	93,8%	21,7%		28,1%	42,3%
está aposentado/do lar	65,5%	62,5%	69,2%	6,3%	78,3%	100,0%	71,9%	57,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

	Total	Ocupação atual		Profissão (atual ou antes de se aposentar)	
		Em atividade / procurando emprego	Aposentado / do lar	profissões ligadas à construção civil	Outras
<b>Base</b>	<b>58</b>	20	38	30	28
está na ativa	34,5%	100,0%		33,3%	35,7%
está aposentado/do lar	65,5%		100,0%	66,7%	64,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Leonardo Neves e IBPS

### ASSIMILAÇÃO DE CONTEÚDO:

Este tópico da pesquisa é bastante importante, pois vamos perceber que tipo de mensagem foi assimilada pelos ouvintes e qual foi a principal mensagem que o programa conseguiu passar. A lembrança do conteúdo transmitido, que mais aparece, na memória dos entrevistados, quando falamos no programa “Construindo o Sucesso” são expressas, como: sindicato, boa programação, informações para o trabalhador, notícias e novidades, direitos trabalhistas, construção civil, enfim, uma grande variedade de ícones e lemas que remetem ao universo do trabalhador da construção civil e a uma programação radiofônica.

Os prêmios ou brindes oferecidos pelo Programa são impactantes na memória para apenas 14% dos entrevistados. Vale lembrar que os prêmios não se configuram num grande motivo da satisfação com o programa. É curioso que mesmo nesse grupo de entrevistados, que foram identificados justamente por sua participação em sorteios, os brindes são motivo de avaliação positiva para apenas 7%. Podemos dizer, pelos números, que os prêmios foram importantes para conquistar ouvintes, pois 26% dos entrevistados responderam que esse item é o que mais os atraía no programa. O estudo

indica que sua importância não passa desse ponto: a fidelização do ouvinte e a avaliação positiva são causadas por outros fatores, principalmente os relacionados ao conteúdo do Programa.

Mais de 75% dos entrevistados sabe que o programa era de responsabilidade do Sindicato da Construção Civil, principalmente os homens (84%), mais velhos (90%), com maior escolaridade (89%) e que tem ou tinham profissões ligadas à área da construção civil. Procuramos saber se a audiência também vinha do apresentador Miro Ribeiro, pois o mesmo tinha sua visibilidade grande no mundo do samba, e se o ancora usa a sua popularidade no rádio AM e na rádio Manchete para atrair ouvintes para a classe trabalhadora. Percebemos que o grau de conhecimento sobre o apresentador, Miro Ribeiro, é relativo, pois apesar de 43% ter lembrado espontaneamente de seu nome, 10% afirma que lembram depois de estimulados e temos outros 47% que não lembravam quem era o âncora do Programa.

Por fim, temos 79% de entrevistados que afirmam que o programa era dirigido, de alguma maneira, ao trabalhador, seja do Sindicato da Construção Civil ou de qualquer outra categoria. Ou seja, a identidade do programa não está baseada no apresentador como em muitos programas de rádio, mas sim na construção civil e em uma identificação com o trabalhador. Ou seja, programa tem vida própria ganhou identidade em relação ao seu público.



### Primeira coisa que vem à cabeça quando se fala no Programa (espontânea)

#### "Referências" no imaginário do ouvinte sobre o Programa Construindo o Sucesso"



• As respostas referentes ao mundo do trabalho (direitos do trabalhador, notícias sobre a

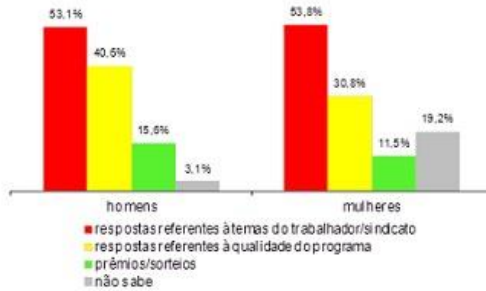
As respostas referentes ao mundo do trabalho (direitos do trabalhador, notícias sobre a construção civil e o sindicato, entre outros) são citadas como primeira lembrança sobre o Programa para mais da metade dos entrevistados, seguidas pelas respostas referentes à qualidade do programa (notícias em geral, o âncora Miro Ribeiro, a boa programação) e pelos prêmios e brindes que o programa oferecia. Podemos dizer que para mais de 87% dos entrevistados, o conteúdo transmitido é a maior lembrança que levam do Programa.

Gráfico: Resposta espontânea à enquete – comparativo por gênero e idade.



### Primeira coisa que vem à cabeça quando se fala no Programa (espontânea)

Comparativo por sexo - "Referências" do Programa no imaginário do ouvinte



• É praticamente o mesmo percentual entre homens e mulheres que trazem como lembrança do Programa o tema sobre o mundo do Trabalho

Comparativo por idade - "Referências" do Programa no imaginário do ouvinte

• Já ao compararmos as respostas por faixa etária, vemos que entre os entrevistados de 51 a 70 anos, as respostas referentes à qualidade do Programa de um modo geral tem uma indicação mais forte



16

Como é possível perceber no último gráfico, a relação de lembrança com trabalho e sindicato é maior no público mais novo e em atividade ou procurando emprego. Quando os entrevistados foram perguntados a que público era direcionado o programa, 46,6% responderam ao trabalhador da construção civil, 12,1% responderam trabalhadores do Sindicato. Já 10,3% responderam aposentados da construção civil. Pessoas com até 50 anos tiveram 62% de mensagem de que o programa era feito para trabalhador da construção civil. Das pessoas em atividade e procurando emprego, 55% também entenderam a mensagem. Se somarmos aos índices de percepção para trabalhador de sindicato e trabalhadores em geral, 65% das pessoas em atividade ou procurando emprego perceberam que o programa era direcionado à classe trabalhadora. Em uma breve análise podemos afirmar que o programa passou a sua mensagem principal, que era divulgar as questões da construção civil, ou pelo menos se mostrar um programa que falava dos trabalhadores da construção civil. Outro fator importante é perceber se o programa cumpriu a missão de divulgar o Sintraconst-Rio e a atuação da sua diretoria. Nossa pesquisa mostra que sim, como ilustra a Tabela abaixo.

Tabela: Grau de conhecimento sobre o responsável pelo programa.



### Grau de conhecimento sobre a instituição responsável pelo Programa

	Total	sexo		Faixa etária			Escolaridade	
		Masculino	Feminino	até 50 anos	51 a 70 anos	mais de 70 anos	até ensino fundamental completo	ensino médio completo ou
Base	58	32	26	16	23	19	32	26
sim, sabe	77,6%	84,4%	69,2%	75,0%	69,6%	89,5%	68,8%	88,5%
não sabe	22,4%	15,6%	30,8%	25,0%	30,4%	10,5%	31,3%	11,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

	Total	Ocupação atual		Profissão (atual ou antes de se aposentar)	
		Em atividade / procurando emprego	Aposentado / no lar	profissões ligadas à construção civil	Outras
Base	58	20	38	30	28
sim, sabe	77,6%	60,0%	86,8%	66,7%	67,9%
não sabe	22,4%	40,0%	13,2%	13,3%	32,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fácil constatar que 76% dos entrevistados sabiam quem era a instituição responsável pelo programa, principalmente entre os homens e os mais idosos. Quando analisamos esse índice para quem tem ocupação atual ou está procurando emprego, percebemos uma queda de 10% nessa percepção. Isso pode acontecer em função do tempo de audiência ao programa, uma vez que 70% das pessoas entrevistadas ouviam o programa todo, mas quando se tratava de pessoas com até 50 anos esse índice cai para 53%. Outro ponto a ressaltar é a avaliação do programa. Dentre os entrevistados, 53,4% avaliaram como ótima e 46,6% como bom. Sendo que o principal motivo dado para essa avaliação era porque o programa oferecia ensinamentos, pois o ouvinte podia aprender sobre a área de trabalho, com 19,0%. O segundo motivo dado foi que o programa era muito informativo, com 15,5%, sendo que a boa programação com 10,3%.

### CONCLUSÃO:

Quando percebemos que o programa trabalha uma característica pedagógica sobre as questões de trabalho fica visível uma das leituras de Gramsci acerca da produção de um veículo de comunicação hegemônico. Gramsci (1968) vê no processo de educação da classe trabalhadora, um dos meios de se chegar à hegemonia, desde conquistas de seus próprios intelectuais como o processo de educação e a propagação dessa educação em relação à classe trabalhadora, nos meios de comunicação. Outra coisa que corrobora para um programa que tem em suas bases um movimento de orientar e ensinar a classe trabalhadora era o quadro “Dr. Dantas Responde”. Esse quadro, que se constituía em um quadro quase que teatral, pois as perguntas eram feitas pela própria produção do programa e visava responder perguntas de caráter trabalhista, além de informar sobre as questões judiciais que envolviam a classe trabalhadora,

obteve 19,0% de indicações quando perguntado qual era o melhor quadro do programa. Em segundo lugar, o quadro “Os principais fatos da semana”, feito pelo presidente Carlos Antônio, quando o mesmo fala dos fatos que aconteciam em canteiros de obras, das adversidades políticas e a relação com a classe da construção civil, que teve 13,8% na avaliação. O que temos aqui é uma tentativa do Sintraconst-Rio de propor uma atividade intelectual para homens, que são considerados trabalhadores braçais, o Sindicato está para Gramsci (1968) no que corresponde em um limiar entre o “homo faber” e “homo sapiens”. O rádio é o nosso objeto transformador do homem de um estado para outro, na construção civil.

O Sintraconst-Rio possui uma história de luta, que vem do Movimento dos Trabalhadores da Construção Civil, mas esta história não se manteve dentro da diretoria, o que deixa de lado seu processo histórico, pois em seu programa de rádio o Sindicato jamais mencionava as suas eleições conturbadas no passado, o Movimento dos Trabalhadores da Construção Civil e também não mencionava o apoio dado por antigas diretorias do Sintraconst-Rio à ditadura Militar e sua resistência por parte de seus trabalhadores, como relata o processo histórico dessa categoria.

O que se percebe, quando avaliamos a fala do grupo de discussão é que, muitas vezes, o trabalhador ganha a voz no rádio, mas acaba tendo sua voz intermediada pelas equipes de segurança do trabalho, pelo diretor financeiro e pelo repórter. Nota-se que a voz do trabalhador no rádio é constante, porém, voltada para falar bem do Sindicato, pois as perguntas estão no foco dos benefícios sociais que o Sindicato oferece. Não há o que Gramsci (1968) chama de crítica à atividade prática, não se faz uma relação entre o que se faz, impulso muscular, e o que se pensa, impulso nervoso. Tentando o equilíbrio nas ações.

O programa deixou de levar em conta o seu processo histórico é desconstituiu o que Gramsci (1968) vai chamar de camadas de intelectuais orgânicos. Deixando de aliar a teoria com a prática, para se chagar à hegemonia, deixou de dar a participação efetiva do trabalhador nesse meio de comunicação. O programa retratou boa parte do cotidiano do Sindicato e de seus trabalhadores, mas as visitas constantes ao canteiro de obras, pelo programa de rádio, foram interrompidas prematuramente, somente com dois anos dentro de canteiro de obras, depois os trabalhadores da construção civil tiveram suas vozes intermediadas pelo Sindicato. Esta análise do perfil é base para entendermos para quem o sindicato falava, quem ouvia e como os ouvintes enxergavam o programa, percebemos que o uso do rádio por uma classe trabalhadora com baixa escolaridade, com programação diversificada e que flerta entre as questões sindicais e o factual jornalístico pode ser uma solução para atrair e manter ouvintes, porém verificamos que para construir uma comunicação contra-hegemônica é também ter seus intelectuais orgânicos, como aborda Gramsci(1968) é constituir a maior participação de sua classe trabalhadora.

**REFERÊNCIAS:**

BARBERO, MARTIN Jesús. Dos meios às mediações, comunicação, cultura e hegemonia. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia**, ano 2016 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília. Disponível em s: <http://www.secom.gov.br/> e <http://www.pesquisademidia.gov.br/> acessado em: 20 jul.2015

COSTA, Mauro Sá Rego. **Rádio, Arte e Política**. Rio de Janeiro: Ed UERJ, 2013.

FERREIRA, Maria Nazareth. **A imprensa Sindical no Brasil**. São Paulo: Editora Ática S.A, 1988.

FIGARO, R. **A abordagem Ergológica e o Mundo do Trabalho dos Comunicadores**. Revista Trabalho, Educação, Saúde, Rio de Janeiro, v.9, supl.1, p.285-297, ano 2011. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1981-77462011000400014](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-77462011000400014)> Acessado em: 20 jul. 2015.

FIGARO, R.. **Comunicação e Trabalho**: binômio teórico produtivo para as pesquisas de recepção. Mediaciones Sociales, Norteamérica, ene. 2008. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/MESO0909120023A/21200>>. Acessado em: 20 jul. 2015.

GIANNOTTI, V. **Comunicação dos Trabalhadores e Hegemonia**. São Paulo: NPC, 2014.

GRAMSCI, A. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura**. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.

LASSWELL, Harold D. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. Nova York, 1948. Tradução de GOHN, Gabriel (org). Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978, p.105-118.