

## OUTRAS POSSIBILIDADES PARA O RÁDIO

Cláudia Regina LAHNI  
Professora na Faculdade de  
Comunicação da  
Universidade Federal de Juiz de Fora

### RESUMO

*Neste trabalho, queremos refletir sobre outras possibilidades para o rádio, tanto de conteúdo como de formato, que proporcionem uma efetiva participação da população e uma ruptura quanto ao modelo predominante. Para isso, vamos lembrar passagens da história desse veículo de comunicação, ainda apontado como o mais abrangente e de maior penetração no País. Essas e outras características do rádio também serão ressaltadas, para indicar as possibilidades mencionadas. Apresentaremos, ainda, breve análise sobre a comunicação atual, marcada pelas novas tecnologias.*

**Palavras-chave:** Rádio. Comunicação. Novas Tecnologias.

### ABSTRACT

*In this work, we want to reflect on the other possibilities for the radio, in its contents and its format, which permit an effective participation of the people and a break of the prevailing pattern. To do so, we will recall some passages from the history of this communication vehicle, which is still regarded as the most comprehensive and pervading all over the country. These and other characteristics will be highlighted in order to reveal the mentioned possibilities. We*

*will also give a short analysis about communication today as it is marked by new technologies.*

**Key-works:** *Radio. Communication. New Technologies.*

## PRIMEIRO O RÁDIO

O rádio teve início no Brasil em 6 de abril de 1919, no Recife, com a Rádio Clube de Pernambuco, fundada por Oscar Moreira Pinto (Tavares, 1997). Entretanto, oficialmente a data inicial do rádio no País é 7 de setembro de 1922, quando a Westinghouse Electric International, junto com a Companhia Telefônica Brasileira, instalava no Alto do Corcovado, no Rio de Janeiro, uma estação de 500 Watts para comemorar o centenário da independência do Brasil. Ouvia-se, então, pelos poucos aparelhos receptores existentes, o discurso do presidente Epitácio Pessoa, música lírica, conferências e concertos.

Em 20 de abril de 1923, no Rio de Janeiro, por obra de Roquete Pinto, surgiu a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro – que depois passaria como educativa para o controle do governo. “Está no ar a Rádio Sociedade, pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil”, dizia o locutor, reforçando no slogan a vocação educativa (e erudita), como se entendia para o veículo, conforme conta Tavares (1997). Os jornais falados têm início em fins de 1926, em Pernambuco, e a experiência radiojornalística com editoriais, em São Paulo, começa com César Ladeira em 1932, na Revolução Constitucionalista.

A partir da década de 30, o rádio começa a se popularizar, com lazer e entretenimento. Pelo veículo, passam a ser ouvidas músicas populares, programas humorísticos e de auditório. Em 1936, no Rio de Janeiro, inaugurava-se a Rádio Nacional, liderança da radiodifusão por mais de vinte anos, no País. No período, essa emissora, como outras, tinha contratadas orquestras inteiras, cantoras, atores, atrizes, diretores, jornalistas, locutores.

O público acompanhava rádio-novelas, como “Direito de nascer” e “Em busca da felicidade”. Também havia programas de auditório, com Paulo Gracindo e César de Alencar, entre outros; e humorísticos, como “PRK 30” e “Balança mas não cai”. Entre os cantores, podem ser citados Francisco Alves, Carlos Galhardo e Cauby Peixoto; Carmem Miranda, Emilinha Borba, Marlene e Araci de Almeida estavam entre as cantoras, para as quais havia concurso da melhor, com votação a partir de cédula impressa em revista, que tratava do assunto.

Em 1941, surgiu o “Repórter Esso” - noticiário que saiu do ar em fins de 1968, portanto depois de 27 anos e muita repercussão. Nos anos 50, conforme

Outras possibilidades para o rádio

Tavares (1997), houve um grande impulso do radiojornalismo no Brasil – nesse mesmo período surge a televisão no Brasil, por iniciativa de Assis Chateaubriand. Em fins de 50 e início dos 60, a Rádio Jornal do Brasil passa a apresentar “Música e informação”; Sérgio Chapelin e Eliakin Araújo eram vozes daquela emissora. O jornal *O Estado de S.Paulo*, em 1958, cria a Rádio Eldorado; Bóris Casoy e César Ferraresi eram locutores. Já no meio da década de 60, a Rádio Panamericana de São Paulo, consagrada como “Emissora dos esportes”, se transforma em Jovem Pan.

Com a ascensão da TV, o rádio – depois de erudito, de popular, com várias iniciativas no jornalismo – passa por uma fase de transição. A partir de 1970, as emissoras de FM (Frequência Modulada) passaram a predominar. De acordo com Nélia Rodrigues Del Bianco (1993), o crescimento das FMs foi incentivado pelo regime militar. Isso, tanto para impulsionar a indústria fonográfica e de aparelhos próprios a esse uso, como visando à transmissão com menor abrangência e, assim, mais controlável<sup>1</sup>.

Já, em especial em 80, segundo Tavares (1997), temos um novo formato que o rádio assumiu; trata-se da fase dos comunicadores, entre os quais são mencionados Cidinha Campos, Barros de Alencar, Ely Correa e outros. Nesse momento, o programa leva o nome do apresentador, que trabalha sozinho – ou com um técnico – por períodos de quatro horas. Nos anos 90, temos transmissores no sistema digital, o rádio na Internet e as transmissões em rede ou retransmissões consolidadas – como trabalham a Transamérica e outras, presentes em qualquer canto do País.

Esse breve histórico foi mencionado para salientar que, embora atualmente a sociedade tenda a valorizar a imagem, delegando por isso um poder inquestionável para a televisão, foi primeiro o rádio o espaço para o início e o desenvolvimento de grande parte dos programas aos quais nos habituamos hoje a assistir na tela da TV. Programas de auditório, humorísticos, novelas, jornalismo, seriados, apresentação de cantores, concursos de cantoras, a vida dos artistas, tudo passou pelo rádio.

## RETRANSMISSÕES E LOCAIS

O histórico apresentado mostra, pois, que nos anos 90 tivemos a consolidação das transmissões em rede e/ou retransmissões. Essa maneira de fazer rádio, predominante nas FMs, acaba padronizando o estilo de locução, o vocabulário utilizado, o uso de canções veiculadas – seguindo os ditames da indústria do disco (do cd) e, enfim, os programas. Isso ocorre ou por se seguir um modelo

que vem de um centro de mais poder – no Brasil, foi importado (ou engolido) o estilo norte-americano e com ele suas músicas; no interior, a maneira da Capital, ou a compra de uma parte da programação, veiculada em rede – é o caso de rádios em geral de cidades do interior, que demitiram quase todo o seu quadro de funcionários e passaram a transmitir a programação gerada por uma emissora de maior porte.

Vale mencionar estudo de Maria Salett Tauk Santos (1985:150-151), feito na área rural do interior do Pernambuco (onde “o rádio desempenha o papel de veículo de comunicação de maior penetração em toda a região”). Santos aponta que “os resultados da pesquisa demonstraram que todos os comunicadores de rádio rural de Pernambuco evidenciaram atitudes favoráveis aos valores ‘urbanos’”. Já Renata Fernandes Rocha (2001), durante debate após sua apresentação de pesquisa sobre o rádio no Espírito Santo, afirmou já ter ouvido, de uma emissora de Vitória, informações sobre o trânsito na cidade de São Paulo, em função dessa retransmissão de programação.

Pois bem, mas se os anos 90 chegam com essa forma de “fazer” rádio consolidada, por outro lado, também se apresentam como o tempo das rádios livres e comunitárias no país, tempo esse que começa com força nos anos 80. A pesquisadora Sonia Virgínia Moreira (1998:98) acredita que “durante a segunda metade da década de 80, a proliferação das rádios livres foi proporcional à insatisfação de segmentos da sociedade com o predomínio do critério político-partidário adotado pelo governo federal na distribuição de emissoras de rádio e de televisão”<sup>2</sup>.

Moreira (1998:98-99) também salienta a existência, na década de 90, de um formato de rádio comercial AM voltado a audiências locais, com ênfase no jornalismo. Ela assinala que “os anos 90, portanto, devem se encerrar com a convivência de dois estilos de rádio destinados a um público essencialmente local. As emissoras comunitárias com a perspectiva de servir como meio de comunicação de grupos organizados da sociedade e as rádios comerciais em ondas médias (AM) descobrindo que informação é artigo de grande interesse junto aos ouvintes.”

## FACILIDADES E ABRANGÊNCIA

Abordaremos agora características do rádio, que, acreditamos, o fazem mais utilizado e procurado visando à transmissão para a comunidade local – o que, inclusive, nesse momento nos interessa mais do que as FMs de maior alcance (até nacional, em função da retransmissão) e as emissoras em AM.

Outras possibilidades para o rádio

Em termos de audiência, conforme Willians Cerozzi Balan e outros (1999), o rádio tem 115 milhões de radiouvintes no Brasil, enquanto existem 85 milhões de telespectadores, 8 milhões de leitores de jornais e revistas e 3 milhões de internautas (conforme texto no Observatório da Imprensa, em 2000). Esses números dão conta de que o rádio ainda é o veículo de maior penetração no País. E não é pra menos.

A abrangência, de acordo com Gisela Swetlana Ortriwano (1985), é uma característica do veículo. Ocorre que, principalmente em países como o Brasil, onde ainda há lugares longínquos desprovidos de energia elétrica(3) o rádio chega e alcança todos os pontos, uma vez que o aparelho receptor não precisa se utilizar de energia elétrica. Além disso, o aparelho receptor de rádio, em geral, custa mais barato do que um aparelho de TV, um computador, a assinatura de um jornal ou outro veículo.

Além do custo mais barato – para a recepção e emissão –, a facilidade de compreensão também é característica do rádio, conforme Ortriwano (1985). Rádio é som, o que significa que apenas um sentido do ser humano é necessário para a compreensão da mensagem do rádio. Assim, o radiouvinte pode fazer qualquer outra coisa e, ao mesmo tempo, estar ouvindo rádio. Pode-se estar trabalhando no escritório, na fábrica, no comércio, na lavoura, em casa, no carro, no ônibus e ouvindo rádio, compreendendo a sua mensagem, já que não se precisa estar parado vendo, como ocorre com a TV.

Como é só som, o rádio também pode ser mais facilmente entendido por pessoas com dificuldade de leitura ou analfabetas – e ouça que no Brasil 15% da população adulta ainda é analfabeta<sup>3</sup>, de acordo com relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), divulgado em julho de 2001 pelo *Último Segundo*. Vale mencionar sobre esse item que, embora muitas pessoas ouçam televisão, esta se utiliza, cada vez mais, de caracteres na tela ou apresenta gráficos, o que pode dificultar sua compreensão, além de requerer que o público fique em frente a ela, para vê-la, já que o principal da TV é a imagem.

Sobre a facilidade de compreensão, também é bom lembrar que a linguagem utilizada pelo rádio é a de quem conversa, inclusive de maneira informal. Frases curtas, de preferência não intercaladas e palavras simples, com o objetivo de ser entendido de imediato, são usadas no rádio. E se formos nos dirigir ao ouvinte ou à ouvinte será no singular, usando “você”, a fim de buscar mais aproximação com o receptor.

O rádio trabalha com o imediato e com o inédito, porque com grande facilidade pode transmitir ao vivo, em tempo real, qualquer acontecimento. O

jornal impresso precisa das rotativas; a TV pode fazer ao vivo, mas não só requer muito mais, como também exige equipamentos mais caros; algo na mesma linha pode se dizer sobre a Internet, que ainda se apresenta restrita para a recepção<sup>4</sup>.

A participação da pessoa receptora, principalmente através do telefone (além de outras formas), é mais constante e direta no rádio, quer seja para pedir música, reclamar da falta de luz, participar de concurso ou opinar a respeito de um tema em debate. E esse aspecto (o da participação) já marca o rádio desde o seu início – o público estava no programa de auditório, votava na sua preferida cantora.

Além disso, quando começou o rádio funcionava como clube ou sociedade, os interessados colaboravam para viabilizar as transmissões, já que a prática da venda de espaços ao anunciante surge quase uma década depois do veículo no País. Essa forma de organização, inclusive, é retomada atualmente pelas emissoras comunitárias, de baixa potência e pequeno alcance, que não dispõem de anunciantes e recursos vindos desses.

As especificidades do rádio, mencionadas aqui, fazem desse veículo não apenas o de maior audiência e penetração, mas também, e com certeza, o que mais aglutina comunidades e grupos organizados (ou nem tanto) das classes populares, com a finalidade de transmitir (de maneira alternativa)<sup>5</sup> suas mensagens, seus debates, suas manifestações culturais e artísticas.

Tal aglutinação, acreditamos, pode ser percebida no crescimento de rádios livres e comunitárias e na tentativa de várias se enquadrarem na lei 9.612 – que institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências -, o que nos parece bem mais rápido e intenso do que a ocupação de canais comunitários de TV a cabo, também definidos por lei federal. Certamente, a necessidade de mais equipamentos, técnica e recursos financeiros fortalece essa atitude distinta. Antes de continuarmos a refletir a respeito de emissoras livres e comunitárias, vamos mencionar experiências de rádio arte e paisagens sonoras, uma diferente e interessante possibilidade para o veículo.

## RÁDIO ARTE E PAISAGENS SONORAS

Em palestra intitulada “Rádio arte e paisagens sonoras”, que ocorreu em 13 de maio de 1999 para alunos de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, a pesquisadora Janete El Haouli contou um pouco de seus estudos e experiências acerca do tema. Haouli, professora do Departamento de Artes na

Outras possibilidades para o rádio

Área de Música da Universidade Estadual de Londrina, realiza o programa “Música Nova” na Rádio Universitária, em que veicula música de vanguarda, experimental, especialmente música vocal, colocando a voz desvinculada da palavra – assunto focado em seu mestrado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Segundo Haouli (1999), de início houve um estranhamento absoluto; as pessoas se perguntavam “isso é música?”. Depois uma reflexão e apreciação do que se ouvia. Ela salienta que o programa “rompia contundentemente” com o que chama de contínuo radiofônico – mesmo uma rádio cultural, como a Universitária da UEL, está ligada ao vitrolão, conforme a pesquisadora. Esse outro repertório é importante, para Haouli, porque é algo que foge ao padrão estabelecido, e atualmente, de um modo geral, nossa escuta está adestrada, moldada no sentido de forma. Com tais transmissões, busca-se refletir e fazer do rádio um veículo que pode produzir, não apenas reproduzir.

Na palestra, a pesquisadora também mencionou (e colocou para a audição dos presentes) a transmissão, pelo rádio, de paisagens sonoras – que são o áudio gravado, sem interferência, de determinados lugares; no exemplo, um dia em São Francisco, nos Estados Unidos, e em Bolonha, na Itália. Outro exemplo foi o primeiro filme abstrato, feito em 1930; uma peça radiofônica em que o artista apresenta cenas de trabalho, concertos, preparação de concerto e outras, utilizando-se apenas de sons. Essas experiências são de um movimento, ligado principalmente aos franceses, em que artistas visam “falar” somente com os sons. O filme abstrato citado está dentro do que se chama cinema para os ouvidos.

Vale lembrar também que, segundo Haouli (1999), além de outros lugares, em Berlim, emissoras de rádio têm departamentos de *feature*<sup>6</sup>. Este é um trabalho próximo ao documentário jornalístico radiofônico, constituído da captação do áudio de uma situação, utilizando o microfone de gravação como uma extensão da orelha do profissional, que vai direcioná-lo como achar melhor. Esse áudio captado passa, posteriormente, por uma reduzida edição (visando ao tamanho) e é veiculado junto com um comentário do profissional (um texto pequeno). Dessa forma, está-se contando um fato principalmente com os sons dele.

Sabemos que João Batista Torres (1985) produziu (de forma conjunta com outros profissionais e estudantes), em São Paulo, um programa que apresentava paisagens sonoras. Esse foi inicialmente veiculado dentro do programa “Noite Alta”, transmitido pela Rádio Bandeirantes FM, no dia 13 de junho de 1979. O programa daquele dia, conforme Torres (1985:47), era para ser “‘escutado’ no escuro”. A sugestão de ouvi-lo no escuro era porque nele, segundo o produtor, “fechávamos o sentido (maior?) da visão e dávamos – finalmente – passagem

para o sentido auditivo, permitindo assim que esse tipo de percepção cotidiana fosse mais ‘levado a sério’.”

No “Noite Alta” foi apresentada uma trilha com sons de flautas andinas, hora da ginástica, gongo chinês, fala de Mussolini, voz de Carlos Drumond em “Quadrilha”, entre outros. Depois, ainda que por um curto espaço de tempo, realizou-se o projeto “Rádio no Escuro”. Foram feitas sessões, no auditório Wladimir Herzog, do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, para audição de peças radiofônicas, no escuro. “Rádio no Escuro”, conforme Torres, foi “uma proposta para uma audição diferenciada, difusão e discussão do Rádio e de sua programação no Brasil”.

Refletindo sobre essas iniciativas, em Juiz de Fora (MG), um grupo de alunos<sup>7</sup> da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal realizou, em 5 de junho de 2001, uma experiência que mesclava as duas contadas por Torres. O grupo deveria mostrar um trabalho sobre a história do rádio, programas atuais e uma análise de um deles, da cidade de Juiz de Fora, o que foi feito. Para a apresentação, entretanto, colegas e professora foram convidados a ficar no auditório da Facom, que estava escuro, com aparelho sintonizado na Rádio Universitária FM em que foi veiculado um programa com o conteúdo do trabalho. Após a apresentação foram debatidas informações transmitidas e a maneira como isso se deu. Iniciativas como essa, acreditamos, precisam ser valorizadas, para que tenhamos, pelos meios de comunicação, um encontro de subjetividades, e não a homogeneização da cultura, como muitas vezes vem acontecendo.

## LIVRES E COMUNITÁRIAS

Como citamos, as emissoras livres e comunitárias, no Brasil, vêm crescendo em número e em participação da comunidade por elas abrangidas. Quanto aos números, dados da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão indicam o funcionamento de dez mil rádios livres e comunitárias. Já o Fórum Democracia na Comunicação aponta o funcionamento de cerca de sete mil. Quanto à participação, geralmente essas emissoras dão voz para quem não tem espaço na mídia e isso leva à apresentação de diferentes e interessantes formatos.

Em Juiz de Fora, no bairro Santa Cândida, a Mega FM, no ar desde 1997, “foi criada como um espaço para a divulgação de músicas dos moradores do local, que não tinham como mostrar sua produção em outras emissoras”, conforme conta Álvaro Eduardo Trigueiro Americano (1999:80,81). Americano salienta que “a emissora nasceu de uma discussão sobre a utilização do veículo (...) como meio de expressão democrático das pessoas de um bairro”.

Outras possibilidades para o rádio

Hoje, a Mega continua apresentando programas dos mais variados estilos musicais. Além disso, existem aqueles de debates sobre assuntos diversos e são transmitidas informações úteis à comunidade. Vale mencionar que a emissora veicula toda semana “Diversidade”, um programa de uma hora e meia feito pelo Movimento Gay de Minas, que enfoca principalmente saúde e cidadania<sup>8</sup>. Além da Mega, Juiz de Fora conta com várias outras comunitárias.

## ESPAÇO ABERTO

Cristina Costa (1998:91) declara que “muitos críticos percebem na civilização pós-clássica uma saudável democratização de meios e mensagens”. Ela cita Pierre Levy, para quem “a informática transforma a comunicação, antes linear e unidirecional, num livre navegar de informação, cujo sentido depende essencialmente da participação consciente do usuário”.

Por sua vez, Arlindo Machado, também citado por Costa, analisa que “as novas tecnologias permitem cada vez mais ao público a participação na produção artística”. Isso, por exemplo, pelo uso do videocassete ou do *zapping*, que podem transformar o público em autor das imagens por ele editadas.

Embora concordando com a importância e as facilidades advindas das novas tecnologias na comunicação, quanto à informática, entendemos que o acesso a ela, no Brasil, ainda está restrito. Já as possibilidades de modificação e arte pelo videocassete ou pelo *zapping* podem esbarrar na falta de espaço para transmissão (e problemas financeiros também).

Assim, acreditamos que as rádios livres e comunitárias se constituem num espaço aberto para veicular experiências inovadoras, que podem ser arte bruta ou outra coisa. Iniciativas, como o rádio no escuro, rádio arte ou a captação e transmissão de paisagens sonoras devem ser valorizadas e divulgadas. Elas podem representar outras possibilidades para o veículo, que tem hoje seu lado mais alternativo e aberto nas emissoras de pequeno alcance.

## NOTAS

<sup>(1)</sup> Sobre concessões de rádio e de TV no Brasil, indica-se ler Ivete Cardoso do Carmo (1995/1996); a respeito de concessões e de rádios livres e comunitárias, ler Graça Caldas (1997) e Cláudia Lahni (1999).

- <sup>(2)</sup> Existem também lugares centrais (capitais, interior, qualquer ponto do País) que podem ficar sem energia elétrica. Afinal, em maio de 2001, em função do baixo nível de água nos reservatórios que abastecem as usinas hidroelétricas e da falta de investimentos no setor e em formas alternativas de se gerar e transmitir energia, o governo federal lançou um plano de racionamento de energia elétrica, que previa, entre outros itens, os chamados “apagões”, momentos em que determinadas áreas poderiam ficar sem luz, sem energia.
- <sup>(3)</sup> Esse índice - de 15% da população adulta ser analfabeta - tende, pelo visto, a não ser alterado. Afinal, o mesmo relatório da ONU (Organização das Nações Unidas), que divulgou esse dado, também aponta que 84% da população em idade escolar está no colégio, o que nos faz concluir que 16% não está e, portanto, pode persistir o número de analfabetos ou de pessoas com pouca escolaridade no Brasil.
- <sup>(4)</sup> Sobre essa nova mídia, em aula da disciplina Linguagens e Tecnologias na pós-graduação da ECA-USP, a professora Cristina Costa (2001) expôs a existência de barreiras na tecnologia, entre as quais a língua (a quase totalidade do conteúdo na Internet é escrita em inglês) e a seleção do que é oferecido, sem se mencionar a questão econômica. Para ela, vivemos um segundo processo colonial, altamente potencializado pelas novas tecnologias.
- <sup>(5)</sup> Há quem ensine inclusive a montar - de forma barata artesanal - uma antena para transmissões radiofônicas, em cursos visando à democratização da comunicação.
- <sup>(6)</sup> O *Manual Geral de Redação*, da Folha de S.Paulo (1987:153), considera *feature* um “texto especial que não se limita ao caráter informativo de uma notícia. Aprofunda cada assunto em busca de sua significação mais atemporal. Pode ser um perfil, uma história humana, uma entrevista. Não se define pelo assunto, mas pela forma como ele é tratado.” Essa definição praticamente nos remete à maneira como os alemães, citados por Haouli, estão produzindo o *feature*. Um pouco diferente disso, Mário Erbolato (1985:147) define *feature* como “informação especial, não competitiva, caracterizada por um estilo que a distingue das informações comuns. Agências especializadas fornecem esse material aos jornais, constituído de palavras cruzadas, receitas, novidades da moda, reportagens ligadas ao turismo, curiosidades, conselhos de medicina etc.”.
- <sup>(7)</sup> O grupo, formado por Carlos Emanuel Rocha Bartels (coordenador dessa atividade), Ludmila Maria Noronha Souza, Jefferson Lorentz Barbosa, Anita Rodrigues Delmonte e Renata Meireles Xavier Curzi, alunos do 3º período, de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da UFJF, apresentou o trabalho, em 5 de junho de 2001, para a disciplina Fundamentos do Jornalismo, ministrada por esta pesquisadora.
- <sup>(8)</sup> Entre outros, a Mega transmite, semanalmente, o “Programa de Mulher”, que apresenta informações sobre saúde e cidadania da mulher, além de notícias dos movimentos feminista, sindical, popular e outros grupos com atuação feminina. “Programa de Mulher”, veiculado também pela Rádio Universitária, é um projeto de extensão da UFJF, elaborado e coordenado por esta pesquisadora, que conta atualmente (junho de 2002) com o trabalho das alunas Ana Laura Furtado (bolsista), Adriana Freitas, Aline Furtado, Eliana Fonseca, Evelyn Valente, Fernanda Vidigal e Lilian Werneck, da Facom, e Myllena Gusmão Varginha, da Faculdade de Medicina; a técnica é feita por Aline Furtado (bolsista da Rádio), da Facom.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMERICANO, Álvaro Eduardo Trigueiro. 87,9, *a Universitária está no ar*. Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1999 (Dissertação de Mestrado).
- BALAN, Willians Cerozzi e outros. O rádio digital avança no interior de São Paulo. In:
- BIANCO, Nélia R. Del & MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). *Rádio no Brasil - Tendências e perspectivas*. Coleção GT's Intercom, nº 8, Rio de

Outras possibilidades para o rádio

Janeiro, Editora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e Universidade de Brasília, 1999.

BIANCO, Nélia Rodrigues Del. *FM no Brasil 1970-79: crescimento incentivado pelo regime militar*. Revista "Comunicação & Sociedade", Imesp, São Paulo, Ano XII, nº 20, 1993.

CALDAS, Graça. Uma rádio para os trabalhadores. *Comunicação & Sociedade*, Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, nº 28, 1997.

CARMO, Ivete Cardoso do. A televisão como transmissora da ideologia do Estado. *Comunicarte*, Instituto de Artes, Comunicações e Turismo, Pontifícia Universidade Católica de Campinas (SP), nº 20, 1995/1996.

COSTA, Cristina. *Arte: resistências e rupturas – Ensaio de arte pós-clássica*. São Paulo: Moderna, 1998.

ERBOLATO, Mário. *Dicionário de propaganda e jornalismo*. Campinas: Papirus, 1985.

FOLHA DE S.PAULO. *Manual geral da redação*. São Paulo, 1987.

HAOULI, Janete El. *Rádio arte e paisagens sonoras*. Palestra ministrada aos alunos de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas (SP), 13 de maio de 1999.

LAHNI, Cláudia. Rádios livres e comunitárias: democracia no ar. *Jornalismo – Revista de Estudos*, Curso de Jornalismo, IACT, PUC-Campinas (SP), nº 2, junho de 1999.

MOREIRA, Sônia Virgínia. *Rádio palanque*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio – Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. 3 ed., São Paulo: Summus Editorial, 1985.

ROCHA, Renata Fernandes. *Rádio Espírito Santo: 60 anos de história*. Trabalho apresentado no VIII Simpósio da Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste (Sipec), Grupo de Trabalho Jornalismo, Vitória (ES), 2001.

SANTOS, Maria Salett Tauk. *Rádio no Brasil: o discurso da modernização sem mudança*. Cadernos Intercom n.8, São Paulo, 1985.

TAVARES, Reynaldo C. *Histórias que o Rádio Não Contou - Do Galena ao Digital, desvendando a Radiodifusão no Brasil e no Mundo*. São Paulo: Negócio, 1997.

TORRES, João Batista. "Rádio no escuro": a busca de mais formas de participação. Cadernos Intercom, nº 8, S. Paulo, 1985.

### Internet

<http://www.ig.com.br> – *Último Segundo*, 6 de junho de 2001.

<http://www2.uol.com.br/observatorio> – consulta feita em fevereiro de 2000.