

ROSANA CRISTINA POLI NASCIMENTO

**FORMA E CONTEÚDO DA
INFORMAÇÃO CIENTÍFICA NO RÁDIO**

O USO DA REPORTAGEM NA 94FM - Bauru/SP

Bauru / SP
2005

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
CAMPUS DE BAURU
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

FORMA E CONTEÚDO DA INFORMAÇÃO CIENTÍFICA NO RÁDIO

O USO DA REPORTAGEM NA 94FM - Bauru/SP

Dissertação apresentada por **ROSANA CRISTINA POLI NASCIMENTO** ao **Programa de Pós-Graduação em Comunicação** - Área de Concentração: Comunicação Midiática; Linha de Pesquisa: Gestão da Comunicação e Informação Midiática da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - *Campus* de Bauru, para a obtenção do **Título de Mestre em Comunicação**, sob a orientação do Prof. Dr. Antonio Carlos de Jesus.

Bauru / SP
2005

FICHA CATALOGRÁFICA

NASCIMENTO, Rosana Cristina Poli. **FORMA E CONTEÚDO DA
INFORMAÇÃO CIENTÍFICA NO RÁDIO - O USO DA
REPORTAGEM NA 94FM - Bauru/SP**, Rosana Cristina Poli
Nascimento - Bauru: [s.n.], 2005 140f. :

Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual Paulista,
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2004

Orientador: Prof. Dr. Antonio Carlos de Jesus

Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista. Faculdade
de Arquitetura ,Artes e Comunicação,2004.

1. Comunicação. 2.Meios de comunicação. 3. Rádio. 4.Jornalismo
científico. 5 .Indústria cultural. I – Universidade Estadual Paulista.
Faculdade de Arquitetura,Artes e Comunicação. II- Título .

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

A dissertação **A FORMA E O CONTEÚDO DA INFORMAÇÃO CIENTÍFICA NO RÁDIO - O USO DA REPORTAGEM NA 94FM - Bauru/SP**, desenvolvida por **ROSANA CRISTINA POLI NASCIMENTO**, foi submetida à **Banca Examinadora** como exigência para a obtenção do **Título de Mestre em Comunicação**, junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Área de Concentração Comunicação Midiática, Linha de Pesquisa Gestão da Comunicação e Informação Midiática da **Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - Universidade Estadual Paulista, Campus de Bauru - São Paulo**.

Banca Examinadora

Presidente: Prof. Dr. Antonio Carlos de Jesus
FAAC / UNESP

Prof. Dr Antônio Francisco Magnoni
FAAC / UNESP

Prof. Dr. Jorge Kanehide Ijuim
Universidade Federal de Campo Grande – MS

Bauru, Janeiro de 2005

Dedicatória

À DEUS, por mais uma meta alcançada, apesar das tribulações e provações da vida.

*Aos meus pais, Jura e Dalva, pelo amor, pela luta, pelo exemplo de vida que me deram,
pelo constante estímulo e incessante preocupação.*

*Ao meu filho querido Lucca, amigo e companheiro, ao qual nos últimos meses não pude
dar o carinho e a atenção que gostaria, mas que me cobriu de segurança,
compreensão e amor.*

Ao meu irmão Douglas, pela cumplicidade e dedicação.

À Suze, pela ajuda e atenção.

Aos meus sobrinhos Yasmin e Yanco, pelo carinho.

À toda minha família, pelo incentivo e confiança.

Agradecimentos

Ao Prof. Dr. Antonio Carlos de Jesus, pela orientação, pela amplitude de conhecimentos e pela segurança transmitida neste longo e desafiante processo do fazer científico.

Aos Profs. Dr. Francisco Antonio Magnoni e Dra. Ana Silvia Lopes David Médola, que participaram da banca prévia, pelas críticas construtivas.

Ao Prof. Dr. Zarcillo Rodrigues Barbosa, pela atenção de indicar-me textos sobre Jornalismo Científico.

Ao Prof. Ms. Paulo Sérgio Simonetti, pelas informações fornecidas sobre o Rádío no Brasil e em Bauru.

Ao Prof. Dr. Cláudio Bertolli Filho, pelas boas dicas.

Ao Prof. Dr. Adenil Alfeu Domingos, pelo incentivo.

À Diretoria da FAAC/UNESP, Campus de Bauru e a Coordenadoria do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, pela oportunidade de realizar este curso.

Aos amigos da Coordenadoria de Pós - Graduação Silvio, Elder e Carlos, pela atenção e paciência.

À prima e amiga Andrea Simonetti, pelo companheirismo e cumplicidade.

À prima Fabiana Simonetti Gaio pela atenção .

À amiga Maria Eugenia , pelo carinho, incentivo e alegria, seja “ao vivo” ou via telefônica.

À amiga Gabriela Fraga, pela ajuda e dedicação.

Aos amigos da 94 FM, pela força, paciência e incentivo.

Ao tio e amigo Sylvio Carlos Simonetti, pelo carinho e preocupação.

À equipe de jornalismo da 94 FM, Maria Dalva Hatore, Maria José Menezes, Thárcio de Lucca, Carlos Morgado e Mario Bross, pela amizade e compreensão.

Ao amigo Afonso Simonetti pela paciência e ajuda “informática”.

A todos aqueles que torceram pelo sucesso deste trabalho e, injustamente, não foram mencionados.

SUMÁRIO

Resumo, 009

Abstract, 010

Índice Iconográfico, 011

INTRODUÇÃO, 012

CAPÍTULO I

PELOS CAMINHOS DA HISTÓRIA, 017

1. A origem e evolução do rádio, 018

1.1. Aspectos históricos do rádio, **018**

1.2. A gênese da radiodifusão no Brasil, **037**

1.3. A gênese da radiodifusão em Bauru, **047**

1.4. Rádio: estágio atual e perspectivas, **063**

CAPÍTULO II

O PROCESSO DA COMUNICAÇÃO RADIOFÔNICA, 071

2. Os fenômenos sociais do rádio, 072

2.1. A audiência como condicionante da mensagem, **075**

2.2. Características da mensagem radiofônica, **079**

2.3. Códigos comunicativos e realização radiofônica, **084**

2.3.1. A linguagem radiofônica, **086**

2.3.2. A montagem radiofônica, **088**

2.3.3. Ritmo e estilo, **092**

2.4. Produção e realização, **093**

2.4.1. Gêneros radiofônicos, **095**

2.4.2. Redação, produção, realização e emissão, **102**

2.5. Programas radiofônicos, **103**

2.5.1. Tipologias de programas, **103**

2.5.2. Programas informativos, **107**

CAPÍTULO III

A REPORTAGEM RÁDIOFÔNICA: ESPAÇO PARA A INFORMAÇÃO CIENTÍFICA, 108

3. Aspectos históricos do jornalismo científico, 109

3.1. A linguagem científica e suas características, **113**

3.2. Informação científica: estrutura, produção e veiculação, **118**

CONCLUSÃO, 131

BIBLIOGRAFIA, 136

NASCIMENTO, Rosana Cristina Poli. **Forma e conteúdo da informação científica no rádio - o uso da reportagem na 94FM – Bauru/SP**. 2005. 140 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru / SP.

RESUMO

O rádio continua a ser um veículo de comunicação de grande alcance, de muita credibilidade e uma companhia constante na vida das pessoas. Esta dissertação tem o objetivo de identificar no meio radiofônico como é feita a difusão da informação científica na área da saúde pública, para a comunidade bauruense, em especial, a população de mais baixa renda. Desta forma, abordamos os primórdios do rádio em Bauru, analisando as relações que se estabelecem entre a forma e o conteúdo do processo de criação e veiculação de mensagens, com ênfase sobre o impacto da comunicação científica no rádio. O objetivo é identificar como se efetiva o processo de aprendizagem e, em que medida, essa programação pode ressignificar os valores e comportamentos da própria comunidade.

Palavras Chave: Comunicação; Meios de Comunicação: Rádio; Jornalismo Científico; Indústria Cultural.

NASCIMENTO, Rosana Cristina Poli. **Forma e conteúdo da informação científica no rádio - o uso da reportagem na 94FM – Bauru/SP**. 2005. 140 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru / SP.

ABSTRACT

The radio continues to be a vehicle of communication of great consequence, of a lot of credibility and a constant company in the life of the persons. This dissertation has the objective of identifying the radio as a means of diffusion of scientific information in the area of public health for the community, in special, the population of decrease yield. In this way, we will approach the primarys of the radio in Bauru, analyzing the relations that are established between the form and the content of the trial of creation and veiculação of the message, with emphasis about the impact of the scientific communication in the radio. The objective is going to identify as himself effective the trial of aprendizagem and, in that measure, that programming is able to ressignificar the values and behaviors of the own community.

Key Words: Communication; Mass Media; Radio; Scientific Journalism; Industry Cultural.

ÍNDICE ICONOGRÁFICO

- Figura 01** – James Clerk Maxwell – 1831-1879, **18**
- Figura 02** – A velocidade de propagação encontrada por Hertz, **21**
- Figura 03** – Transmissor e Receptor da Voz Humana via onda portadora de luz, **25**
- Figura 04** – Detector fotônico das ondas da luz transportando áudio, **26**
- Figura 05** – Réplica do transmissor de ondas, **27**
- Figura 06** – Heirich Rudolph Hertz – 1857 -1894, **28**
- Figura 07** – Edouard Eugéne Desiré Branly, **28**
- Figura 08** – Coesor e descoesor de Branly, **29**
- Figura 09** – Coesor e Descoesor de Branly, **30**
- Figura 10** – Reprodução do quadro de Sir Willian Crookes, **31**
- Figura 11** – Tubo de Crookes, **32**
- Figura 12** – Nicolas Tesla, **32**
- Figura 13** – Alexander Popoff, **33**
- Figura 14** – Guglielmo Marconi, **34**
- Figura 15** – João Simonetti, **49**
- Figura 16** – Cópia Integral do ofício encaminhado ao empresário bauruense por João Simonetti, **50**
- Figura17** – Fachada da sede emissora PRG 8, **54**
- Figura18** – Getúlio Vargas visita o amigo Simonetti em Bauru, **56**

Capítulo I

PELOS CAMINHOS DA HISTÓRIA

1. A Origem e a Evolução do Rádio

1.1. Aspectos Históricos do Rádio



Figura 01

James Clerk Maxwell - 1831-1879

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc>

Em Tavares (1997:19) a história do rádio como invento começou

... em 1864 quando o físico escocês James Clerk Maxwell lançou a teoria de que uma onda luminosa podia ser considerada como uma perturbação eletromagnética que se propagava no espaço vazio atraída pelo éter. Maxwell morreu sem levar a sua teoria para o campo experimental, deixando apenas a idéia, matematicamente comprovada, que ondas de natureza eletromagnética povoavam o infinito em todas as direções e que a luz e o calor radiante pertenciam a esse tipo de ondas.

Para Ferrareto (2001:81),

Paralelamente ao desenvolvimento do telégrafo e do telefone, seguiam as pesquisas sobre a eletricidade e suas características. Em Cambridge, na Grã-Bretanha, o professor de física James Clerk Maxwell demonstra no ano de 1863, por deduções matemáticas ... com a velocidade da luz ($2,997925 \times 10^8$ m/s). ...as ondas previstas pelos cálculos de Maxwell e confirmadas pelas experiências de Hertz passariam a ser conhecidas como hertzianas.

Pesquisando a história do rádio, verificamos no [site www.projeto-radix.org](http://www.projeto-radix.org) que há mais de um século, em 1887, Heinrich Hertz, físico alemão, descobriu a existência das ondas hertzianas ou das ondas radiofônicas. Para Tavares (1997:19) “realizou-se o sonho de Maxwell”. Hertz verificou que essas ondas viajavam com a mesma velocidade da luz, ou seja, trezentos mil quilômetros por minuto.

Em reconhecimento ao seu trabalho, o nome de Hertz foi adotado para significar a frequência das ondas de rádio. O símbolo tornou-se Hz e representa a medida de um ciclo por segundo.

Tavares (1997:19) conta que

em 1895 surge Guglielmo Marconi, que certa vez, assistindo na cidade de Bolonha, na Itália, a repetição da experiência de Hertz, veio-lhe a idéia de transmitir sinais através do éter. Utilizando o dispositivo do físico alemão, Marconi dedicou-se pacientemente ao estudo das **ondas hertzianas**. Dois anos depois, ele descobriu o princípio de funcionamento da antena. Desta forma, estava resolvido um grande problema: como guiar bem as ondas através do espaço.

É na Itália, com Guglielmo Marconi, que a comunicação pelo rádio vai ser definitivamente reconhecida e difundida para todo o mundo. Estimulado pelos escritos de Hertz, com equipamentos similares e o dinheiro da família, Marconi produziu o primeiro aparelho de rádio da história. Em 1909 recebeu o Prêmio Nobel de Física.

Mas, foi em 1837, que Samuel Morse inventou um código composto de sinais sonoros. Portanto, as primeiras transmissões de rádio foram realizadas através desse código, a partir da descoberta das ondas de rádio e da invenção da antena para recebê-las. Assim, Marconi conseguiu emitir sinais e captá-los a centenas de metros, criando o telégrafo sem fios (1896).

O aproveitamento das ondas eletromagnéticas para a propagação de informação sonora somente acontece no século XX, graças à construção das primeiras válvulas radioelétrica (tríodo), criada em 1908, nos Estados Unidos, pelos físicos Joseph John Thomson, Thomas Alva Edson, Lee De Forest, John Ambrose Fleming e Erving Langmuir. A válvula tríodo permite a ampliação dos sinais elétricos, viabilizando a audição de sons complexos transmitidos pelas ondas hertzianas. Em Trindade (1997:21)

Os cientistas da Empresa Bell Telephone System apresentaram com sucesso a primeira válvula ampliadora, transmitindo do alto da Torre Eiffel, em Paris, uma programação sonora que foi ouvida na cidade de Marselha.

Portanto, o rádio é um meio de comunicação baseada na difusão de informações sonora por meio de ondas eletromagnéticas (hertzianas) em diversas frequências. As ondas do rádio compõem-se de oscilações rápidas dos campos magnéticos e elétricos.

A taxa de oscilações é chamada de frequência da onda, medida em hertz (Hz). Um hertz equivale a uma oscilação por segundo e um quilohertz (kHz) corresponde a 1.000 hertz.

Cada faixa de frequência é utilizada para transmitir tipos distintos de informação. As ondas longas (30 a 300kHz) podem atingir cerca de 1.000Km.

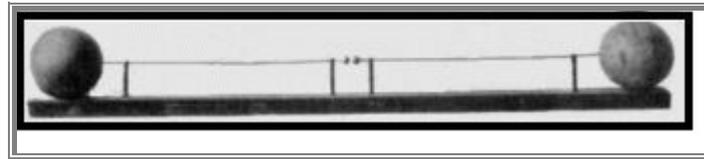
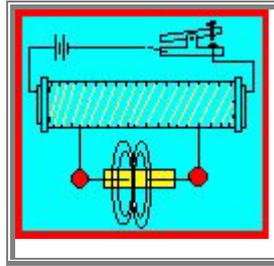


Figura 02

A velocidade de propagação encontrada por Hertz

A velocidade de propagação encontrada por Hertz foi de 300.000 km/s e a longitude de onda de 0,5 a 3 metros. Seus aparelhos representam em forma embrionária um transmissor e um receptor de oscilações eletromagnéticas.

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell->

[de-moura.doc](#)

Normalmente elas são utilizadas para transmitir dados meteorológicos a embarcações. Programas transmitidos por canais de média frequência, ou ondas médias (300 a 3.000 kHz), podem percorrer algumas centenas de quilômetros. Muitas estações de rádio ainda utilizam essas faixas. As ondas curtas (3.000 a 30.000 kHz) podem alcançar grandes distâncias. Elas circundam o planeta, refletidas entre a ionosfera (uma camada da atmosfera) e a superfície da Terra.

Estações de rádio internacionais e radioamadores utilizam essas faixas. As ondas de VHF (*Very High Frequency*) movem-se em linha reta, por isso não podem propagar-se além do horizonte. A polícia, o corpo de bombeiros e as estações de rádio locais usam ondas VHF. Os satélites de

comunicação captam e retransmitem programas de rádio usando ondas de altíssima frequência (mais de 3 bilhões de Hz).

Além da radiodifusão, as ondas eletromagnéticas também são usadas nas transmissões de telefones, de televisão, de radar, nos sistemas de navegação e nas telecomunicações.

As ondas eletromagnéticas que propagam as transmissões das telecomunicações possuem no transcorrer da história vários estudiosos como veremos: o século XVII está repleto de inovações com experiências que deram resultados: em 24 de maio de 1844, Samuel F. B. Morse envia a primeira mensagem à distância através do telégrafo. Foi o primeiro sistema de comunicação de longa distância que o mundo conheceu. Por volta de 1850, o alemão Daniel Ruhmkoff, inventa um aparelho capaz de transformar baixa tensão de uma pilha em alta tensão: surge o primeiro emissor de ondas eletromagnéticas; o físico australiano Julius Willheim Gintl prova ser possível enviar várias mensagens simultaneamente por uma única linha telegráfica; surge, em 1875 o primeiro serviço permanente de notícias por cabo.

No mesmo ano, Alexandre Graham Bell inventa o transdutor magnético, ou microfone; em 1877, Emile Bertiner torna o microfone um equipamento personificado e Thomas Alba Edison registra som em cilindros, e em 1893 o padre cientista brasileiro Roberto Landell de Moura realiza a primeira transmissão falada, sem fios, por ondas eletromagnéticas. Sua experiência mais importante (praticamente desconhecida do mundo) foi em São Paulo, quando transmitiu por telegrafia sem fio do alto da avenida Paulista para o alto do Sant'Ana. Todos os equipamentos usados foram inventados pelo Padre Landell com patentes registradas no Brasil em março de 1901.

Para melhor compreender o significado e o valor dos trabalhos do padre Roberto Landell de Moura, que inventava e construía seus aparelhos entre os anos de 1890 a 1905, citaremos algumas datas importantes relacionadas às descobertas de equipamentos de transmissão.

No caso das telecomunicações, existe um evidente exagero ao se mencionar o nome de **Guglielmo Marconi** como o inventor, "o pai" do rádio. Tal afirmação levanta uma onda de protestos e reclamações sobre a prioridade em muitos países inclusive no Brasil.

Poucos brasileiros têm conhecimento dos trabalhos do Padre Roberto Landell de Moura, o **primeiro radioamador do mundo**, e um dos indiscutíveis pioneiros das telecomunicações, não só no Brasil, mas no mundo inteiro, como prova Fornari (1960) e cita no *site* de Landell de Moura o seguinte:

No domingo próximo passado, no Alto de Sant'ana, cidade de São Paulo, o padre Roberto Landell de Moura fez uma experiência particular com vários aparelhos de sua invenção, no intuito de demonstrar algumas leis por ele descobertas no estudo da propagação do som, da luz e da eletricidade através do espaço, da terra e do elemento aquoso, as quais foram coroadas de brilhante êxito. Estes aparelhos eminentemente práticos são como tantos corolários, deduzidos das leis supracitadas. Assistiram a esta prova, entre outras pessoas, o Sr. P. C. P. Lupton, representante do Governo Britânico, e sua família.

Sobre um de seus aparelhos, o **Anematófono** in www.projektoradix.org, considerado um dos mais interessantes, o próprio padre afirma:

O anematófono é um aparelho com o qual, sem fio, obtêm-se os efeitos da telefonia comum, porém com muito mais nitidez e segurança, visto funcionar ainda mesmo com vento e mau tempo. É admirável este aparelho pelas leis inteiramente novas que revela, como, outrossim, o que se segue: o teletiton, sorte de telegrafia fonética com o qual, sem fio, duas pessoas podem se comunicar, sem que sejam ouvidas por outra. Creio que com este meu sistema poder-se-á transmitir, a grandes distâncias e com muita economia, a energia elétrica, sem que seja preciso usar-se de fio ou cabo condutor.

O Padre Landell de Moura construía e demonstrava seus engenhosos aparelhos de comunicações, tanto telegráficos como telefônicos, justamente na época em que o telefone com fio era a grande novidade em aplicação nos grandes centros europeus e americanos. O telégrafo já era bastante usado e conhecido, porém o "telégrafo sem fio", era uma novidade total mesmo nos meios científicos europeus ou americanos. O "telefone sem fio" usando como onda portadora um raio de luz ou outra vibração eletromagnética, era uma idéia totalmente original e cuja prioridade pertence indiscutivelmente ao brasileiro Landell de Moura.

Hoje examinando os esquemas, circuitos e descrições dos aparelhos do incrível padre Landell, surpreende a sua engenhosidade ou mesmo a sua genialidade, absoluta segurança de julgamentos sobre as próximas e futuras possibilidades das comunicações por ondas eletromagnéticas. Em seus aparelhos, o padre Landell fez uma mistura e combinação de todos os princípios de comunicações já conhecidos e ainda desconhecidos, não só pelos especialistas, mas mesmo pelos próprios cientistas da época.

Como citamos no início desse capítulo, Heinrich Rudolph Hertz, em 1885, mostrou praticamente a existência da energia prevista por Maxwell em forma de ondas eletromagnéticas. Estas ondas passaram a ser chamadas "ondas hertzianas". Hertz usou como gerador das oscilações eletromagnéticas uma bobina de Ruhmkorff e como receptor um anel com duas bobinas separadas em 1/5 mm entre si, confirmando experimentalmente, as previsões de Maxwell sobre unidiretividade da propagação das ondas, suas propriedades de reflexão, refração e polarização. Por meio de dispositivos engenhosos, Hertz determinou a velocidade de propagação e a longitude das ondas eletromagnéticas geradas por seu aparelho.



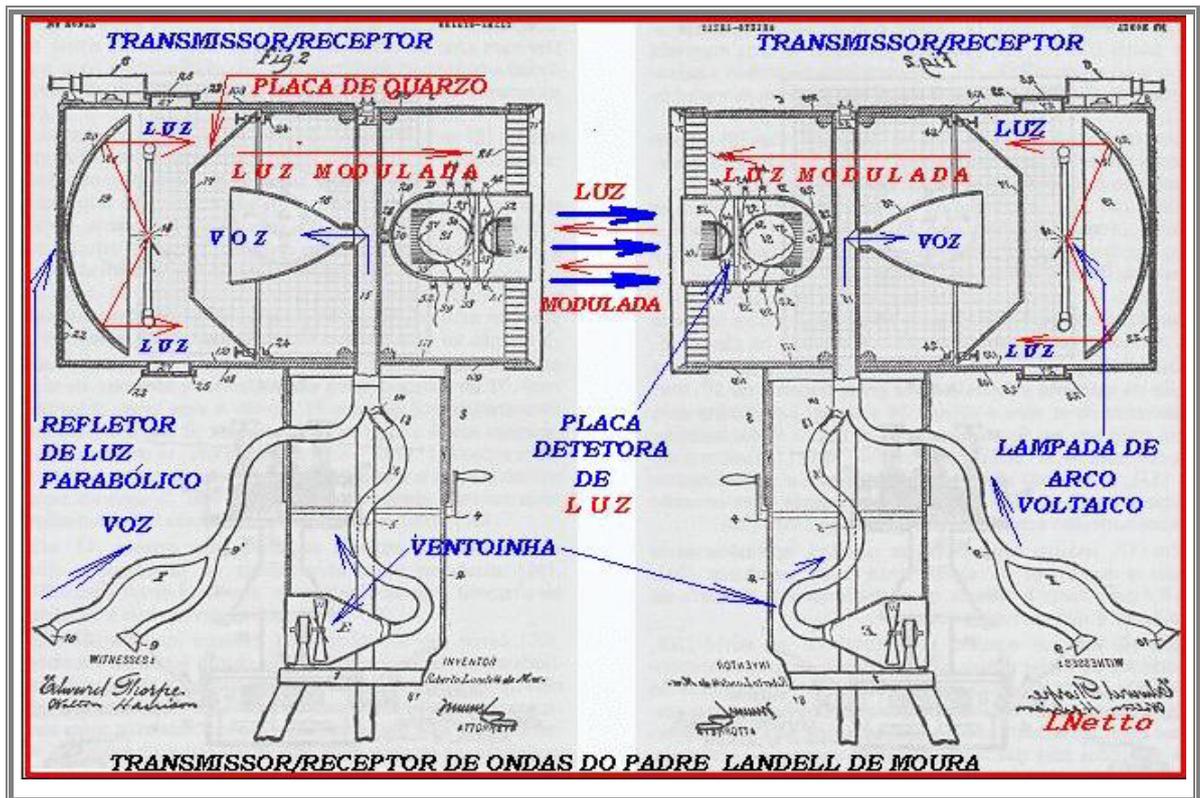


Figura 03

Transmissor e Receptor da Voz Humana via onda portadora de Luz

Patente Brasileira nº 3279, ano 1900, para um aparelho apropriado a transmissão da palavra à distância, com ou sem fios, através do espaço, de terra e da água de autoria do padre Roberto Landell de Moura.

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc>

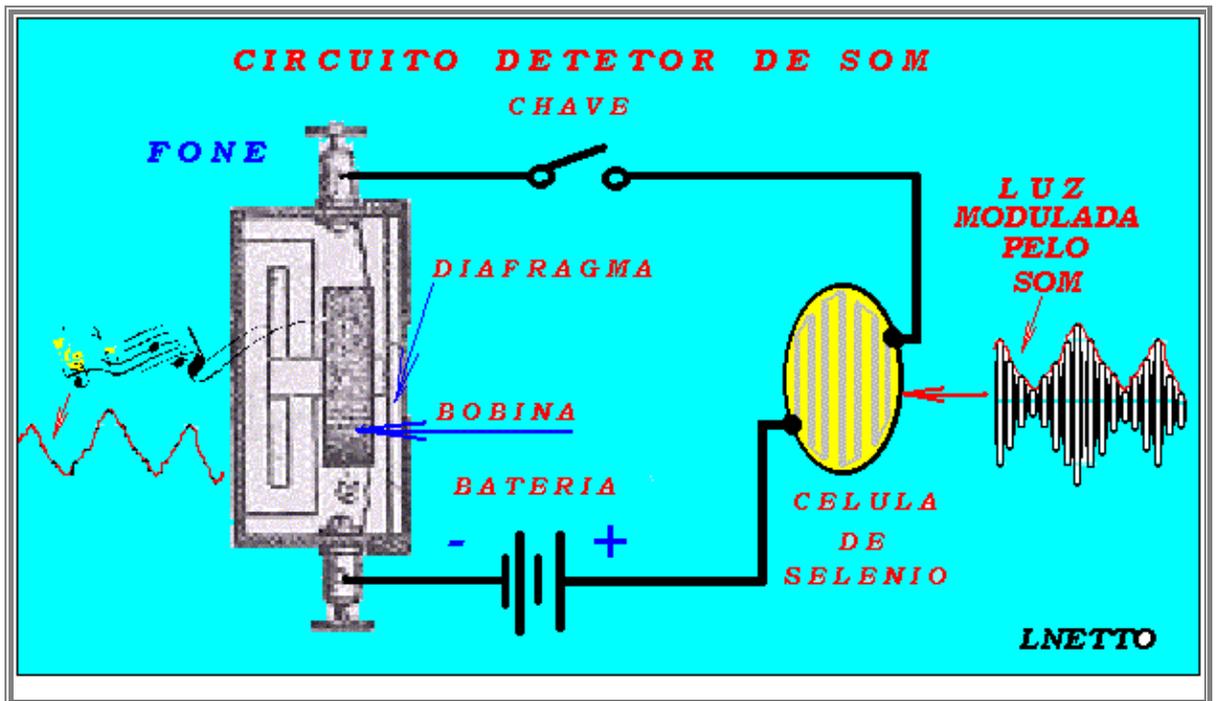


Figura 04

Detector fotônico das ondas de luz transportando áudio

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc>

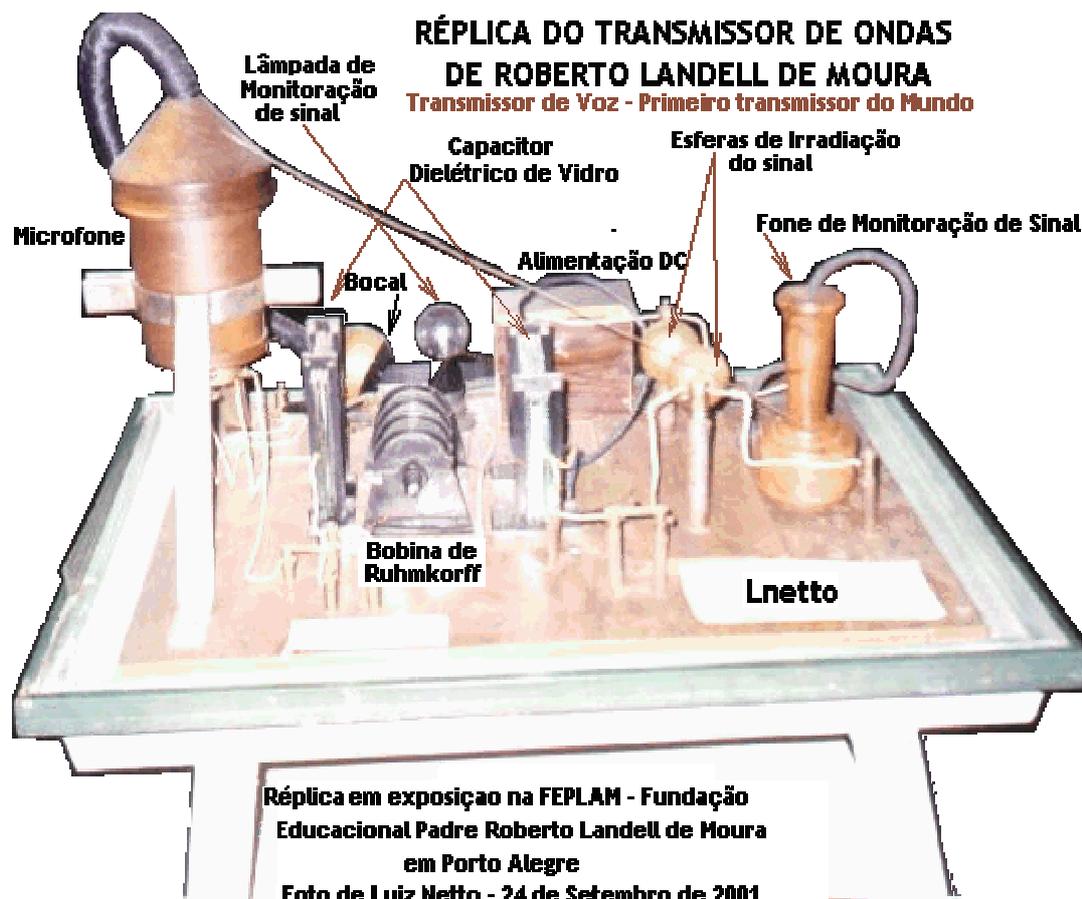


Figura 05

Réplica do transmissor de Ondas

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc>



Figura 06
Heinrich Rudolph Hertz - 1857-1894

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc>

O também físico e acadêmico francês, Eduardo Branly, em 1890 idealizou o **Coesor**, o primeiro detector de oscilações eletromagnéticas, de sensibilidade suficiente para possibilitar a construção dos primeiros receptores de rádio de aplicação prática.



Figura 07

Edouard Eugène Desiré Branly

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc>

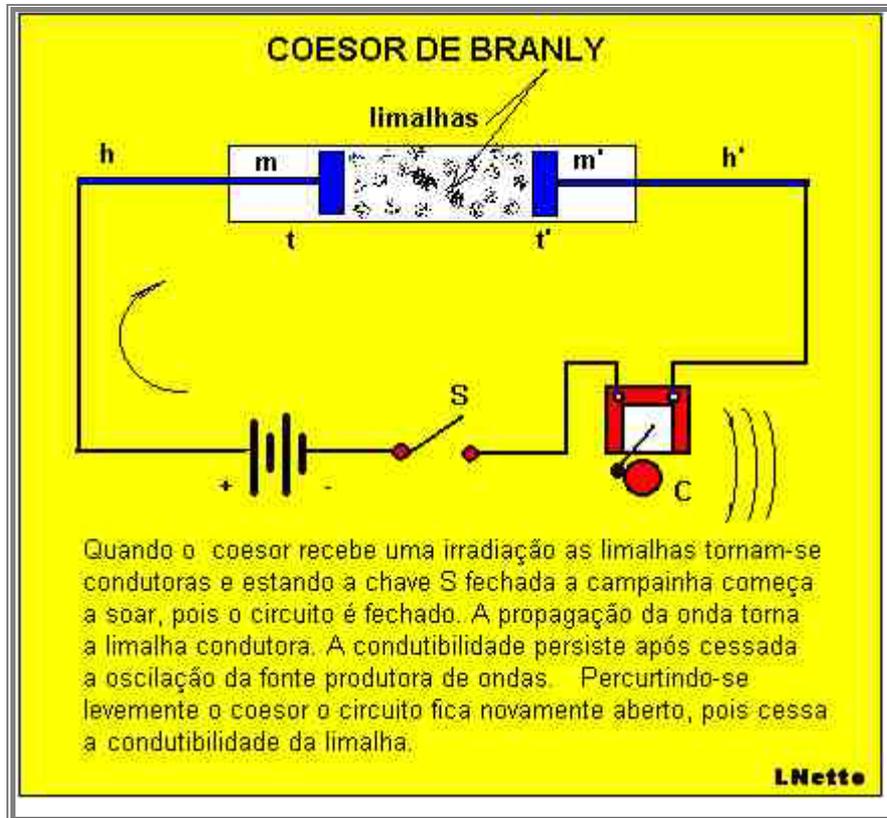


Figura 08

Coesor - Descoesor de Branly

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc>

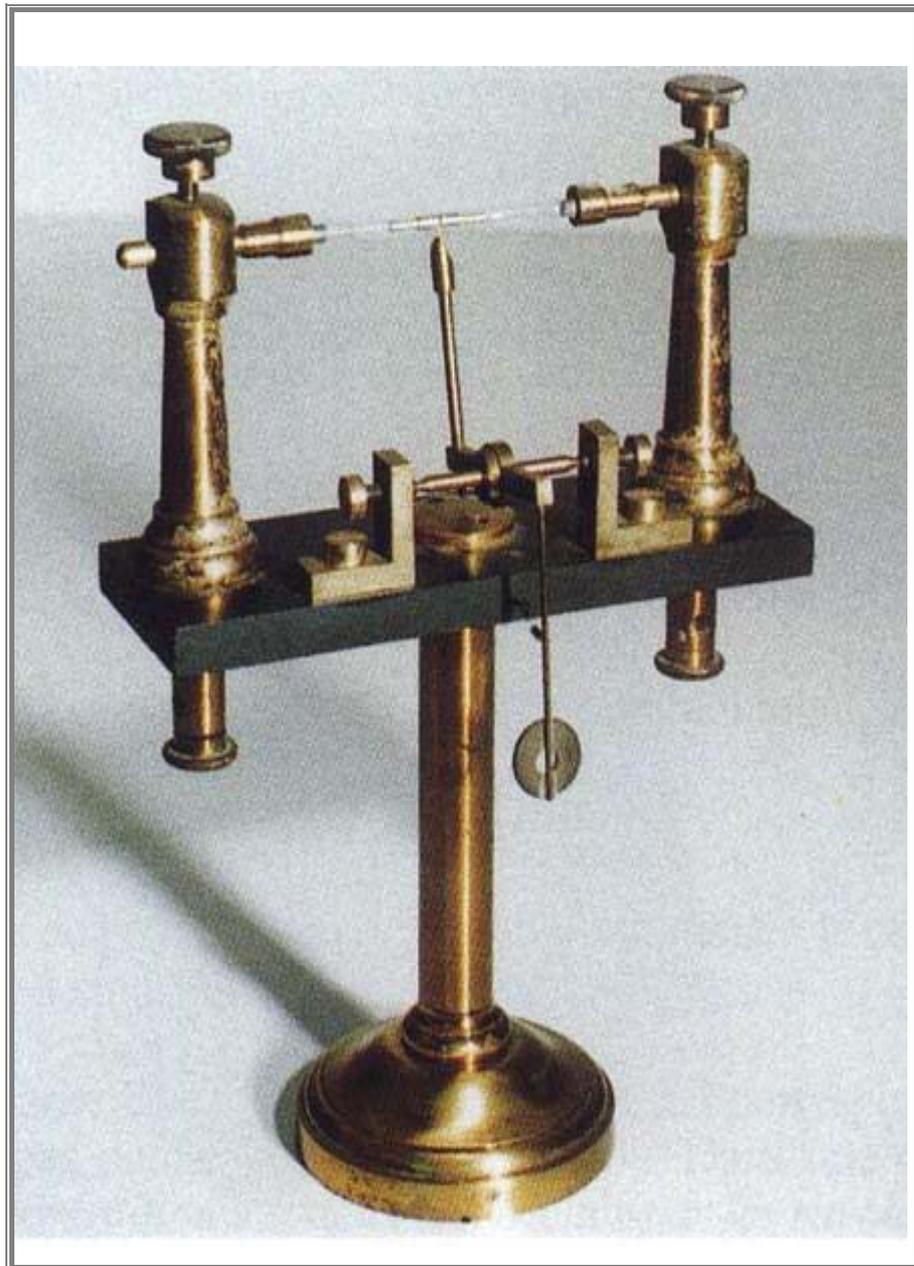


Figura 09

Coesor-Descoesor de Branly

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc>

No ano de 1892, **Willian Crookes**, físico inglês, construiu o **Tubo de Raios Catódicos de Dois Eletrodos** e previu, na **Revista *Fortnightly Review*** (não há indicação bibliográfica da publicação) a possibilidade de emprego das

ondas eletromagnéticas para transmissão de sinais.

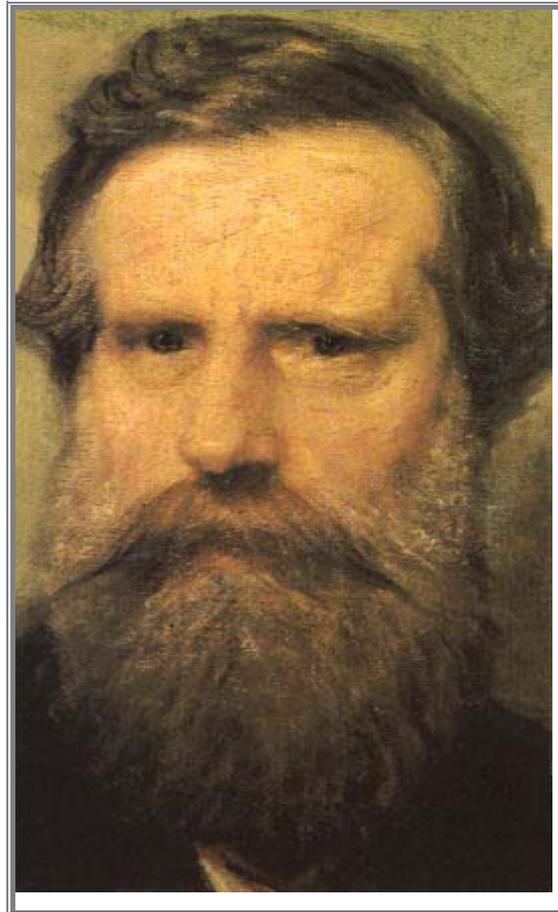


Figura 10

Reprodução do quadro de Sir William Crookes

Fonte: [http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-](http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc)

landell-de-moura.doc

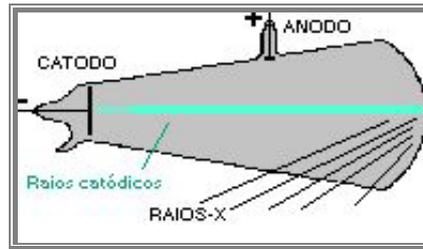


Figura 11

Tubo de Crookes

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc>

Nicolas Tesla, físico iugoslavo, no ano de 1893, ministrou uma conferência em Londres sobre a possibilidade de construir **Geradores Rotativos de Corrente de Alta Freqüência de Grande Potência**, para transmissores de radiotelegrafia.

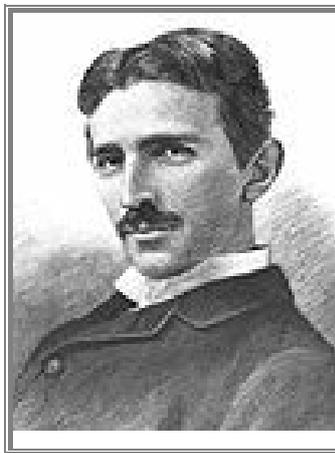


Figura 12
Nicolas Tesla

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc>

Em 1894, **Oliver Lodge**, físico inglês analisou na **Revista *The Electrician***, (não há indicação bibliográfica da publicação) os vibradores de ondas

hertzianas e suas características de amortecimento; descreveu suas próprias experiências e dispositivos usados para transmitir e receber sinais a várias dezenas de metros de distância.

O físico russo **Alexander Popoff**, em 1895, realizou as primeiras demonstrações públicas com seu transmissor e receptor, aplicando o **Coesor de Branly**. No ano seguinte, numa conferência pública, recebeu o primeiro radiograma transmitido por seu assistente que se encontrava num outro prédio da Universidade de St. Petersburgo. O telegrama constava de duas palavras: *Heinrich Hertz*.



Figura 13

Alexander Popoff

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc>

No mesmo ano, na Itália, **Guglielmo Marconi**, de vinte e um anos de idade, discípulo de **Augusto Righi**, se destacou e ficou conhecido no mundo científico por suas **experiências com as ondas hertzianas**, aperfeiçoando ainda os aparelhos usados por **Hertz**. **Marconi e Righi** também

chegaram a aplicar em suas experiências o **Coesor de Branly** e os aparelhos semelhantes usados pelo **Professor Popoff**.



Figura 14

Guglielmo Marconi

Fonte: <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz./roberto-landell-de-moura.doc>

Marconi chegou a Londres, em 1896, onde requereu uma patente do transmissor e receptor de radiocomunicações, recebendo-a. No ano seguinte seguiu para New York onde repetiu com êxito a mesma manobra. Ainda em Londres foi fundada com sua ativa participação a **Companhia Marconi**, com o fim de explorar comercialmente, as patentes do "inventor".

A referida companhia, sendo uma organização exclusivamente comercial, fundada com fins lucrativos, possibilitou um rápido aproveitamento do novo sistema de comunicações, popularizando e divulgando o interesse pelas radiocomunicações em geral. Neste sentido não pode, sem dúvida alguma, ser negados grandes méritos a **Guglielmo Marconi** pelo seu pioneirismo e sua inteligência no aproveitamento das possibilidades.

É uma verdade bem conhecida que os cientistas, os professores universitários são refratários no que diz respeito ao patenteamento de seus descobrimentos, por não se considerarem com direitos de exclusividade, de um lado, e de outro por desejarem justamente o contrário: a maior divulgação e promoção de seus trabalhos e descobrimentos. Neste nível se colocaram os cientistas como **HERTZ, BRANLY, RIGHI, LODGE E POPOFF**. Todos eles consideravam seus trabalhos e descobrimentos como um patrimônio da ciência e da humanidade e não como uma propriedade particular.

Infelizmente, o nome do brasileiro **Padre ROBERTO LANDELL DE MOURA**, não figura entre os nomes conhecidos que contribuíram de uma ou de outra maneira para o desenvolvimento das telecomunicações. Porém, nunca é tarde corrigir o que foi esquecido: é preciso dar ao padre Landell de Moura o lugar que lhe é devido no campo da pesquisa científica.

Dando prosseguimento à cronologia do rádio no mundo, em 1899 foi realizada uma transmissão de quarenta e dois Km entre dois cruzadores franceses equipados com o dispositivo Ducretet/Popov. Em 28 de março do mesmo ano, Marconi sai na frente e faz uma transmissão através do Canal da Mancha enviando sinais de *Dover* para *Wimereux*.

Em 1900 Marconi consegue a patente por um processo que permite ao operador do equipamento selecionar um comprimento específico de onda. Em fevereiro do mesmo ano surge a primeira estação comercial, localizada na ilha alemã de *Borkum*. No ano de 1901, Guglielmo Marconi realiza a primeira transmissão transatlântica. Usando o código Morse, o cientista consegue transmitir sons entre *Poldhu* na *Cornoalha* britânica e *St. John*, em *Newfoundland*.

No início da década de 90 o rádio descobre a sua vocação de prestação de serviços, com a adoção do sinal SOS, internacionalmente. No dia 13 de janeiro de 1910 a tripulação de um navio em alto mar – a vinte Km da terra firme – consegue ouvir a voz do famoso tenor italiano Enrico Caruso, através de uma transmissão do *Metropolitan Opera House*, em Nova Iorque.

A *Wireless Society* de Londres, na Inglaterra, surge em 1913 e mais tarde se tornaria mais tarde a *Radio Society* da Grã Bretanha. Também surgem na Alemanha, em 1915, as primeiras transmissões internacionais de programas diários de notícias.

Na França, em 1920, começam a ser vendidos os primeiros rádios à pilha, com outra inovação: fones de ouvidos. Neste período o jornalismo ocupa parte importante da programação, ganhando caráter de seriedade econômica depois que a Holanda lança moda ao começar a transmitir o movimento da bolsa de valores de *Amsterdan* mesclado com noticiário econômico.

No ano de 1922 já existem estações de rádio com programações regulares em quase todo o mundo, incluindo a Argentina, Canadá, União Soviética, Espanha e Dinamarca.

Em 7 de setembro do mesmo ano, o discurso do presidente da República do Brasil, Epitácio Pessoa, em comemoração ao centenário do país, é transmitido, via rádio. Trata-se da primeira transmissão oficial pelo novo veículo de comunicação. Em outubro de 1922, nasce a britânica BBC - *British Broadcasting Company*, de Londres, em paralelo com as primeiras estações de Rádio em Shangai, na China e em Cuba.

A Itália nacionaliza o rádio por decreto, no ano de 1923. No mesmo ano a França segue o exemplo e transforma o rádio em monopólio estatal. Em 20 de abril Edgard Roquete Pinto (considerado o pai do rádio brasileiro) e Henry Morize fundam a primeira rádio do Brasil: a **Rádio Sociedade do Rio de Janeiro**, criada para atuar sem fins comerciais. Enquanto isso, o Japão regulamenta as leis de funcionamento do rádio no país, optando por banir a publicidade neste meio de comunicação e cria a **NHK** (*Nippon Hoso Kyokai*) instituindo o monopólio no país – a corporação acaba incorporando as rádios privadas existentes. Nesta mesma época, no Brasil começa a operar a **Rádio Mayrink Veiga**, no Rio de Janeiro.

No ano de 1929, o **Vaticano cria sua primeira rádio** que foi oficialmente inaugurada em 1931.

No final da década de 30, **Orson Welles** vai ao ar deixando milhares de pessoas em pânico com a certeza de que a Terra estaria sendo invadida por extraterrestres com a transmissão da **Invasão dos Mundos**, peça do escritor H. G. Wells.

Em 1940, o Decreto-Lei nº 2.073, do Presidente da República Getúlio Vargas, garante a encampação da **Rádio Nacional**, de propriedade do grupo **A Noite**.

O **Repórter Esso** surge em 1941. Programa jornalístico criado pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro, durante a II Guerra Mundial e

patrocinado pela agência de publicidade responsável pela conta da *Esso Stander Oil*.

Em Ana Baum (2004:125-126)

O Repórter Esso ficou por quase trinta anos no ar, no Brasil. A sua estréia aqui ocorreu em 28 de agosto de 1941, poucos meses antes de o país entrar na Segunda Guerra, e a última edição foi ao ar em 31 de dezembro de 1968, poucos meses antes de o homem pisar na lua. Ao longo desse período o noticiário acompanhou os principais fatos sociais, políticos, econômicos, que se transformaram na história do mundo e do país. Muitas gerações cresceram, ouvindo e acreditando em tudo o que o Repórter Esso, representado pelos locutores exclusivos falava do outro lado do alto-falante. Boa parte do mundo, em quinze países a partir da transmissão de setenta rádios que irradiavam o noticiário, parava para ouvir as últimas informações das guerras, dos políticos, dos cientistas, e sobre como estavam os astronautas soviéticos e americanos que giravam em torno da terra em naves espaciais. O Repórter Esso foi a primeira síntese noticiosa do planeta, concebida com caráter globalizante. O noticiário patrocinado pela Standard Oil New Jersey (Esso), teve a idealização da agência de publicidade McCann-Erickson e produção da agência de notícias United Press Associations (UPA). Em 1958, houve a fusão da United Press Associations (UPA) com a International News Service (INS) surgindo a United Press International (UPI).

O programa ficou no ar até 1968. No ano seguinte, a **Rádio Tupi de São Paulo** cria o programa jornalístico **Grande Jornal Falado Tupi**.

No final da década de 40, surgem os gravadores de fita magnética. Era o início da substituição das válvulas retificadora de selênio material semiconductor em estado sólido muito menos propício a queimas do que as velhas válvulas a vácuo.

Entre as décadas de 50 a 80 a evolução do rádio foi se acentuando em todo o mundo, com o lançamento, nos Estados Unidos, do *Regency TR1*, o primeiro aparelho de rádio transistorizado do mundo e a criação, no Japão, pela empresa *Sony Corporation*, do rádio do tamanho de um cartão de crédito.

No ano de 2002, o Congresso Brasileiro aprova a emenda constitucional que permite que empresas de comunicação sejam de propriedade de pessoas jurídicas e permite também a entrada de capital estrangeiro no setor.

1.2. A Gênese da Radiodifusão no Brasil

Apesar de 7 de setembro de 1922 ser o marco oficial do nascimento do rádio no Brasil, algumas experiências já aconteciam antes dessa data, como pudemos demonstrar na cronologia radiofônica. Em São Paulo, no ano de 1893, o padre, cientista e engenheiro gaúcho Roberto Landell de Moura, experimentava pela primeira vez a transmissão da voz falada. Graças a ele, a Marinha Brasileira realizou em março de 1905, diversos testes de mensagens telegráficas no encouraçado de Aquidaban. Todavia, o Primeiro Mundo reconhece o cientista Guglielmo Marconi como o “descobridor do rádio”.

Tavares (1997:47) conta que

A radiodifusão só foi “descoberta” pelos brasileiros em 1922; naquele ano, um grupo de empresários americanos pretendendo demonstrar a montagem e o funcionamento de uma emissora radiofônica, desembarcou no Rio de Janeiro, apresentando aquele complicado aparelhamento na Exposição do Centenário da Independência do Brasil, na antiga Capital Federal. No dia 7 de setembro de 1922, o discurso do então Presidente da República Dr. Epitácio da Silva Pessoa chegou ao grande público por intermédio de um sistema de “Telefone Alto-Falante”, montado na Praia Vermelha, e de um transmissor instalado no alto do Corcovado pela Westinghouse Electric; as “irradiações” foram realizadas diretamente para os pavilhões onde as festividades aconteciam.

O ano de 1922 transcorreu cercado de insegurança. Em São Paulo realizava-se em fevereiro a I Semana de Arte Moderna onde apareciam nomes de artistas como Tarsila do Amaral, Manuel Bandeira, Menotti Del Pichia, Márcio de Andrade, Anita Malfatti, Di Cavalcanti, Vila-Lobos, Giomar Novaes e vários outros. Na política, a campanha para a sucessão do Dr. Epitácio Pessoa, assumia dimensões incontroláveis. O Clube Militar aceitava as cartas falsas, atribuídas ao Sr. Artur Bernardes, que chamava o Marechal Hermes da Fonseca de “sargento sem compostura” e acusava o exército de ser formado por elementos venais. Em 25 de março, era fundado no Rio de Janeiro, o Partido Comunista Brasileiro. O Presidente eleito Artur Bernardes tomou posse no dia 15 de novembro de 1922 e, durante quase todo o seu mandato, o país viveu em “estado de sítio”.

Tavares (1997:49) acrescenta que,

Estava prevista, também, como parte dos eventos programados para a inauguração do 7 de setembro, a primeira demonstração do rádio no Brasil. Aberta ao público ... a fala do Presidente foi ouvida no recinto da Exposição, por meio de um serviço de alto-falantes estrategicamente instalados no local. O mesmo discurso foi ouvido em São Paulo, Petrópolis e Niterói, graças a instalação de uma potente “estação transmissora” (torres, transmissor etc.) no alto do Corcovado, SPC, contando com o auxílio de oitenta “aparelhos receptores” (que foram trazidos pelos americanos) distribuídos nas cidades já mencionadas, sendo muitos deles instalados nas vias públicas da Capital Paulista, e nas principais avenidas de Niterói. Para aquela memorável “irradiação” foram utilizados os serviços da **Rio de Janeiro and São Paulo Telephone Company**, a **Westinghouse International Company** e a **Western Electric Company**. No recinto da exposição, a multidão teve uma sensação inédita: a Ópera “O Guarani” de Carlos Gomes, que estava sendo apresentada no Teatro Municipal do Rio de Janeiro foi, ali, distintamente ouvida e aplaudida...

Segundo Tavares (1997), para uma grande parte de pesquisadores brasileiros sobre a história do rádio, essa foi considerada a primeira emissora radiofônica que se implantou no Brasil. A falta de uma documentação e face à precariedade daquelas “irradiações”, persistirá a dúvida de que, se mesmo em caráter experimental e demonstrativo, aquela não terá sido efetivamente a primeira radioemissora a ser implantada no país.

Marconi também realizou em 1895 testes de transmissão de sinais sem fio pela distância de quatrocentos metros e depois pela distância de

dois quilômetros. Ele também descobriu o princípio do funcionamento da antena. Em 1896 adquiriu a patente da invenção do rádio, enquanto Landell só conseguiria obter para si a patente em 1900. Marconi, em 1899, concebeu a radiotelegrafia através de uma mensagem de socorro transmitida pelo Atlântico. Nesse evento populariza a sigla **S. O. S.** em todo o mundo, mesmo em países que não falam a língua inglesa.

As primeiras estações de rádio apareciam sempre sob a denominação de “sociedades” ou “clubes” mantendo-se com as mensalidades pagas pelos sócios, os chamados radioamadores. No começo dos anos 20 a programação radiofônica era imatura e elitista. Além de transmissões de ópera do Municipal, informava a Hora Oficial e os Boletins Meteorológicos. Nessa época, o rádio funcionava sem fins comerciais. Não havia ainda a chamada publicidade, que só viria em 1927 e ganharia fôlego nos anos 30. Antes disso, a programação era elitista, com raio de irradiação limitado, organizada por pessoas da alta burguesia, que além de sustentarem as emissoras, forneciam suas coleções de discos, geralmente de música clássica.

O antropólogo e professor Edgard Roquette-Pinto, ao inaugurar em 1923 a **Rádio Sociedade do Rio de Janeiro**, defendia a transmissão de cultura e educação a todas as regiões do país. Com Roquette-Pinto à frente da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, aos poucos a programação foi deixando as óperas e conferências para dedicar espaço a um público diversificado.

Ainda no final dos anos 20 surgiram em São Paulo a **Sociedade Rádio Cruzeiro do Sul** e a **Rádio Sociedade Record**, que nos anos 30 tornam-se concorrentes da **Rádio Educadora Paulista**. Mas é a Rádio Educadora que começa a se fortalecer com uma forma sutil de propaganda.

Em 1932 o decreto-lei nº 21.111 adaptava a legislação à realidade criando para o veículo bases econômicas mais fortes; estava autorizada a veiculação de programas de rádio. O caráter comercial que o rádio começava a adquirir não agradava aos intelectuais, nem a imprensa da época. A imprensa via no veículo, que tinha bases financeiras para crescer, uma concorrência direta e os intelectuais defendia o rádio cultural e educativo. Já nos anos 30 o rádio de São Paulo adquire características de meio de comunicação para as massas quando mobiliza o Estado para a Revolução de 32.

O rádio foi o responsável pela mudança nas relações de poder. Em 1932 um levante paulista de estudantes, utilizou os microfones da rádio Record para mobilizar a população. A partir daí se transformou em um importante veículo de informação coletiva ao alcance das populações, desde a elite até a zona rural.

Eco (1988:34) ressalta que

os grupos no poder já conheciam o seu alcance e temiam que o rádio se transformasse numa força de conseqüências imprevisíveis, caso mobilizasse as massas urbanas que cresciam rapidamente.

E o primeiro a ver no rádio uma grande importância política foi Getúlio Vargas.

Ao situar historicamente o conceito de instrumento de mobilização popular do rádio, Gisela S. Ortriwano (1985:17-18) observa:

O impacto do rádio na sociedade brasileira a partir de meados da década de 30 foi muito mais profundo do que aquele que a televisão viria a produzir trinta anos depois. De certa forma, o jornalismo impresso, ainda erudito, tinha apenas relativa eficácia (a grande maioria da população nacional era analfabeta). O rádio comercial e a popularização do veículo implicaram a criação de um elo entre o indivíduo e a coletividade, mostrando-se capaz não apenas de vender produtos e ditar modas, como também de mobilizar massas, levando-as a uma participação ativa na vida nacional. Os progressos da industrialização ampliavam o mercado consumidor, criando as condições para padronização dos gostos, crenças e valores. As classes médias urbanas (principal público ouvinte de rádio) passariam a se considerar parte integrante do universo simbólico representado pela nação. Pelo rádio o indivíduo encontra a nação de forma idílica: não a nação própria, mas a imagem que dela se está formando.

Neste cenário as emissoras começam introduzindo seu *broadcasting*, corpo de profissionais, e principalmente popularizando sua linguagem, optando pelo coloquialismo. Os **locutores** começam a substituir o “Vossa Excelência” por “amigo ouvinte” aproximando-se cada vez mais do público. Em 1936 surge a **Rádio Nacional, PRK-30**, no Rio de Janeiro. Ela se tornaria um marco na história do rádio, com seus programas de auditório, suas comédias e rádionovelas.

No final da década de 30, a Rádio Nacional seria uma das líderes de audiência do rádio brasileiro, exportando suas programação, gravada e dias depois transmitidos, em outras cidades brasileiras. Operando com dois transmissores para ondas médias (25 e 50 KW) e dois para ondas curtas (cada um com 50 KW) a emissora cobria todo o território nacional e seus sinais podiam ser ouvidos na América do Norte, Europa e África. Nesse período as pessoas podiam ir aos estúdios das rádios, verdadeiros teatros, para assistir ao vivo a programação. Era época de grandes emoções, em que as pessoas podiam ver pessoalmente os comunicadores e artistas em ação. Estava no ar o maior fenômeno da rádiodifusão brasileira.

A **Rádio Globo** do Rio de Janeiro, que décadas depois seria a rádio AM mais popular do país, surge em 1938, renovando o fôlego do rádio

que havia sido abalado com o surgimento da televisão. É dessa época a vinheta de “O Globo no ar”, até hoje utilizada tanto pela Globo Am do Rio de Janeiro e sua similar de São Paulo. Ainda em 1938, é realizada a primeira transmissão esportiva em rede nacional de rádio. Ela foi realizada durante a Copa do Mundo de 1938 pela **Rádio Clube do Brasil**, narrada por Leonardo Gagliano Neto.

Na história do rádio brasileiro, no entanto, a década de 40 significa a consolidação. É quando o rádio firma-se como veículo comercial obtendo recursos para investir na sua programação, contratando melhores profissionais e disputando os maiores anunciantes.

Mas o noticiário não foi o único gênero que marcou a década. A cada ano apareciam programas diferentes que, aos poucos, iam proliferando-se em emissoras paulistas e cariocas.

Com o patrocínio de Coca-Cola, “o refrigerante de qualquer estação”, o programa **Um milhão de Melodias** transformou, em 1943, o gênero orquestral. Este programa, dirigido por Paulo Tapajós, reunia toda a equipe da Rádio Nacional e tinha como objetivo dar à música brasileira um tratamento orquestral semelhante ao dispensado às composições estrangeiras.

Em 1941, a Rádio Nacional levou ao ar a **radionovela “Em Busca da Felicidade”**, rádio-dramaturgia, que viria a ser campeão de audiência nos anos 40. Em São Paulo, os autores Oduvaldo Vianna e Cardoso Silva dedicaram-se às radionovelas e no final da década, a Rádio São Paulo especializava-se na rádio-dramaturgia, levando ao ar em um mesmo dia mais de dez capítulos de novelas.

Os **programas humorísticos** também explodiram nos anos 40. Em São Paulo, alguns personagens, principalmente os produzidos por Oswaldo Molles na Rádio Record, satirizavam as várias colônias de imigrantes que representavam uma grande parte da população paulistana. No Rio de Janeiro, escrita por Lauro Borges, PRK30, seria uma paródia do rádio na época. Lauro Borges e Castro Barbosa que interpretavam os locutores da emissora PRK30 satirizavam os costumes, as radionovelas, as transmissões esportivas, as cantoras de rádio e até mesmo a penetração estrangeira no rádio brasileiro. Trigueirinho, um dos personagens, se apresentava e se despedia do público com um “*Good Night*”.

O **rádiateatro** trouxe à radiofonização uma nova linguagem, buscando novos sons e ruídos. Os programas “**Grande Teatro Tupi**” e “**Cinema em Casa**” serviram a essa linguagem.

O **jornalismo esportivo** foi mais um gênero explorado pelas emissoras nesse período. Em meados da década de 40, a Rádio Pan-Americana de São Paulo especializava-se em esportes, contratando narradores e comentaristas para o futebol, basquete, turfe, entre outros.

No Rio de Janeiro e em São Paulo a década de 40 serviu para algumas emissoras fortalecerem-se. A ampliação das ondas curtas da Rádio Nacional do Rio de Janeiro era responsável pela imagem do Brasil no exterior e pela integração nacional. Em São Paulo, Assis Chateaubriand, unindo a **Rádio Difusora** e a **Rádio Tupi**, formava a cadeia das **Emissoras Associadas**. Para fazer frente às “Associadas”, as **Rádios Record, São Paulo, Cultura e Pan-Americana**, lideradas por Paulo Machado de Carvalho formavam as **Emissoras Unidas**. Estes dois grupos dominavam a comunicação em São Paulo no fim dos anos 40.

Na década de 50 o rádio teve que se adaptar à realidade para manter-se como grande veículo de comunicação. A sua época de ouro começava a perder audiência para a televisão. Não podemos dizer que a TV, logo que surgiu roubou de forma total a audiência do rádio. Como todo meio de comunicação, em sua primeira fase, a TV era acessível somente a uma elite que apresentava condições para adquirir aparelhos. Mesmo assim, o rádio estava ameaçado.

Aos poucos o formato dos programas de auditório e das rádionovelas migraram do rádio para a TV. A pioneira emissora de televisão foi a **TV Tupi** dos **Diários e Emissoras Associados** em São Paulo.

O rádio foi obrigado a se transformar. A TV conquistava anunciantes, elenco e produtores do meio radiofônico. Com equipes de produção formadas por profissionais do rádio, a programação da TV repetia o sucesso dos programas radiofônicos, de auditórios, novelas e do próprio *Repórter Esso*.

Perdendo anunciantes, produtores e elenco, o rádio começava a reagir ao novo veículo concorrente. A primeira e mais econômica opção foi reduzir a programação à música – fase conhecida por vitrolão. Aos poucos as

transmissões de futebol, a música selecionada e o radiojornalismo foram ganhando força.

Em São Paulo, a **Rádio Bandeirantes** passou a colocar no ar a cada quinze minutos um boletim informativo com três minutos de duração, era a primeira emissora a transmitir vários boletins noticiosos durante a programação. Em 1958, a **Rádio Eldorado** de São Paulo segue a **Rádio Jornal do Brasil**, do Rio de Janeiro e monta sua programação com música selecionada e informação.

Para Magnoni (2001:50),

após 1950 o rádio perdeu para a TV a preferência dos anunciantes e dos artistas, mas, apesar disso, continuou sendo o meio de informação, de entretenimento e de prestação de serviços mais barato e popular, porém pobre de status cultural, de faturamento, de estrutura técnica e profissional. O que salvou o rádio do desaparecimento foi a invenção do transistor no final dos anos 40 e a popularização das emissoras de Freqüência Modulada (FM), um novo sistema de transmissão com melhor qualidade sonora desenvolvido em 1933 pelo norte-americano Edwin Armstrong.

Depois da reformulação, com o surgimento da televisão, ainda na década de 50, o rádio conquistou posição de o companheiro de todas as horas. O aparecimento do transistor, que substitui os receptores à válvula fez com que o rádio pudesse ser levado a qualquer lugar. Miniaturizados e mais baratos os aparelhos independem de energia elétrica e podem ser ouvidos sem ficar preso por um fio ligado a uma tomada.

Assim, o rádio chega ao final da década como veículo de comunicação mais ágil, caráter que a TV não podia superar.

Na década de 60 o **radiojornalismo** aproxima-se ainda mais do ouvinte. Com uma linguagem popular, transmite partidas de futebol, noticiários locais, policiais e serviços. No lugar dos programas de auditório, aparecem os programas de variedades comandados por locutores de boa voz e excelente estilo comunicativo. Haroldo de Andrade, locutor até hoje na ativa **Rádio Globo Am (RJ)**, se torna o destaque.

Podendo estar na sala, no quarto, na cozinha e no carro, o rádio veicula informações importantes para o dia-a-dia do ouvinte na cidade, como condições das estradas, condições meteorológicas e ofertas de emprego. Aliado aos serviços de utilidade pública, surge no rádio o **programa policial** voltado para os problemas cotidianos do cidadão comum (que até hoje ocupa grande espaço na mídia eletrônica e impressa em geral).

Mas foi nas **transmissões esportivas**, principalmente de futebol, que o rádio caminha muito à frente da TV, acrescentando à linguagem popular,

um dinamismo e técnicas particulares. Nesta fase a instantaneidade, atualidade e apelo direto fazem do rádio um instrumento de ação social. Durante a época do golpe militar de 1964, que derruba o presidente João Goulart, diversas emissoras de rádio do país tentam conchamar o povo brasileiro a se manifestar contra o regime. Entre 1964 e 1968 há diversas tentativas de contestação do regime que, no entanto, se fortaleceria com o Ato Institucional Nº 5 (AI-5), anos depois.

O **programa Jovem Guarda** encontrava no rádio AM um espaço complementar ao da TV (vide o famoso programa que batizou o movimento e era transmitido pela TV Record, apresentado pelo cantor Roberto Carlos).

Ainda na década de 60 as primeiras emissoras de FM (Frequência Modulada) começaram a ser usadas pelas empresas de radiodifusão. Novamente, repetindo a primeira fase de um meio de comunicação, o rádio FM adota a segmentação, especializando-se em determinados programas musicais ou em informação, servindo especificamente a um público elitizado. O Ministério das Comunicações havia surgido em 1967.

De acordo com pesquisa realizada no [site www.planeta.terra.com.br/arte/sarmentocampos](http://www.planeta.terra.com.br/arte/sarmentocampos) com a ditadura militar planejando um grande esquema de censura e manipulação ideológica, o rádio AM é incluído entre as instituições e pessoas físicas consideradas subversivas. Depois de uma reunião do presidente Arthur da Costa e Silva com generais e ministros, em 13 de dezembro de 1968, foi instituído o AI-5, que determinava censura total à imprensa e revogava as punições ao abuso do poder das autoridades policiais e militares.

Na mesma época do AI-5, o governo Costa e Silva investiu no surgimento do rádio FM, que em regiões mais desenvolvidas (capitais do sul e sudeste) seguia o formato musical sisudo e tocando *musak* (a chamada música ambiente, orquestrada, mas sem compromissos eruditos), música romântica e música clássica. Nas outras regiões as FMs passavam clones de programação de rádio AM nos horários de pico e nas horas mais vagas tocavam música popular.

O rádio AM que era tido como “subversivo” já nos anos a 74, quando a ditadura se afrouxou, através do governo Ernesto Geisel, passou a

ser considerado como rádio “brega”. Apesar disso, sua popularidade e credibilidade continuam intactas.

No início dos anos 70, com a concorrência da TV amenizada, começava a crescer o número de novas emissoras de rádio. Neste período, iniciava-se um outro tipo de especialização, grande emissoras produzem programas voltados para várias faixas sócio-econômicas, encaixando este público na programação. Diminui a tendência das emissoras especializadas em um único gênero e aparecem os espaços e horários voltados para cada público.

A FM no Brasil, no entanto, nasceu com base no modelo norte-americano. Era um rádio essencialmente musical, mais voltado para o som ambiente, a chamada música funcional. Ainda na década de 70, também tendo como modelo a escola norte americana, ocorreu uma significativa mudança. As FMs começam a fazer programação voltada para os jovens. As músicas eram dançantes (*dancing music*) muito comuns nas “discotecas”. A linha era vibrante, para cima, mobilizante. Os chamados “*disc jockeys*”, comunicadores da época faziam uma locução envolvente. A FM mudou de cara e sua audiência e popularidade começou a crescer bastante. A pioneira foi a **Rádio Cidade do Rio de Janeiro**, que fazia grande sucesso na época, servindo de exemplo para grande parte das emissoras que entravam no ar.

No início da década de 80, como o objetivo principal de valorizar o rádio como veículo comercial, foi fundada a **Sociedade Central de Rádio** defendendo os interesses de suas associadas. Nesta década a tecnologia foi a grande aliada do rádio fortalecendo-o como meio de comunicação. No Rio de Janeiro a **Rádio Jornal do Brasil FM** e a **Rádio Cidade** foram as primeiras a utilizar em suas programações o *compact disc audio digital*, (CD) som produzido mediante leitura ótica a raio laser.

A **Rádio Cultura FM** foi a primeira a levar a qualidade do CD ao público paulistano. Outra grande inovação do rádio nos anos 80 foi a transmissão em rede via satélite. A primeira rede a ser formada no Brasil foi a **Transamérica**, que logo que surgiu já contava com vinte e oito emissoras interligadas, em quatro modalidades: seis emissoras próprias (número máximo permitido pela legislação), dezesseis filiadas que recebem programação e são comercializadas. A transmissão em rede visa, principalmente, o fator

econômico obtendo maior lucratividade com menor custo. No final da década de 80, começaram a surgir as primeiras reclamações sobre o som do sistema de rádio AM, em relação a ruídos e baixa sonoridade.

Já na década de 90 as emissoras de rádio AM e algumas FM começam a ser compradas por seitas religiosas das mais diversas, desde a Igreja Católica e a Igreja Universal do Reino de Deus, até segmentos protestantes mais radicais. Na mesma década de 90 as inovações tecnológicas tendem a fortalecer ainda mais o rádio. O que se apresenta em desenvolvimento, em termos tecnológicos, é o **Digital Audio Broadcasting (DAB)**. Este sistema vai superar a difusão em FM com melhor som, diminuindo ruídos e distorções - seria o áudio com qualidade de CD.

1.3. A Gênese da Radiodifusão em Bauru

A história do rádio em Bauru começa no ano de 1934, por iniciativa pioneira do imigrante italiano, João Simonetti, um homem que estava bem à frente de seu tempo. Ao chegar à cidade com a família, Simonetti tratou de montar uma moderna fábrica de móveis na rua Batista de Carvalho. Inteligente e com espírito voltado para tudo que representasse progresso, João Simonetti acompanhava com interesse as últimas descobertas e o desenvolvimento da ciência.

Entusiasmado com as descobertas de Pasteur, por exemplo, Simonetti procurou enfronhar-se na teoria microbiana do contágio das doenças. Colocando em prática os conhecimentos adquiridos, decidiu montar em Bauru, um laticínio para pasteurização do leite. A “leiteria” como era chamada, não durou muito tempo. A população insistia em comprar o leite *in natura*. Ao terminar a década de 1920, João Simonetti iniciava suas atividades no setor cinematográfico. Arrendou o Cine Brasil, localizado na rua 1º de Agosto, e exibia bons filmes. Nessa mesma época, inaugurava-se em São Paulo, o cinema falado.

Ao tomar conhecimento da grande novidade na capital do Estado, Simonetti decidiu que Bauru também deveria ter acesso às películas sonoras.

Em 1930, o Cine Brasil exhibe, pela primeira vez, um filme falado. O bauruense assistia a sincronização da imagem e do som. A exibição, na época, nada mais era que um filme mudo acompanhado de som de uma gravação à parte. Tudo na mais perfeita sincronia.

Figura 15
João Simonetti

Fonte: Acervo particular de Luciano Dias Pires

Antes de obter a concessão para funcionamento da primeira emissora de rádio na cidade, o idealista João Simonetti, também manteve, além de um serviço de alto falante em praças e ruas centrais da cidade, uma empresa de propaganda. Segundo depoimento do jornalista e historiador, Luciano Dias Pires, no início de 1931, João Simonetti era o responsável pela Empresa de Propaganda Comercial de Bauru, um sistema que também marcava a comunicação no início do século.

A empresa funcionava na rua 1º de Agosto, no centro da cidade. A aparelhagem era composta por um projetor, um alto falante, um microfone e uma tela para exibição de filmes ou “chapas”. O objetivo da empresa era “propagandear”, como denominava o próprio João Simonetti, nos ofícios encaminhados ao empresariado bauruense, na tentativa de vender o seu produto. O documento transcrito, com ortografia da época, foi redigido pelo idealizador do projeto que, naquela época, já revelava o olhar futurista do homem que, um pouco mais tarde, traria o rádio e a televisão para Bauru.

Figura 16

Cópia integral do Ofício encaminhado ao empresariado bauruense por João Simonetti
Fonte: Acervo particular de Luciano Dias Pires

Prezadíssimo Senhor,

Para o desenvolvimento de qualquer iniciativa, faz-se mister o auxílio imprescindível de uma propaganda metódica e inteligente. Quantas empresas não fracassam unicamente porque não se coadjuvam dos efeitos seguros de uma bem orientada propaganda. Bauru, a capital da Noroeste, cidade cujo progresso corre a par dos melhores centros do Estado, oferece um campo magnífico para o desenvolvimento de qualquer ramo de atividade.

Em consequência disso, e como cooperadora real do desenvolvimento urbano civil e comercial a Empresa P.C.P de Bauru, instituição cujo fim é propagandear e desenvolver iniciativas, acaba de instalar no ponto mais freqüentado da cidade um possante aparelho de projeção acompanhando a exibição de chapas ou filmes de um completo esclarecimento falado, demonstrando o valor do produto ou atividade.

Seja qual for o ramo de seu negócio, qualquer que seja a sua iniciativa, terá V.S. na Empresa P. C. P. de Bauru uma auxiliar criteriosa e eficiente. Compõe-se a sua instalação um conjunto perfeito de projetor, alto falante, microfone e aparelho para exibição de filmes. A chapa ou filme que V.S enviar, com os dizeres que escolher, serão projetados e repetidos garantindo para o seu negócio êxito completo. Junto a esta encontrará V.S uma lista de preços para uma perfeita e inteligente propaganda. Acreditando merecer sua confiança, e aguardando as suas prezadas ordens, firmo-me, com a mais alta estima e apreço de V.S“.

Empreendedor e vislumbrando o momento da comunicação sonora no país, Simonetti fundou em 1934 a **PRG-8, Bauru Rádio Clube**, hoje **Rádio Bandeirantes**. Antes de enfrentar mais esse desafio, a primeira providência de Simonetti foi trazer para Bauru os diretores da Sociedade Rádio Cruzeiro do Sul, apresentando-os à Associação Comercial, tornando pública sua intenção de instalar na cidade uma emissora de rádio. Iniciou-se então, o preparo de toda documentação necessária à concretização de sua arrojada idéia. Simonetti ficou sabendo, porém, que os prefixos de rádio somente eram concedidos a sociedades legalmente constituídas sob a forma de “clubes”.

Para tanto, recorreu a amigos e convocou uma reunião, da qual participaram: Ernesto Monte, Gustavo Dias Oliva, Carlos Fernandes de Paiva,

Quintiliano José Sitrangulo, Vicente P. Savastano, José Machado Santana, Nair de Araújo Antunes, Dr. Cussy de Almeida Junior, Fernando Lima Ramos, Henrique Richeti, José Maria Santana, José Ribeiro de Lima, Antonio Costa Neto, Francisco Simonetti, Manoel Sandin, Alípio dos Santos e outros.

João Simonetti expôs a finalidade da reunião, destacando os benefícios que seriam proporcionados à população, a instalação de uma emissora de rádio na cidade, apresentando em seguida a documentação necessária. De acordo com o historiador Gabriel Ruiz Pelegrina, a sugestão foi integralmente aceita, provocando aplausos ao idealizador. O apoio foi total, pois todos queriam colaborar para que Bauru possuísse a primeira estação de rádio do interior em toda a América do Sul.

Formou-se, então, através de eleição, a diretoria do clube que Simonetti precisava para atender as exigências da legislação. A diretoria ficou assim constituída:

Presidente: Gustavo Dias Oliva

Vice-Presidente: Vicente P. Savastano

Primeiro Secretário: Carlos Fernandes de Paiva

Segundo secretário: José Maria Santana

Tesoureiro: Quintanilha José Sitrangulo

Diretora Musical: Profa. Nair de Araújo Antunes

Diretor Técnico: João Simonetti.

O Conselho Fiscal foi composto por Cussy de Almeida Junior, Fernando Lima Ramos, e Henrique Richeti. Por indicação de Carlos Fernandes Paiva foi aceita a denominação **Bauru Rádio Clube** para a emissora. A rádio foi instalada a título precário no prédio da Rua Agenor Meira, 3-49, onde residia o próprio João Simonetti, previamente adaptada, transferindo-se depois para a Rua 1º de Agosto, onde atualmente funciona a Sociedade Italiana Dante Alighieri.

A primeira transmissão de rádio feita em Bauru aconteceu no dia 8 de março de 1934. Foi a segunda realizada no interior do Brasil, depois de Campinas. Após um árduo trabalho e inúmeras viagens a São Paulo e Rio de Janeiro, João Simonetti, finalmente, recebe um telegrama do Governo Federal comunicando a concessão para funcionamento legal da nova emissora. A Comissão Técnica de Rádio atribuiu-lhe o prefixo "PRC-8". Posteriormente, em

26 de abril de 1935, a chegada dos documentos oficiais, davam conta que o prefixo era “PRG-8”.

A PRG-8 como era chamada, reinou sozinha comandada por João Simonetti e filhos, como Leônidas Simonetti e Ermeti Simonetti, Dias Antunes (Zito) e Juvenal de Barros com programação musical e programas de estúdio e auditório. “Cirquinho do Benjamim”, “No Rancho Fundo”, “Programa de Calouros” e *shows* com artistas famosos da época foram alguns dos destaques da sua programação.

Estiveram em Bauru os artistas: Emilinha Borba, Francisco Alves, Marlene, Nelson Gonçalves, Trio de Ouro, Dalva de Oliveira, Mazzaropi, Dorival Caymi e tantos outros nomes famosos da época. Com resultado positivo das irradiações, a Bauru Rádio Clube (PRG-8) se transformou em ponto preferido de artistas, intelectuais e amadores do rádio.

Em meados de 1954, a PRG-8 levava ao ar o primeiro jornal falado, apresentado por Luciano Dias Pires e Nelson Reginato. O **Grande Jornal Falado G-8**, como era chamado, possuía três blocos: **Carrossel de Notícias**, que apresentava o panorama geral sobre política e economia no país; **Painel Internacional** com as informações do mundo, transcritas de telégrafo das agências *Reuters* e *France Press* e o último bloco de **Entrevistas Locais** com políticos e demais autoridades do município.

Luciano Dias Pires, historiador bauruense conta que, “... ***eu e Nelson Reginato compramos de Simonetti uma hora da programação da G-8, para transmitir o jornal falado. Os dois vendíamos o espaço no comércio de Bauru, para no final do mês fazer o acerto com a emissora. Lucro e prejuízo eram divididos pelos apresentadores do primeiro jornal falado da cidade***”.

Na década de 40, João Simonetti construiu um prédio, em estilo neoclássico, na parte alta do Jardim Bela Vista e lá montou os novos estúdios da PRG-8 (hoje sede da TV TEM, afiliada da Rede Globo de Televisão), onde permaneceu até a década de 60. Foi nessa época que a emissora atingiu um de seus momentos mais significativos com programas de estúdio como **De Você Para Você**, apresentado por Leônidas Simonetti, **Instante Social**, **Ruas, Casas e Números**, **Ave Maria**, **Caixa de Pedidos** e outros, além das rádionovelas, como **Conte o seu caso**.

Figura 17

Fachada da sede emissora PRG-8

Fonte: acervo particular de Luciano Dias Pires

Ainda na década de 50, outro sonho de João Simonetti começava a se concretizar, quando ele encaminha, em 1952, um ofício ao presidente Getúlio Vargas, solicitando a instalação de uma emissora de televisão em Bauru. Segundo dados dos arquivos pessoais de Luciano Dias Pires, no ofício, Simonetti além de enfatizar a necessidade de Bauru possuir canal próprio de TV, destacava “sobretudo para se evitar a futura e possível permissão para o estabelecimento de uma subestação em nosso município ou cidades da região para uso de terceiros”.

Em mais um ato audacioso e empreendedor João Simonetti dá mais um passo rumo à inovação tecnológica, buscando através de suas ligações políticas com o presidente da república, a instalação de uma emissora de televisão. Para concretizar seu projeto assinou um contrato com a **Rede**

Brasileira de Televisão S.A. - REBRATEL empresa responsável pela instalação e funcionamento da televisão em Bauru. De acordo com Pires, havia, no contrato, uma cláusula entre João Simonetti e a REBRATEL, que previa a venda de pelo menos, mil aparelhos para os bauruenses, para que a televisão entrasse em funcionamento. Os aparelhos de televisão seriam comercializados pela própria REBRATEL.

Alguns anos depois, em 1957 o sonho se torna realidade. No dia 13 de agosto de 1958, João Simonetti recebia de João Goulart, que presidiu o Brasil após a renúncia de Jânio Quadros, um telegrama com os seguintes dizeres, como demonstra os arquivos do historiador: “Estou certo que o seu canal de televisão estará sempre na primeira linha em defesa dos ideais nacionalistas do imortal Getúlio Vargas”.

Assim, no final da década de 50, um momento histórico foi registrado em Bauru. O historiador Luciano Dias Pires lembra que “... **numa certa noite, João Simonetti determinou que fossem colocados no saguão e na varanda da sede da Bauru Rádio Clube, na Bela Vista** (onde funcionaria também os estúdios da televisão), **vários aparelhos de TV. Muitos bauruenses residentes no Jardim Bela Vista foram testemunhas da primeira transmissão, em circuito fechado, quando assistiram a diferentes apresentações domésticas por parte do corpo artístico da PRG-8. Aos poucos a televisão de Bauru foi se impondo, inclusive sendo assistida em cidades da região**”.

Figura 18
Getúlio Vargas visita o amigo Simonetti em Bauru

Fonte: acervo particular de Luciano Dias Pires

O formato do rádio, João Simonetti levou também para a TV. Seus noticiários, *shows* com artistas locais, novelas e entrevistas, encontravam excelente receptividade entre os telespectadores.

Já com programação e corpo de profissionais definido, no dia 1º de Agosto de 1960 foi inaugurada oficialmente a **TV Bauru – Canal 2**, colocando o município em destaque, pois era a primeira cidade do interior do Brasil e talvez da América Latina, a ter seu canal próprio de televisão.

A televisão que Simonetti inaugurara e talvez a ausência de uma concorrência foram tirando o prestígio do rádio. No final da década de 50 a Bauru Rádio Clube ainda era a única emissora de Bauru, mas já não vivia um grande momento. A PRG-8 estava acomodada.

Em 1956 a **Rede Piratininga** inaugurou em Bauru a **Rádio Auri-Verde**, quando veio para a cidade outro nome importante para a história do rádio, o radialista Tobias Ferreira, tendo início o que poderia chamar-se de uma nova fase da radiodifusão sonora bauruense. A Rádio Auri-Verde aproveitou uma certa acomodação em que se encontrava a PRG-8 e com inovações e mais motivação melhorou a qualidade do veículo e passou a liderar a audiência. Nesta época os programas de auditório já começaram a desaparecer, transferindo-se para a televisão e uma nova estratégia de

comunicação radiofônica se impunha, não apenas pelas tendências artísticas, mas também técnica, como por exemplo, o transistor.

Houve uma miniaturização do receptor e com isso o rádio ganhou uma nova dinâmica, uma nova cara e passou a acompanhar o ouvinte em qualquer lugar, no trabalho, no lazer, no carro, em casa.

Ao final da década de 50 (13 de janeiro de 1958), João Simonetti inaugurava mais uma emissora de rádio em Bauru, a **Rádio Emissora Terra Branca**, tendo como sócio-proprietário, o ex-vereador e ex-prefeito, Horácio Alves Cunha, que mais tarde ficaria sozinho com a Rádio Terra Branca. Alguns nomes mereceram destaque na época. Na **Rádio Auri-Verde**: Nelson Machado, Fernando Machado, José Haddad, Pedro Valter Ramos, Ivo Mainarde, Marino Fabretti etc. Na **Rádio Terra Branca**: Alonso Campoi, Roberto Purini, Cirilo Atuí, Maurício Picarelli, Laudze Menezes e outros.

De um modo geral a década de 60 acabou depois marcando um grande equilíbrio de audiência e penetração entre as três emissoras: Bauru Rádio Clube (PRG-8), Auri-Verde e Terra Branca. Com a ida do diretor Tobias Ferreira para a Bauru Rádio Clube, em 1961, a emissora começou a reagir e retomar o crescimento de sua audiência. Foi quando surgiram novos nomes importantes para o rádio bauruense, tais como: Célio Gonçalves, Sylvio Carlos Simonetti, Paulo Sérgio Simonetti, Luiz Carlos Cordeiro e Alceu Rodrigues.

Por volta de 1966 a Bauru Rádio Clube já dominava totalmente a audiência quando um importante fato histórico ocorreu no rádio bauruense. A Bauru Rádio Clube deixava de pertencer à família Simonetti e suas ações foram transferidas para o médico Arnaldo Prado Curvello e o empresário Roberto Cintra. João Simonetti faleceu em agosto de 1968, quando já estava afastado do rádio.

Em seguida a família Simonetti, representada por Leônidas Simonetti, esposa, filhos e mais Tobias Ferreira, assumiram o controle acionário da Rádio Auri-Verde, cuja razão social passou, em 1º de agosto de 1967, para **Rádio Jovem Auri-Verde Ltda.**

Foi uma grande revolução no rádio de Bauru, com a Jovem Auri-Verde, subindo significativamente na audiência. No final da década de 60 surgem outros nomes importantes da radiodifusão sonora bauruense, como João Simonetti Neto (programação jornalística-policia), Walter Neto (programação sertaneja), João Carlos de Almeida conhecido como João Bidu (astrologia), João Costa (entretenimento), Paulo Sérgio Simonetti e Galvão

Moura (esportes), Maria Dalva Hatore e Sylvio Carlos Simonetti (jornalismo) etc.

A PRG-8 acabou no início da década de 80, sendo negociada com a Rede Bandeirantes, a qual pertence até hoje. A Terra Branca foi negociada pela viúva de Horácio Alves Cunha com o empresário de Marília, José Nelson de Carvalho. Tobias Ferreira faleceu em 7 de outubro de 1994 e José Nelson faleceu um ano depois.

O pioneirismo de João Simonetti estava muito a frente de seu tempo, pois já na década de 40, em 1949, ele possuía concessão para instalação de uma emissora de Freqüência Modulada (FM) em Bauru e chegou a erguer uma torre que ficava na praça dos Expedicionários, no jardim Bela Vista, também no terreno da PRG-8. Esse canal nunca entrou em operação por não haver receptores de FM no mercado comercial.

Em maio de 1978, a Rádio Auri-Verde montou sua primeira FM: **Rádio Comunicação FM Estéreo (94 FM)**. Em seguida surgiram outras emissoras FM, como a **Rádio Cidade FM**, do Grupo Jornal da Cidade, mais tarde a **FM Metropolitana**, depois **Líder FM** e as emissoras educativas **FM UNESP**, da Universidade Estadual Paulista e **FM Véritas** da Universidade do Sagrado Coração.

O nome João Simonetti ficou para a história de Bauru, deixando uma cópia de realizações que contribuíram para o desenvolvimento da cidade, como símbolo do seu amor pelo trabalho e pela terra que escolheu para abrigar sua família e suas idéias.

O Homem e o Político

João Simonetti nasceu na Itália, em Consenza, na Calábria. Segundo o filho caçula, Rafael Simonetti, oitenta e quatro anos, aposentado como procurador geral do INSS e advogado, conta que ***“... meu pai chegou ao Brasil no início do século, em 1916, junto com centenas de imigrantes a bordo do navio “América”. No auge da juventude, aos vinte e três anos, foi morar no município de Dois Córregos. No final do mesmo ano, a família, atraída pelo crescente desenvolvimento da cidade, decidiu mudar-se para Bauru. Desembarcam, então, na velha estação da Paulista, acompanhado pela esposa Tereza Bertolacci Simonetti e quatro filhos:***

Ermetti Simonetti, Leônidas Simonetti, Nair Simonetti e Ermelinda Simonetti. Eu fui o único a nascer em Bauru”.

Em 1938, Simonetti fica viúvo, aos quarenta e cinco anos de idade. Pouco tempo depois, conhece e casa-se com a também viúva Ester Dias, mãe de João Dias Antunes (Zito) e Ester Dias Antunes. João Simonetti morreu em 1973, aos oitenta anos, vítima de enfisema pulmonar. Na lembrança do filho caçula, hoje com mais oito décadas de vida, fica a imagem do pai e do homem enérgico e trabalhador. ***“Meu pai não parava. Logo que chegou à Bauru, ele montou uma fábrica de móveis, depois uma vidraçaria, uma leiteria, o cinema falado, uma empresa de propaganda (que mais tarde, transformou-se na emissora de rádio PRG-8) e, por fim, conseguiu trazer também a televisão. Meu pai era um homem lutador, autoritário e com um coração muito bom”***, declara Rafael Simonetti.

“Exigente, idealista, humano e getulista de coração”. Assim, o historiador e jornalista Luciano Dias Pires, descreve o homem João Simonetti. E foram justamente as ligações políticas de Simonetti com o então presidente Getúlio Vargas que possibilitaram o surgimento do rádio e, posteriormente, da televisão em Bauru. Como o poder das concessões sempre esteve, desde os primórdios do rádio, com o Governo Federal, a trajetória de Simonetti na área da radiodifusão passou pelo tráfico de influência até atingir seu fortalecimento.

Para Zarcillo Rodrigues Barbosa (2002:174),

o fato de ser desconhecido no governo Getúlio Vargas e de se tratar de emissora paulista tornou a missão de Simonetti cheia de percalços. A ligação do empreendedor com os grupos de poder começa pela aproximação dele com Moacir Boemer, técnico em radiotelegrafia e telefonia da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil (NOB). A NOB, como era chamada, pertencia à União e tinha sua sede em Bauru. Boemer também dava assistência técnica para a Bauru Rádio Clube e foi quem apresentou Simonetti ao diretor da ferrovia em Bauru, Alfredo de Castilho. Na época, os diretores da NOB eram nomeados pelo governo federal e gozavam de prestígio e confiança das mais altas autoridades da República. Estabelecida essa ponte, a licença para funcionamento da emissora de Simonetti foi concedida em 26 de abril de 1935. Com o regime ditatorial institucionalizado por uma nova Carta Magna (Constituição de 1937), Getúlio Vargas procura aproximar-se das lideranças de cada Estado.

Sua peregrinação começa por Bauru. A primeira visita de Getúlio Vargas à cidade foi no dia 20 de julho de 1938, acompanhado pelo interventor federal Paulo Adhemar de Barros e uma grande comitiva. O prefeito Ernesto Monte decretou feriado municipal, houve desfile de escolares na avenida Rodrigues Alves e Getúlio aproveitou a visita para inaugurar um “cassino”, como eram chamados os centros de convivência, no Asilo Aymorés de Hanseníase, hoje Hospital Lauro de Souza Lima. Nessa noite, Getúlio foi recepcionado com um jantar na fazenda Val de Palmas.

Barbosa (2002:174) destaca que, "... no dia seguinte, o jornal Folha do Povo noticiou que a PRG-8, 'A voz da Noroeste', havia transmitido toda a festa com sua 'estação ambulante', um avanço tecnológico para a época".

Dessa forma, fica consolidada a amizade de João Simonetti com Vargas. A outra visita de Getúlio Vargas à Bauru ocorreu em 5 de novembro de 1947. Desta vez, como senador, Getúlio jantou na sede da PRG-8 com João Simonetti. Além de buscar apoio para seu candidato a vice-governador de São Paulo, Vargas também declarava apoio a candidatura de Simonetti à prefeitura de Bauru, pelo PTB. Segundo registro do jornal "Folha do Povo" (1947:1), Getúlio, em praça pública, incitou o povo a votar em João Simonetti. Apesar do apoio de Getúlio, Simonetti perdeu as eleições para o advogado Octavio Pinheiro Brizolla (PR) Partido Republicano, por 2.261 votos, contra 2.068 de João Simonetti (PTB) Partido Trabalhista Brasileiro.

Três anos mais tarde, em setembro de 1950, Getúlio Vargas passa por Bauru novamente, desta vez, como candidato à presidência da República. Encontra-se com o amigo radialista e anuncia a candidatura de Simonetti, novamente, à prefeitura de Bauru. Getúlio derrota o brigadeiro Eduardo Gomes e reassume a chefia da Nação, através do voto direto. João Simonetti, por sua vez, sofre uma nova derrota. Dessa vez fica em terceiro lugar. O resultado final da eleição municipal foi: Nuno de Assis (PSP), 4.885 votos; Nicola Avallone Júnior (PSD), 4.064; João Simonetti (PTB), 2.015; Guilherme Ferraz (UDN), 1.651 e João Guedes (PR), 56 voto.

Getúlio Vargas reassume o poder em 1951 e Simonetti consegue, no mesmo ano, a concessão do governo, para instalar a **Onda Tropical**, irradiada na frequência de 3.275 Kilohertz, com potência de 1.000 watts, suficiente para ser captada no exterior. Mesmo depois do suicídio de Getúlio Vargas, em 1954, a postura de distribuir prefixos de rádio, principalmente no interior do Estado, continuara. Em 11 de fevereiro de 1957 Simonetti consegue a concessão para sua segunda emissora em Bauru, a **Rádio Emissora Terra Branca**, ZYR-216, com 250 watts de potência. O vereador pelo PTB Horácio Alves Cunha era sócio de Simonetti.

É certo que as concessões de prefixos de rádio e de televisão no Brasil, sempre estiveram ligadas a interesses políticos e, em Bauru não foi diferente. Zarcillo Rodrigues Barbosa (2002:185) destaca o surgimento das

demais emissoras locais e as ligações de seus proprietários com o governo federal.

A terceira emissora AM de Bauru, a Rádio Auri-Verde, autorizada a funcionar em 1955 com 1.000 watts de potência pertencia à Redec Piratininga, de propriedade do senador Miguel Leuzzi, do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), depois cassado pela ditadura militar em 1964. A Quarta emissora AM, Rádio Jornal de Bauru, também foi instalada por um político, Dorival Massi de Abreu, em 1973. A Rádio Comunicação FM Stéreo (94 FM), a primeira em sistema de Frequência Modulada de Bauru montada pelo radialista Tobias Ferreira, em sociedade com a família Simonetti, surge em 5 de maio de 1978. A 94 FM pertence até hoje a família Simonetti, tendo como sócio o empresário Alceu Rodrigues. Opera com 10 mil watts de potência e lidera, atualmente (2005), as pesquisas de audiência em Bauru e na região. Ainda utilizando a influência política, em 1984, o deputado federal Alcides Franciscato, da Arena e depois do PFL e proprietário do Jornal da Cidade de Bauru, consegue a concessão para instalar a **Rádio Cidade FM 96**, pertencente ao mesmo grupo. Franciscato era amigo pessoal do presidente João Baptista Figueiredo.

Foram criadas a **FM Metropolitana**, que se transformou em **Líder FM** e hoje pertence à **Rede Aleluia**, ligada a Igreja Universal, a **FM Unesp** – emissora educativa da Universidade Estadual paulista e, mais recentemente, a **FM USC** – da Universidade do Sagrado Coração.

Bauru possui hoje cinco rádios FM que geram programação local. São elas: 94 FM, 96 FM, Rede Aleluia, Unesp e Veritas FM.

RÁDIO 94FM

A **Rádio Comunicação FM Stéreo Ltda.** opera com 10 mil watts de potência e apresenta uma programação básica, envolvendo sucessos musicais, entretenimento e jornalismo.

Em relação ao jornalismo, podemos dizer que a **94FM de Bauru** introduziu na sua grade de programação um dos maiores espaços jornalísticos transmitidos em sistema de Frequência Modulada na cidade. O fato da **94FM** ter nascido de uma fusão entre o rádio AM (Amplitude Modulada), na época a Rádio Auri-Verde, e ser comandada, até hoje, por pessoas ligadas a radiodifusão AM, personifica a imagem de uma emissora de perfil mais jornalístico. Possui horários específicos para programas jornalísticos no período das 6 às 8 e das 12 às 12 horas e 30.

Além disso, mantém durante toda a sua programação a inserção de informativos noticiosos, transmitindo principalmente informações locais e participação de repórteres com entradas “ao vivo”. Ainda durante a programação a emissora oferece ao ouvinte além de músicas, programetes de humor, jornalismo e participação direta por telefone a interação através de *e-mail* e *Chat* pelo site www.94fm.com.br. De acordo com Paulo Sérgio Simonetti, diretor superintendente da emissora, “... a rádio **94FM** está entre as **quinze emissoras de rádio mais acessadas do Brasil**”.

O quadro associativo da **94FM** é formado pelo grupo Simonetti, que detém 75% das ações e Alceu Rodrigues de Souza, com 25%. A direção geral da emissora está sob a responsabilidade de Paulo Sérgio Simonetti, diretor superintendente e Alceu Rodrigues de Souza, diretor executivo. Na última pesquisa de audiência, realizada pelo IBOPE, em setembro de 2001, quando a rádio Líder ainda não tinha sido absorvida pela Rede Aleluia, os dados apresentados forma os seguintes, como demonstra documento, em anexo:

Participação:

- **76% na FM**
- **24% na AM**

Audiência:

- **48% na 94FM**
- **21% na Líder FM**
- **20% na 96 FM**
- **8% em outras emissoras**
- **3% na Unesp FM**

Ainda segundo pesquisa do IBOPE, o perfil de audiência da **94FM** consiste em 55% feminino, 45% masculino e classes A, B e C de 15 a 49 anos de idade.

Atuando como jornalista, repórter e redatora da **94FM**, há onze anos, posso observar a abrangência e importância dessa emissora para a cidade de Bauru, que carrega uma credibilidade no jornalismo que aliada a uma programação competitiva tem lhe rendido grande audiência.

A **94 FM** e seu corpo de profissionais nas mais diversas áreas, artística, produção, jornalismo e técnica têm o compromisso de servir a cidade num reflexo de suas raízes.

Diante disso, a proposta dessa pesquisa visa inserir no espaço jornalístico da **94 FM** a veiculação periódica de reportagens, abordando o campo da saúde pública, objetivando tornar o jornalismo uma força ainda maior e influente junto à comunidade.

1.4. O Rádio: estágio atual e perspectivas

Depois de mais de um século que o italiano Guglielmo Marconi transmitiu a primeira mensagem ao cruzar o oceano Atlântico pelas ondas do rádio e que o padre brasileiro, Roberto Landell de Moura patenteou aparelhos de radiotelegrafia e de radiotelefonía, como vimos anteriormente, o rádio continua a dar provas de sua vitalidade e de sua importância para a mobilização social. Apesar das novas tecnologias terem permitido o surgimento

de diversificados meios de comunicação, ainda assim, não se percebeu a redução da importância do rádio.

O rádio faz parte do cotidiano da maioria da população brasileira. Pesquisa de opinião pública realizada pelo Data Folha, na Grande São Paulo, em dezembro de 1993, revelou que as pessoas, independente da classe social, passam mais tempo ouvindo rádio do que assistindo televisão, lendo jornais ou revistas. A audiência diária do veículo concentra-se no período das 8 às 18 horas, enquanto a da TV restringe-se ao horário de 19 às 22 horas.

A grande popularidade do rádio é atribuída ao caráter universal de sua linguagem – essencialmente simples, direta, coloquial. A empatia que procura estabelecer com o ouvinte ao atender suas demandas por música, entretenimento, informação, humor e companhia também são fatores responsáveis pela popularidade do veículo.

Atualmente, o assunto em pauta é o rádio digital que vai mudar a estrutura técnica do AM. Trata-se do mais novo e maior avanço na tecnologia radiofônica, o **DAB – Digital Audio Broadcasting**. O rádio digital dá aos ouvintes uma recepção de alta qualidade sem interferências, rádios fáceis de utilizar e um maior leque de escolha através de mais estações e serviços. Para especialistas da União Internacional de Telecomunicações (UIT) no site <http://student.dei.uc.pt/~anjo/smm/conclusoesreferenciais.html>,

está começando uma nova era para a radiodifusão. O avanço tecnológico alcançará não apenas as transmissões AM em ondas médias, mas também as quase esquecidas ondas curtas e longas. A primeira grande vantagem desse salto tecnológico é dar às transmissões de rádio AM uma qualidade de som muito próxima às do rádio FM (Frequência Modulada), cujo espectro utilizável (de 88 a 108 MHz) está praticamente congestionado em quase todo o mundo. O DAB, ou seja, emissão digital de áudio contextualiza-se no âmbito da rádio, tal como conhecemos atualmente como meio de comunicação utilizando a FM ou a AM para transmitir seu sinal analógico.

Para Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2001) com o advento da *Internet*, os aparelhos de rádio e televisão, vão desaparecer e passarão para o computador. É nele que as atuais emissoras de rádio e TV vão ser ouvidas e assistidas. E acrescentam:

O rádio via Internet impõe transformações qualitativas. A origem dessa mudança está na sua própria criação Com alguma simplicidade, cada pessoa ou entidade conectada na rede pode montar sua própria emissora. Não há mais um núcleo central. Cada um vai ser operador, programador, ideólogo e editor-chefe do conteúdo da rádio. A censura desaparece ... o ouvinte-internauta vai sair em busca do diferencial e este decidirá na qualidade do que se lança na rede e na identificação com quem fala. A permanência do rádio na web – uma vez que fora dela pouca comunicação vai existir no mundo – depende de transformações profundas em que o romantismo do passado – do velho rádio de transmissor de onda curta, o rádio de som de FM e o rádio digital via satélite – não vai ter lugar. Em quanto tempo isto vai ocorrer é uma indagação impossível de responder, mas o processo histórico está ativado e se acelerando a cada dia. Mais uma vez Albert Einstein tinha razão quando dizia que o que delimita o nosso mundo é o tempo, e não o espaço.

Para Bianco (2001) a tecnologia do rádio digital já está disponível para milhares de ouvintes na Europa e nos Estados Unidos. Ainda está longe

de beneficiar os ouvintes brasileiros. As qualidades do som digital são conhecidas, porém o modelo do sistema de transmissão terrestre e por satélite que deverá prevalecer ainda é motivo de polêmica.

Três formatos estão em discussão no mundo:

- o sistema norte americano IBOC (*In-Band On Chanel*);
- o sistema europeu Eureka 147 DAB (*Digital Audio Broadcasting*)
- e mais recentemente o sistema japonês ISDB-Tn (*Services Digital Broadcasting – Terrestre narrowband*)

Cada um deles tem características técnicas peculiares que refletem bem o modelo de exploração do sistema de radiodifusão em cada continente.

Para Tavares (2004) com o advento do DAB, sistema de transmissão radiofônica já implantado na Europa e nos Estados Unidos da América: **"Na idade tecnocrônica, o impossível é apenas aquilo que ainda não foi realizado"**, conforme declaração do Senhor Reed Hundt, presidente da Comissão Federal de Comunicações dos Estados Unidos.

Há cento e oito anos, o sábio brasileiro, padre Roberto Landell de Moura, profetizava o desenvolvimento tecnológico, quando afirmava: "Meus aparelhos podem estabelecer comunicação com quaisquer pontos da terra, por mais afastados que estejam um dos outros, e isto presentemente, porque, futuramente servirão até mesmo para comunicações interplanetárias ...".

A concretização dos seus inventos, incluindo o telefone sem fio (telefonia celular) e principalmente o rádio que, contrariando a opinião da grande maioria, revitaliza-se e, nesse início de novo século, assume o papel mais importante de todos os veículos de comunicação, tanto impresso como eletrônico, passando pelo computador via *Internet*.

Cada usuário ou os chamados internautas têm uma emissora de rádio, em miniatura, dentro de seus lares; é só uma questão de ótica.

Este fantástico desenvolvimento eletrônico obrigará a todos os meios de entretenimento, lazer e informação servirem-se deste universo virtual, face ao seu alcance imediato com todas as partes do mundo. O rádio é exatamente isso.

Assim, em curto prazo, as emissoras brasileiras que já entraram nessa corrida, bem como os empresários da área, estarão vibrando com a chegada do DAB, reconquistando o prestígio das emissoras AM, uma vez que atualmente estão entregues a outros objetivos que não os propugnados pelo Professor Edgard Roquette-Pinto, introdutor da radiofonia no Brasil, em 1923.

Desde o surgimento da televisão, no Brasil, o rádio foi esquecido e abandonado, passando a ser um simples figurante nesse cenário, desprezado pelos ouvintes (o grande público), os grandes anunciantes e as agências de propaganda.

No eixo Rio/São Paulo, as rádios Bandeirantes, Eldorado, Globo e CBN, bem como as emissoras de televisão e os principais periódicos, já se prepararam com esse sofisticado equipamento, para levarem, ao grande público, o que de mais moderno existe neste competitivo mercado.

Como alternativa, e objetivando o custo benefício, os empresários do ramo radiofônico já têm à sua disposição o que de mais avançado existe nessa área que é a Rádio 2.

O que é a Rádio 2?

A Rádio 2 com quinze anos de sucessos, algumas histórias e muito *know-how*, pode criar, gravar e distribuir qualquer tipo de produção radiofônica, bem como programas institucionais, boletins, noticiários, até a cobertura de eventos nacionais e internacionais.

A Rádio 2, também por intermédio da *Internet*, oferece a todas as emissoras espalhadas pelo Brasil, um elenco de prestação de serviços como, Programas Especiais, Rádio Empresa, *Clipping On-line*, Agência de Notícias, *RadioControl* e muito mais.

Com toda essa perspectiva, não será nenhum exagero reafirmar que, na era que se avizinha, o rádio será o mais importante veículo de comunicação entre todos os existentes na atualidade, contrariando as previsões pessimistas dos críticos e analistas do setor.

Ao ouvinte, só faltará receber toda essa gama de inovações tecnológicas em *stereo HI-FI*, na frequência AM, o que não está muito distante, pois, em curto prazo, uma das mais acreditadas empresas do ramo eletrônico, estará colocando no mercado, aparelhos receptores que permitirão ao ouvinte, esteja ele no campo ou na cidade, receber, em som puro e cristalino, tudo aquilo que possa contribuir para o seu dia a dia, na mesma velocidade do som, sem a necessidade de grandes equipes regionais, uma vez que esse é o papel da Rádio 2.

Num país, cujo índice de analfabetismo é dos mais elevados, a relevância do rádio assume um papel importantíssimo, já que o analfabeto pode ouvir. A mesma situação se aplica aos portadores de deficiências visuais que, não podendo ler (a menos que em *Brayle*), podem igualmente ouvir.

O rádio jamais morrerá, uma vez que se cumpre plenamente tudo aquilo que o inventor dessa máquina preconizou, apesar de ter sido tachado, na época, de bruxo, impostor, renegado e herege.

Dentre os meios já existentes para a utilização do DAB, a contribuição do rádio será decisiva, enquanto que a televisão, as revistas, os jornais e o próprio cinema, terão que se adaptar às novas regras impostas pelo universo virtual que, a cada minuto, gera uma nova forma de entretenimento e lazer.

Em 16 de julho de 1997 o governo brasileiro publicou a Lei Geral das Telecomunicações (Lei nº 9.472), regulamentando e organizando todos os serviços de telecomunicações no país, inclusive o rádio. Uma outra novidade é a Lei nº 9.612 de 19 de fevereiro de 1998, que institui o serviço de radiodifusão comunitária. São emissoras de baixa potência, em FM, que vão servir a determinadas comunidades de bairro e estarão sujeitas a especificidades e regulamentos especiais.

O DAB deverá ser, no futuro, o *standard* da rádio, quando teremos uma nova banda em que não será preciso memorizar frequências. O som deverá ter qualidade praticamente idêntica à de CD, sem nenhuma interferência.

A recepção de sinais analógicos pode ser deteriorada pelas condições atmosféricas e falhas nos sinais elétricos. Esses sinais podem também ser interrompidos pela proximidade de declives no terreno ou edifícios, especialmente na área urbana. Esse tipo de interferência na FM é chamada “harmônicas”. O DAB, por sua vez, evita este problema enviando uma série de *bits* que podem ser reconhecidos mesmo na presença de interferências.

Os especialistas da União Internacional de Telecomunicações (UIT) no site <http://student.dei.uc.pt/~anjo/smm/conclusoesreferenciais.html> concluem que,

a expectativa é que os padrões digitais se tornem populares no Brasil nos próximos anos e sejam adotados em todo o planeta. A indústria eletrônica será a grande beneficiária desse progresso, pois deverá substituir, progressivamente, os mais de dois e meio bilhões de receptores existentes no mundo hoje, assim como aconteceu com o surgimento da TV em cores. Os telespectadores foram trocando, gradativamente, os seus aparelhos. Os transmissores AM analógicos também deverão ser substituídos. Mas, a maioria dos transmissores existentes atualmente, poderá simplesmente ser adaptada, numa espécie de *upgrading* digital, com investimento muito menor para as emissoras. Como ouvintes, certamente teremos muitas vantagens, pois além de oferecer melhor qualidade sonora, o rádio digital permitirá a prestação de novos serviços que vão beneficiar o público. Uma dessas novas aplicações será a transmissão de dados em baixa velocidade pelas emissoras de

rádio. Outra será a transmissão de programas bilíngües, ultrapassando as fronteiras nacionais.

Os receptores de AM digital também poderão receber dados, textos e até imagens fixas. Os ouvintes poderão simplesmente obter esses serviços diretamente de seu receptor ou, interconectar seu rádio a um computador e transferir os dados armazenados. Com o salto digital, o rádio estará também cada dia mais integrado com o celular e com a *Internet*, através de um terminal único sem fios.

Os especialistas da União Internacional de Telecomunicações (UIT) no site <http://student.dei.uc.pt/~anjo/smm/conclusoesreferenciais.html> acrescentam que

outra revolução tecnológica que atingiu o rádio nos últimos anos foi justamente, a interatividade das mídias: som, imagem e texto no computador, em mais um momento de transição no universo das telecomunicações, especificamente no caso do rádio. A rede *Internet* tornou possível e viável que qualquer emissora, por mínima a potência que emite, independente de sua faixa de onda e de sua localidade, seja ouvida em qualquer ponto do planeta. Trata-se da convergência das mídias na *Internet*, numa concorrência multimidiática. Com a *Internet* o rádio pôde oferecer mais conteúdo jornalístico, musical e serviços. O material colocado no site da *web* complementa o rádio e dá ao ouvinte serviços, informações e produtos que não podem ser dados na programação radiofônica. Ou seja, seu ouvinte nunca mais estará longe de sua emissora radiofônica.

Acompanhando o surgimento intramidiático dos veículos de comunicação, surge também um novo público, leitor, ouvinte, espectador e agente dono de novas idéias, domínios, mais exigente e de ampliadas fronteiras. Mais uma vez, o rádio precisou se reciclar e adequar-se à nova tecnologia.

A metamorfose impactada pela tecnologia, inclusive, modificou o procedimento comunicativo do rádio, influenciando o jeito de comunicar. Interatividade, agilidade, presteza, velocidade, readequação da linguagem e universalidade, além de muitos outros atributos, passaram a incorporar esse novo processo comunicativo radiofônico.

O sábio brasileiro, padre Roberto Landell de Moura, já profetizava o desenvolvimento tecnológico vivenciado atualmente, quando afirmava:

Meus aparelhos podem estabelecer comunicação com quaisquer pontos da terra, por mais afastados que estejam uns dos outros e, futuramente, servirão até mesmo para comunicação interplanetárias... .

A concretização de seus inventos, incluindo o telefone sem fio e principalmente o rádio, revitaliza-se e, nesse início do novo século, assume o

papel mais importante de todos os veículos de comunicação. Cada usuário da Internet tem uma emissora de rádio, em miniatura, dentro do seu lar, no trabalho e na telefonia celular.

Há, portanto, um novo rádio e um novo mercado de trabalho surgindo. É um novo mercado que propõe a existência de uma emissora de rádio nova, que trabalha com tecnologia digital, com computador, com Internet e, nesse caso, com inovações, com a aplicação de novas idéias, conceitos, visando contribuir para a reflexão e a construção do conhecimento de seu público.

Historicamente, o rádio perdeu o *status* na sala de estar, mas ganhou outros espaços possibilitando a preservação da memória de uma nação, diversidade cultural, divulgação dos usos, costumes e tradições. O rádio atua como um agente social do país e do mundo, permitindo tornar-se ensinante da grande massa analfabeta e um dos principais veículos de instrução, educação e cultura.

Lançando no ar palavras e idéias, o rádio foi e continuará sendo um dos maiores veículos na educação sem barreiras, já que alcança, indiscriminadamente, toda a face da terra. Se o rádio é o meio de comunicação que tem o alcance mais próximo do universal e com uma das maiores audiências ao longo do dia (como citamos anteriormente, segundo pesquisa do Datafolha), também é o que está mais próximo do público mais pobre.

De acordo com o Instituto Marplan de Pesquisa, (1992),

estima-se que 90% da classe de baixa renda, homens e mulheres de todas as idades, ouvem rádio cerca de três horas diárias. Daí, a necessidade do rádio ser utilizado também, junto à população, não somente como meio de entretenimento, lazer e diversão, mas como uma ponte, possibilitando consolidar novos valores e comportamentos.

Portanto, o rádio, apesar de todos os desafios enfrentados em sua trajetória, não desapareceu e se adaptou em modalidades de comunicação mais modernas. Ao se fazer presente na transmissão de informação, no estímulo à construção de significados, o rádio se torna um agente de educação.

Segundo Umberto Eco (1988:86), entre os meios de comunicação, o rádio talvez seja o veículo mais privilegiado em termos de potencialidades,

primeiro porque não necessita de que o ouvinte seja alfabetizado. Depois, por ser mais abrangente: a televisão não atinge áreas rurais por causa das deficiências de eletrificação,

enquanto o transistor permite a captação de emissões nos pontos mais afastados do país. Esta facilidade poderia fazer o rádio um instrumento informal de educação, o que até agora permanece como potencialidade, apesar de raras exceções.

Longe de ser um meio ultrapassado, o rádio reafirma constantemente sua condição de veículo indispensável no cotidiano das pessoas. O Capítulo II – O Processo da Comunicação Radiofônica – apresenta de que forma pode-se entender o processo de comunicação via eletrônica e digital.

Capítulo II

O processo da comunicação radiofônica

2. Os fenômenos sociais do rádio

Esta pesquisa busca demonstrar o papel mediador da linguagem radiofônica entre o indivíduo e a sociedade. Demonstrar como o veículo radiofônico produz identidades e como essa identidade é construída pelo receptor. O surgimento do rádio no Brasil como já vimos, representou um marco da expansão da sociedade de consumo em nossa terra. Significou, além de um novo campo para aplicação do capital, um instrumento capaz de atingir as camadas mais populares, independentes de serem ou não alfabetizadas. A partir daí se transformou em um importante veículo de informação coletiva ao alcance das populações, desde a elite até as rurais.

Umberto Eco (1988:86) ressalta que os grupos no poder já conheciam o seu alcance e temiam que o rádio se transformasse numa força de conseqüências imprevisíveis, caso mobilizasse as massas urbanas que cresciam rapidamente.

Podemos dizer que, até os tempos atuais os meios de comunicação são utilizados para manipular, para influenciar e mudar comportamentos e pensamentos da opinião pública.

A mídia, portanto, exerce uma grande influência sobre os produtores da cultura popular. Denis Cuche (1999:175) chama a atenção para o papel das comunicações de massa na produção das representações sociais, tanto coletivas como individuais e ressalta:

É justo afirmar que, se nossas representações são sociais, não é apenas por causa do objeto comum ou pelo fato que elas são compartilhadas. Elas o são igualmente pelo fato de que são produtos de uma divisão de trabalho que as marcam de uma certa autonomia. ... são todas aquelas pessoas que se consagram à difusão de conhecimentos científicos, artísticos, políticos, econômicos.

É necessário, portanto, entender o papel das representações na orientação dos comportamentos e na comunicação e sua força enquanto sistema de conhecimento de novas informações. Esse processo nos remete a discutir a identidade da comunicação: a identidade imposta pelo veículo ou pelo jornalista. A mídia não produz uma realidade, ela colabora e corrobora com parcelas interessadas nessa realidade.

Neste século estamos vivendo uma nova referência de mundo. Um mundo globalizado onde o volume de produção da informação e circulação são assustadoramente instantâneos, acelerando o processo de tempo e espaço. O receptor, portanto, deixou de ser um mero agente receptor de informação de uma determinada fonte e que, passivamente, a codifica conforme o desejo do emissor. O processo de recepção tem sido uma troca constante de negociações.

É neste cenário, inclusive, que os estudos de comunicação na América Latina têm se desenvolvido na busca de uma nova compreensão do papel do receptor que passa a ser sujeito no processo de comunicação agindo como um ator social. E o rádio se constitui em um veículo fundamental, de validade das expressões culturais (local, regional, nacional) nos meios de comunicação.

Esta pesquisa concentra esforços em dois segmentos:

- ◆ a prestação de serviços à comunidade que possibilite a democratização do conhecimento científico através do rádio e a
- ◆ formação de agentes sociais.

O **objetivo** é estimular, criar e ampliar os espaços de atuação e compreensão de mensagens ligadas à área de saúde pública, utilizando o rádio como um meio educador, de transformação social.

A divulgação científica passa por um momento especial, principalmente no Brasil. Aos poucos o jornalismo científico tem ajudado a mostrar à sociedade que a ciência é algo próximo do nosso cotidiano, capaz de melhorar a qualidade de vida. Nasce daí a nossa relação com a cidadania tentando suprir a necessidade da maior vítima desse sistema capitalista que, historicamente, é a população de baixa renda que tem o direito de desfrutar de uma legitimidade dentro do contexto social, mas fica excluída à mercê do descaso governamental. Nesse contexto, defendemos o papel do rádio como meio educador de comunicação, no sentido de preservar a localidade através da formação da identidade na defesa dos enraizamentos cultural, ideológico e social.

Para Denys Cuche (1999:77)

a identidade social de um indivíduo se caracteriza pelo conjunto de suas vinculações em um sistema social. A identidade permite que o indivíduo se localize em um sistema social e seja localizado socialmente.

O rádio, por exemplo, tem a capacidade de exercer um papel muito mais importante, do que simplesmente se transformar em uma máquina de lazer, de entretenimento, com sentido puramente mercantilista.

A questão é utilizar e preparar profissionais para transformar o rádio em um instrumento privilegiado de informação e de interpretação da realidade social. O país tem uma cultura pobre que necessita da democratização da comunicação, através de mensagens que influenciem as ações exercendo assim, um jornalismo socialmente responsável que contribua para o a construção do conhecimento e do desenvolvimento humano.

A regionalização do rádio deve ser cada vez maior, visando impedir a destruição dos valores e a descaracterização cultural. Algumas emissoras do interior já trabalham com uma programação jornalística, musical com base estritamente regional. Outras, no entanto, centram as programações em idiomas e valores estrangeiros, reforçando a cultura e costumes de outros povos.

Em comparação com outros meios de comunicação, o rádio é o veículo com maior base popular e deve ser utilizado como tal. Seguindo na contra mão da Indústria Cultural que veicula as mensagens manipulando os indivíduos e tornando as informações meras mercadorias de consumo imediato, defendemos a idéia de trabalhar o rádio como um meio de divulgação da mensagem científica, popularizando a linguagem.

Ou seja, democratizar a saúde pública transpondo as notícias veiculadas em tamanhos e qualidades de pacotes espremidos entre a programação local e mundial. Representa intermediar para o público idéias e conceitos médico-científicos que vão auxiliar a construção do conhecimento, visando a melhoria da qualidade de vida da população.

Dessa forma, o processo jornalístico deve deixar de ser meramente informativo (unidirecional) e se converter numa prática comunicativa (bidirecional). Mesmo diante do advento da *internet* ainda é difícil reconhecer que a mais nova rede de comunicação, possa ter proporcionado a multidirecionalidade da informação. Isso porque, a comunicação virtual constitui-se por outras redes que, por sua vez, são formadas a partir de uma diversidade e multiplicidade de fontes que virtualmente passam a ser difusoras de informação.

O surgimento significativo das novas tecnologias também nos faz repensar e rever a questão da mídia local, trabalhando e especificando as “diferenças locais” para que a comunidade exerça sua cidadania voltada para uma perspectiva coletivista, ou seja, de satisfação de interesses individuais passando pela dimensão dos interesses coletivos. Partindo do princípio de que o rádio é o veículo de comunicação de base popular e abrangência, defendemos diretrizes para constituirmos o rádio como um instrumento informal de educação, concentrando esforços no conteúdo e nos seus efeitos.

Afinal, educação e comunicação andam juntas. Não existe forma de transmitir o conhecimento se não através da comunicação. A educação é primordialmente comunicacional, significa conhecimento enquanto a comunicação representa a informação.

2.1. A audiência como condicionante da mensagem

Como ocorre em todos os meios de comunicação, a audiência está intimamente relacionada à elaboração da mensagem que atinge o público observado. O chamado *feedback* do sistema, ou o impacto da mensagem para

o receptor só é possível através da realização de pesquisas de audiência. Segundo Miguel Angel Ortiz (1997:19),

os primeiros estudos especificamente dirigidos ao meio radiofônico surgiram nos Estados Unidos, no início dos anos 30. A investigação da audiência radiofônica nas décadas seguintes constituiu, a ponta da lança da sociologia da comunicação de massa americana, impulsionada por setores que queriam rentabilizar os mass-mídia.

Joe Belden, fundador de uma das primeiras empresas americanas especializadas na medição de audiência, aponta algumas das motivações das empresas de comunicação na hora de contratar o serviço de investigação. As motivações centram-se nos projetos de expansão dos meios, na obtenção de dados sócio-econômicos sobre a audiência de cada um dos veículos, no aumento das vendas, na valorização dos programas e na introdução de mudanças na grade de programação.

Esta série de fatores, aliada à necessidade dos anunciantes que buscam a segmentação do público, ou seja, o receptor impotencial de sua mensagem publicitária, tem aumentado consideravelmente a importância dos estudos de audiência. O estudo da audiência, além de determinar quantitativamente o número de ouvintes (elemento essencial para se medir o êxito da emissão da mensagem), também delimita o perfil do receptor.

Para Ortiz (1997), no entanto, a medição da audiência no rádio apresenta uma série de dificuldades, motivadas entre outros fatores pelo público heterogêneo (mescla classes sociais, sexo e idades), pela diversidade do âmbito de emissão (local, regional, nacional) e pelas condições de recepção da mensagem.

Existem várias metodologias para estudar o consumo, comportamento e características dos usuários do veículo rádio. O autor apresenta, fundamentalmente três: o método de recordar, o coincidental e o denominado escuta diária. Em qualquer um dos casos a pesquisa se baseia em entrevistas pessoais e telefônicas e é o próprio ouvinte que emissora está ouvindo. Cada um dos métodos, no entanto, apresenta suas peculiaridades, defendidas por uns e questionadas por outros, em razão das dificuldades em constatar a veracidade a resposta.

Na Espanha, o primeiro estudo específico para pesquisar a audiência em rádio foi realizada pelo *Estúdio General de Medios (EGM)*, em 1976. Atualmente, o EGM, que utiliza o método de recordar realiza uma amostra de 45.000 entrevistas, por ano, divididas em três etapas. Nesse caso,

trata-se de uma pesquisa de audiência do ponto de vista quantitativo. Há outras empresas especializadas em medir audiência que trabalham com a pesquisa qualitativa.

A denominação do “método de recordar a véspera” se baseia na lembrança do receptor sobre o que ouviu na emissora no dia anterior. No método coincidental a pesquisa revela a emissora que o ouvinte está sintonizado no momento da abordagem. Finalmente, o método de escuta diária exige uma amostra previamente selecionada, junto a um determinado grupo, acompanhado diariamente de um questionário onde o ouvinte responde sobre os programas e horários que escuta no rádio.

Dessa forma, a pesquisa de audiência no rádio revela uma série de dados essenciais que determinam para que público estamos trabalhando: sexo, idade, grau escolar, nível cultural e econômico, hábitos de consumo, habitação etc. Como ocorre com os demais veículos de comunicação, essas variáveis estão intimamente relacionadas e condicionam o tipo de programação que a emissora de rádio deverá adotar para obter um melhor *feedback*, resultado tanto de credibilidade junto ao seu público, como de lucratividade junto a seus anunciantes.

Cada uma das informações contidas na medição da audiência vai determinar o processo comunicativo do rádio, seus formatos, conteúdos e a necessidade de possíveis alterações na estratégia comunicativa.

No Brasil o Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística – IBOPE – é líder em mediação de audiência de televisão e rádio no país e na América Latina. De acordo com o [site www.ibope.com.br](http://www.ibope.com.br),

desde 1942, quando foi realizada a primeira pesquisa de audiência no Brasil, o IBOPE vem aprimorando seus serviços e, atualmente, é um dos Institutos de Pesquisa que oferece a maior gama de produtos para atender as necessidades dos veículos de comunicação, agências e anunciantes. O IBOPE desenvolveu um conjunto de *softwares* que apóiam as análises dos clientes. Os produtos (audiência de TV, rádio, jornal e monitoramento de investimentos publicitários) são entregues em diversos meios como, relatórios, disquetes, CD-ROOM e podem ser analisados pelos clientes através dessas ferramentas. Como o rádio requer muita técnica e análise minuciosa, o IBOPE trabalha com o sistema *Easy Media 2* que disponibiliza informações sobre o meio, visando suprir as necessidades que o mercado tem de conhecer e planejar melhor a utilização desse veículo de comunicação. O *Easy Media 2* é um *software* que permite acessar, mensalmente, os dados de audiência do rádio e acompanhar a evolução das emissoras AM e FM. Responde perguntas que anunciantes e profissionais da mídia têm a necessidade de saber para elaboração de seus produtos de informação e mercadológicos, revelando itens como:

- Que perfil de público as emissoras atingem?
- Como tem sido a curva de audiência (baixa /alta) das emissoras nos últimos três meses?
- Quais as melhores emissoras e horários para atingir as donas de casa?
- Com quais emissoras o público jovem tem maior afinidade?
- Duas emissoras com linhas de programação diferentes podem estar atingindo os mesmos ouvintes?

- Quantos ouvintes a emissora X consegue em relação à emissora Y depois de uma semana de veiculação?

Disponível em vários idiomas e exportável para os formatos *Excel* e *HTML*, o software *Easy Media 2* do IBOPE oferece ainda informações sobre índices de afinidade; alcance; perfil sócio-demográfico; local de audiência do rádio (casa, automóvel, outros locais) e leitura de tabela de preços por dias da semana e diferentes secundagens (15" e 30"). A metodologia da audiência do rádio realizada pelo IBOPE é feita através de pesquisa regular por meio de entrevistas retrospectivas, ou seja, o respondente informa sobre sua audiência nos dois últimos dias anteriores.

As informações colhidas nas entrevistas, armazenadas instantaneamente em computadores de mão, passam por um processo automático de verificação e são transmitidas para o sistema de produção de dados, o que diminui a possibilidade de erros em seu registro.

Para a correta abordagem e aplicação dos questionários, os pesquisadores do IBOPE recebem treinamento específico para a realização das entrevistas. Na etapa de produção dos dados é realizada uma nova checagem das informações, antes da formatação e disponibilização dos dados no *software* de análise.

Segundo o Instituto, no *site* www.ibope.com.br,

a amostra da pesquisa é composta por pessoas com dez anos ou mais. A distribuição geográfica das entrevistas é definida com base na divisão censitária do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e por meio de estudos probabilísticos de composição da amostra com base na representatividade da população e no tamanho da população pesquisada. Os entrevistados são divididos nas classes A/B, C e D/E. A montagem da amostra também obedece a critérios estatísticos no que se refere a sexo e ocupação.

Como meio de comunicação, existem no rádio duas razões mais específicas que aconselham a utilização de uma expressão clara e simples na redação radiofônica informativa (como veremos adiante). A primeira é a diversidade do público e a segunda as diferentes situações de audiência constatadas por meio das mediações de índices. O rádio é um meio que se comunica com um público heterogêneo, composto por diferentes escalões socioculturais e econômicos e conseqüentemente, com diferentes níveis de

compreensão. Diante desse quadro, é preciso conseguir que as mensagens radiofônicas possam chegar a todos os escalões da audiência, captando o interesse de cada um.

2.2. Características da mensagem radiofônica

O rádio é o meio de comunicação que utiliza a linguagem sonora – e o fato de trabalhar, no caso do ouvinte, com o sentido da audição é uma das grandes vantagens do veículo, decisiva na atribuição do seu potencial de meio de comunicação de massa mais popular e abrangente.

Entretanto, Ferrareto (2001:26) declara:

A linguagem radiofônica engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, que atuam isoladamente ou combinados entre si de diversas formas. Cada um destes elementos contribui, com características próprias, para o todo da mensagem.

Para Ferrareto (2001) a música, os efeitos sonoros e o silêncio trabalham o inconsciente do ouvinte, o discurso oral visa o consciente.

Ferrareto (2001:26) acrescenta que,

A trilha sonora pode acentuar ou reduzir determinados aspectos dramáticos contidos na voz do comunicador, ressaltados, por vezes, pelo silêncio. ... o efeito compensa a ausência da imagem, reproduzindo sons próprios de elementos que servem como pano de fundo, de um trovão em meio a uma tempestade aos trinos de pássaros para representar o início de uma manhã de primavera.

O rádio também conta com a vantagem do baixo custo. Um aparelho receptor de rádio pode custar bem menos, em comparação, por exemplo, com uma televisão, assinatura de um jornal diário ou manutenção de um computador com internet. Sua aquisição, portanto, está ao alcance de uma parcela maior da população em nosso país.

Robert Mcleish (2001:17) chama a atenção para o fato de que,

... o rádio também é barato para o ouvinte. O desenvolvimento das placas de circuito impresso e da tecnologia de estado sólido permite a produção em massa dos aparelhos a um custo que possibilita uma distribuição praticamente universal. ... o bom rádio traz sua própria “biblioteca”, de especial valor para os que não podem ler – analfabetos, cegos, pessoas que por qualquer motivo não têm acesso à literatura em sua própria língua. O radialista nunca deve esquecer que, embora as instalações da emissora (estúdios, transmissores etc.) sejam caras, a maior parte do custo de capital total em qualquer sistema de radiodifusão é sustentada pelo público que compra os receptores.

Enquanto meio, isto é, veículo de transmissão de mensagens selecionadas, o rádio possui suas características, bem como a televisão, jornal ou *internet*. Mas nenhuma dessas características é de acumulação. Ou seja, poder, simultaneamente, ler o jornal e ouvir o rádio, cozinhar e ouvir rádio, dirigir e ouvir rádio.

A partir do momento em que se percebem características cumulativas de mobilidade é fundamental o ajuste do processo de produção da informação. Para Miguel Angel Ortiz (1997:23),

trata-se de um meio cego e, portanto, a necessidade de comunicar a mensagem que só pode ser recebida por via auditiva, se converte na principal referência que se deve levar em conta para entender as peculiaridades da linguagem radiofônica.

O comunicador, portanto, deve combinar os recursos expressivos ao longo de cada emissão. A combinação dos elementos sonoros que constituem a linguagem radiofônica é utilizada para criar imagens através dos sons, capazes de estimular o cérebro humano. A cegueira do rádio permite que sua narrativa nos conduza de uma situação para outra diferente, de um diálogo para o pensamento de um personagem, de uma situação concreta para uma idéia abstrata. A respeito, diz Ortiz (1997:25):

a velocidade da emissão da mensagem ante ao microfone e a duração de um efeito sonoro provocam a variação de sensações nos ouvintes. Uma narração excessivamente lenta poderá transmitir uma sensação de angústia; um silêncio prolongado despertará inquietude no receptor etc.

Em sua organização tradicional, o rádio utiliza o esquema comunicativo clássico: emissor-meio-receptor. Nesta estrutura, o veículo possui ainda características como a **instantaneidade**, a **simultaneidade** e a **rapidez**. Todas elas contribuem para fazer do rádio o mais eficaz meio de transmissão de mensagens. A velocidade da mensagem ou a instantaneidade faz com que a comunicação necessite ser recebida no momento em que é transmitida.

Para Robert Mcleish (2001:16),

o rádio acelera a disseminação da informação de forma que todos – líderes e liderados – ficam sabendo da mesma notícia, da mesma idéia política, declaração ou ameaça. Se conhecimento é poder, o rádio dá poder a todos nós, quer exercitemos ou não algum tipo de autoridade.

Para isso, é necessário que o ouvinte esteja exposto ao meio de comunicação. Não há um diálogo direto, como também não é possível saber como os receptores reagem às mensagens, pelo menos, no momento em que são transmitidas, com exceção do chamado rádio interativo (determinados programas onde existe um diálogo concreto entre emissor e receptor). Por isso, costuma-se dizer que o ouvinte está ausente.

A característica da **sensoriedade**, relativa a sensação, confere ao rádio o sentido de empatia, ou seja, envolver o ouvinte com muita facilidade, fazendo-o criar uma espécie de diálogo mental com o emissor. O rádio desperta ainda a imaginação do receptor através da emoção das palavras e

dos recursos de sonoplastia. Outras características corroboram tal constatação: a capacidade do rádio ser entendido por um público diversificado, por não exigir conhecimento especializado para a decodificação e a recepção da mensagem.

Maria Cristina Romo Gil in Luiz Artur Ferrareto (2001:28) apresenta algumas atitudes do ouvinte (receptor) frente à mensagem radiofônica:

... ouvir é um estado passivo, automático, enquanto que escutar implica uma atenção desperta, ativa, que formula perguntas e sugere respostas, que se antecipa à ação futura que talvez vá incrementar a audição. Ouvir não põe em jogo mais do que os canais do ouvido. Escutar engloba todo o circuito do pensamento.

Entretanto, Abraham Moles citado em Luiz Artur Ferrareto (2001:28) apresenta quatro formas distintas para o ato de escutar:

Escuta Ambiental	Tudo o que o ouvinte busca no meio de comunicação rádio é um fundo musical ou de palavras.
Escuta em Si	O ouvinte presta atenção marginal interrompida pelo desenvolvimento de uma atividade paralela.
Atenção Concentrada	Supõe um aumento no volume de som do receptor, superando os sons do ambiente e permitindo a concentração do ouvinte na mensagem radiofônica.
Escuta por Seleção	O ouvinte sintoniza intencionalmente um determinado programa e a ele dedica sua atenção.

Fonte: Luiz Artur Ferrareto (2001:28)

Para Ferrareto (2001) as formas de recepção não são permanentes ao longo da sintonia em uma determinada programação. Ao ligar o rádio em uma emissora a pessoa julga ser aquela programação o melhor pano de fundo para a realização de suas atividades. Misturam-se, de certo modo, duas formas de recepção distintas (**ambiente e por seleção**). Se o ouvinte busca um fundo sonoro para acompanhar suas atividades (**ambiente**). As canções vão se sucedendo e, em dado instante, uma lhe desperta a atenção marginal (**escuta em si**). Uma notícia muito importante faz com que esta pessoa focalize seu interesse na transmissão que, momentaneamente, interrompe a programação musical (**atenção concentrada**). O anúncio de que o fato relatado será ampliado em um outro horário pode fazer com que o ouvinte torne a ligar o rádio mais tarde (**escuta por seleção**).

Assim, a mensagem radiofônica pode ser formulada levando em consideração as possibilidades de recepção próprias do veículo.

Como conseqüência, podemos citar os fatores de eficácia da mensagem radiofônica. O primeiro deles, é a **clareza** que determina uma transmissão adequada, sem ruídos no processo e com uma combinação também adequada dos recursos expressivos do veículo. A clareza enunciativa possui dois aspectos: o da **redação** e da **locução**. A estrutura da produção do texto radiofônico, veremos no item 4. O outro fator de eficácia da mensagem é a locução. Para Ortiz (1997:26), a comunicação radiofônica está diretamente relacionada ao correto uso da voz. O autor sustenta que

a compreensão da mensagem se efetua na mente do receptor em função da utilização da voz do emissor. Através da voz, o comunicador transmite não só a informação, mas também sua personalidade, a valorização dos acontecimentos e sua visão da realidade.

E, são exatamente esses fatores, que tornam a mensagem radiofônica subjetiva. O ideal, embora nem sempre ocorra nas redações de emissoras de rádio, é que a locução no terreno informativo seja de responsabilidade da mesma pessoa que elabora os textos. A junção redator/locutor rompe com a expressão impessoal de máquina falante que veicula os textos jornalísticos através de locutores profissionais, aumentando as dificuldades de interação entre emissor e ouvinte.

Estas duas ações confluindo na mesma pessoa propicia maior autenticidade na expressão narrativa. Para Emilio Prado (1989:20), a locução informativa deve ser natural. Ou seja, os textos não são lidos, devem ser ditos. O autor destaca que:

o jornalista radiofônico que lê os textos que ele próprio elabora, deve sentar-se à frente do microfone com a atitude de quem vai explicar algo a um público heterogêneo, deve concentrar-se no que está dizendo e encontrar um ritmo acertado - que varia em cada tipo de programa.

O ritmo excessivamente rápido cria uma sensação de tensão no ouvinte; e o ritmo demasiadamente lento pode provocar desinteresse, cansaço. Prado (1989) afirma: se o jornalista que lê seus próprios textos consegue ser natural, criará um estilo. Nesse caso, deve evitar um tom de voz que suscite a idéia de discurso doutrinário, acadêmico, autoritário.

O tom de informante, de interlocutor, de amigo é mais positivo. Podemos dizer que a naturalidade implica em falar de igual para igual, de cidadão comum para cidadão comum, que irá decodificar e opinar sobre a mensagem emitida.

Por isso, a simplicidade da linguagem também é outra característica do rádio. Ela atende às exigências de rapidez da informação na sociedade industrial. A simplicidade adotada no rádio é uma forma de organização do texto visando uma melhor comunicabilidade. O que caracteriza esse texto é a capacidade de transmissão de uma mensagem a um máximo de receptores e com repertórios diferentes.

Portanto, quem se dedica a escrever para o rádio sabe como a simplicidade é difícil de ser alcançada. Expressar acontecimentos e situações complexas é uma tarefa que exige o máximo de abstração, de domínio da linguagem, de raciocínio rápido e, principalmente, de conhecimento sobre as condições de recepção que condicionam fortemente a elaboração do texto.

Outro fator de eficácia do rádio é a compreensão da mensagem informativa. Dele depende a decodificação, ao lado das dificuldades que cada receptor tenha para compreender determinado tema. Os códigos, portanto, utilizados pelo redator devem ser acessíveis a todos os níveis culturais que compõem a audiência radiofônica.

Emilio Prado (1989) ressalta que se o sistema de símbolos utilizado pelo emissor é compreendido pelo sistema de símbolos de cada um dos níveis dos receptores, a eficácia comunicativa será máxima.

2.3. Códigos comunicativos e realização radiofônica

Podemos dizer que a mensagem sonora do rádio é uma sucessão ordenada, contínua e significativa de sons elaborados por pessoas, instrumentos musicais ou da natureza e classificados como códigos da linguagem radiofônica. Por meio dos sons somos capazes de transmitir sensações, valores e representações. Este código comunicativo representa diferentes níveis de compreensão e interpretação que dependem dos mecanismos racionais e emocionais do processo de decodificação do receptor.

Miguel Angel Ortiz (1997:67) declara que,

... certos sons, especialmente, a música despertam determinado tipo de sensação comuns aos receptores. O timbre, a harmonia, o ritmo musical, a orquestração adequadamente conjuntos provocam no ouvinte determinadas impressões perceptivas que já foram e ainda são analisadas cientificamente.

A medicina oriental, por exemplo, utiliza há milênios as propriedades terapêuticas da música, como elemento regulador de disfunções físicas e emocionais.

Mas, não só a música é capaz de gerar sensações nos receptores. O referencial sonoro do rádio também é representado através dos efeitos sonoros dando um caráter significativo de som ambiente que constrói uma sensação de realidade. Nesse caso, entendemos como efeito sonoro qualquer som inarticulado que represente um fenômeno físico. O som ambiente cumpre, dessa forma, uma função de ambientação objetiva.

A *BBC Radiophonic Workshop*, de Londres, empresa ligada à Rede de Radiodifusão da Companhia Britânica e especializada em efeitos sonoros, criou e levou ao ar, em 1957, um curioso experimento com o radiodrama *All that Fall*. Uma adaptação teatral transmitida pelo rádio da obra de Samuel Beckett.

Como se tratava de um longo monólogo, a emissora buscou um efeito que dava a sensação de movimento da protagonista, caminhando de sua casa até a estação de trem. Introduziu-se o som de passos naturais que eram paulatinamente absorvidos por outro tipo de som rítmico de base musical.

Poucos dias, depois das transmissões do radiodrama, as pessoas já identificavam o som do efeito passos / música, ao ato de caminhar. O som, portanto, no nível de percepção dos ouvintes se converte numa linguagem capaz de provocar determinadas sensações diante do ato de interpretação racional dos mesmos.

Além do nível da percepção, Miguel Angel Ortiz (1997) destaca ainda

o nível da interpretação da linguagem sonora, associado à imagens e situações de reconhecimento dos receptores. Esse nível se baseia numa série de códigos convencionais que permite ao ouvinte identificar o som e associá-lo a um objeto, imagem ou situação previamente registrada. Ou seja, os sons extraem da nossa memória determinados arquivos que se convertem em uma linguagem. Destacamos, por exemplo, o som de um trem passando em alta velocidade. É evidente que a maioria das pessoas, seja capaz de reconhecer o som da passagem de um trem, uma vez que o possui no sub-consciente da memória previamente arquivado.

A mensagem sonora, portanto, está atrelada a situações experimentadas pelos receptores. O som do trem pode despertar determinadas abstrações da nossa memória: uma lembrança da infância, uma viagem, a espera por alguém em uma estação etc. Por outro lado, também é evidente que a linguagem sonora, no plano interpretativo, está atrelada a elementos do tipo cultural. Para uma tribo de índios que vive isolada numa remota região da Amazônia, onde se desconhece a existência do transporte férreo, o som de um trem provocará sensações radicalmente diferentes nos receptores, talvez de medo e de temor diante de um ruído incapaz de ser interpretado.

Dessa forma, os códigos de interpretação da mensagem sonora, aparecem freqüentemente condicionados a bagagem de conhecimentos adquiridos através de nossas próprias experiências. Por definição, som é movimento, e quando pára o movimento pára o som. O som não acontece dentro de um espaço físico como a imagem. Os contornos do seu espaço são os contornos do próprio som.

A voz sem corpo do apresentador de rádio move-se completamente através do som e some no momento seguinte. A ausência, portanto, do elemento estático determina algumas das características da linguagem do rádio: instantânea, ágil e rápida.

2.3.1. A linguagem radiofônica

No rádio, a base é a difusão de informações sonoras por meio de ondas eletromagnéticas. É caracterizado como um meio essencialmente auditivo, formado pela combinação do binômio: **voz e sonoplastia**.

A compreensão da mensagem do radiojornalismo por parte do receptor se processa de forma estratégica e dinâmica, no mesmo ritmo e tempo em que vai sendo enunciada pelo emissor. Os dois hemisférios do cérebro e os vários níveis de memória do receptor operam de forma integrada, em tempo real, produzindo representações imediatas a partir da decodificação dos dados sonoros e lingüísticos.

O processo comunicativo da mensagem passa, então, pela sua identificação, interpretação e atribuição de sentido. Transmitir uma mensagem

no rádio, um meio tão abrangente, requer habilidades. No rádio, a pontuação serve para associar a idéia expressa à sua unidade sonora.

Portanto, para marcar unidades fônicas e não gramaticais, como é utilizada na cultura impressa. A vírgula no texto radiofônico funciona para marcar uma pequena pausa que introduz uma variação na entonação e dá lugar também à renovação de ar do locutor. Os jornalistas que escrevem para o rádio não devem utilizar a vírgula se na expressão oral não for preciso realizar esta pausa, ainda que fosse correta sua colocação na redação impressa.

A alteração no uso da vírgula contribui para transformar a narrativa radiofônica numa **leitura de texto**, e não em uma **expressão falada**, como deve ser. Como citamos, a estrutura gramatical utilizada no rádio deve buscar a **clareza** e a **simplicidade expressivas**. A clareza se constitui em uma das principais características da redação radiofônica, porque uma expressão clara responde as funções jornalísticas da comunicação: rápida compreensão, mínimo esforço de interpretação e máxima concentração informativa.

Estas ações no rádio são mais importantes, já que a decodificação, como falamos, se efetua no presente, através da memória auditiva e as mensagens não possuem permanência no tempo e nem no espaço.

Podemos citar ainda como um elemento componente da linguagem sonora radiofônica, o **silêncio**. Para Ortiz (1997), embora não seja reconhecido por vários estudiosos do meio, o silêncio possui uma força interpretativa inegável. Podemos dizer que o silêncio tem um significado intermediário entre a **presença e a ausência**. Para o autor,

... falamos do silêncio verbal, aquele que é necessário para a compreensão da linguagem, dando as pausas necessárias para poder diferenciar as distintas palavras e fragmentos do discurso. O silêncio pode ser rápido ou de duração lenta. O rápido, durante a transmissão de uma mensagem jornalística, por exemplo, se associa ao desenvolvimento linear do material lingüístico que o locutor expressa com a palavra, inferior a segundos e unido as vacilações semânticas e gramaticais do texto narrativo.

O silêncio lento se identifica com o processo de decodificação da mensagem com interpretação e reflexão. Por exemplo: uma matéria sobre o reajuste de 6% concedido pelo Governo Federal, ao salário mínimo no Brasil. Após a emissão da notícia, o locutor faz uma pausa, cujo silêncio permite ao ouvinte interpretá-lo com indignação, revolta, satisfação etc. O silêncio pode se referir, portanto, a pausas intencionais que provocam uma interação verbal comunicativa.

Tal como pudemos mostrar, o rádio é algo mais que um mero veículo de palavras faladas. A transmissão da mensagem radiofônica aliada ao emprego correto de diversos elementos e fatores compõem a linguagem e formam os códigos radiofônicos que possibilitam a compreensão.

2.3.2. A montagem radiofônica

A montagem radiofônica para criação de determinado elemento sonoro no rádio se baseia em três recursos chaves: a palavra, os efeitos, a música. Combinados de maneira correta, esses elementos são os que representam os códigos para que o receptor gere a imagem concreta que se pretende transmitir.

A música, como já citamos, pode representar dois tipos diferentes de mensagem: uma de conteúdo emocional – relacionado às sensações – e outro do tipo convencional – a marcha nupcial de Mendelsohn, por exemplo, se associará, inconscientemente a uma cerimônia de casamento.

Os efeitos sonoros, como no caso anterior, dependendo da forma como forem utilizados, podem de uma maneira descritiva, ilustrar o texto ou determinada situação da narrativa de forma realista.

Já a palavra é, na maioria das vezes, o principal elemento sonoro da criação radiofônica, em torno da qual se articula todo o resto do processo comunicativo: a dicção, o tom e o timbre da voz acentuam determinado tipo de mensagem e seu significado. A entonação da voz do locutor, o ritmo mais lento e o uso do timbre mais grave durante a enunciação da morte de uma personalidade ou do registro de uma tragédia, por exemplo, colaboram para despertar no receptor o sentido de criação de uma imagem sobre o fato.

De acordo com Miguel Angel Ortiz (1997),

a montagem radiofônica pode ser abordada, basicamente, do ponto de vista realista e conceitual. O autor destaca que a montagem realista é aquela em que os diferentes elementos se combinam para oferecer uma seqüência sonora do tipo descritiva e, portanto, de realidade do fato abordado. Já a montagem conceitual é o figurativo. Pretende recriar atmosferas e sensações.

Podemos dizer então, que a montagem radiofônica é baseada no principal recurso da linguagem do veículo: a palavra. Já a montagem conceitual estaria relacionada ao recurso sonoro da música e dos efeitos sonoros que buscam construir situações ligadas ao emocional do receptor.

A principal função da montagem radiofônica, portanto, é converter em imagens sonoras os textos ou situações contidas no roteiro. Para uma melhor compreensão da mensagem radiofônica, a utilização dos elementos sonoros: a palavra, os efeitos e a música não só enriquecem o texto, como também, permitem ao ouvinte construir uma cena que irá concretizando-se com o resto dos dados oferecidos ao longo da narração.

Diante do exposto podemos dizer que, para que uma seqüência narrativa apresente resultado positivo de compreensão, é indispensável na realização da montagem, selecionar adequadamente os efeitos e conseguir uma boa interpretação do texto.

Na hora de planejar determinada montagem radiofônica, devemos saber exatamente o que queremos transmitir, para quem a mensagem será destinada, com que objetivo e que tempo dispomos para a emissão dessa mensagem.

A partir daí, o primeiro passo do jornalista é definir a produção do roteiro: determinar o conteúdo, espaço e tempo. O roteiro radiofônico é uma unidade independente dentro das transmissões de uma emissora. A produção baseia-se em pesquisas jornalísticas, (depoimentos), de dados (bibliografias) e sonora (música e efeitos sonoros).

Nas emissoras com programação jornalística baseada no formato notícia e entrevista, os programas possuem um esboço de roteiro com fichas ou laudas para que o apresentador vá conduzindo os textos, diálogos com fontes de informação e com os próprios repórteres da emissora. O roteiro, portanto, é um tipo de material elaborado para programas, em geral, em que a apresentação está baseada no texto e não no improvisado.

A correta seqüência narrativa do programa depende da elaboração de um roteiro preciso, com textos previamente elaborados e revisados e com as marcações necessárias que indicam reportagens (ao vivo ou gravadas), os trechos de sonorais e os blocos comerciais.

Se o programa for apresentado apenas por um locutor, o ideal para facilitar a leitura é dispor o texto em blocos de tamanho não superior a cinco linhas. Com dois ou mais locutores, o melhor é a fragmentação do texto, com uma técnica próxima da notícia manchetada.

As principais inserções sonoras contidas no roteiro são denominadas por Elisa Kopllin e Luiz Artur Ferrareto (1992:45) como:

- **Característica:** música que identifica o programa no início e no fim de cada bloco, no início e no fim de cada transmissão.

- **Cortina:** breve trecho musical que identifica ou separa uma determinada parte de um programa radiofônico em relação ao todo. É usada para assinalar a transmissão de comentários, seções especializadas ou editoriais. A cortina costuma ser transmitida antes e depois destes espaços.

- **Vinheta:** é usada quase sempre com sentido semelhante ao da característica ou da cortina, mas se diferencia destas por associar o texto à música. Em geral é uma frase musical com ou sem texto, gravada com antecedência. Identifica a emissora, o locutor / apresentador, o programa e, às vezes, até o patrocinador de uma transmissão.

- **Fundo Musical:** significa o mesmo que BG (*background*). Trata-se de uma música geralmente instrumental, transmitida em volume inferior ao do texto lido por um locutor ou apresentador. O fundo musical tem função expressiva e reflexiva.

- **Fusão:** representa a passagem entre as inserções sonoras. É a diminuição da intensidade do som original à medida que uma nova inserção sonora é introduzida na transmissão.

Especificamente no caso da transmissão de uma entrevista ou reportagem gravada existe um outro tipo de roteiro que necessita de técnicas diferenciadas. Uma vez gravado o material será necessário selecionar e ordenar os depoimentos do entrevistado para conseguir um texto narrativo coerente.

O editor, roteirista ou o próprio repórter deve decidir que partes eliminar que não interessam ao processo de argumentação ou que não se ajustam ao tempo determinado para veiculação dentro do programa. Estamos falando da edição, que depois de concluída, deverá estar devidamente indicada no roteiro radiofônico.

O processo da edição permite conseguirmos agrupar os elementos narrativos e sonoros efetuando os cortes e emendas, através de uma forma contínua e ordenada seguindo o roteiro. A redução de trechos sonoros, contidos nas entrevistas, reportagens gravadas e sonoras inseridas nos programas jornalísticos permite um maior controle sobre o produto final, excluindo trechos desnecessários como pausas, silêncios e raciocínio desordenado.

Para uma perfeita edição de entrevistas gravadas, inseridas na notícia radiofônica, é preciso identificar com clareza o início e o fim da inserção. O modelo mais usado pelas emissoras de rádio nos seus noticiosos segue a seguinte convenção:

DI = deixa inicial (começo da gravação)

DF = deixa final (término da gravação)

Lauda/Texto

Loc- O prefeito Nilson Costa anunciou hoje a desapropriação da área ocupada pelo antigo Lanchódromo de Bauru, na avenida Nações Unidas, quadra 28. De acordo com Nilson Costa, no local a prefeitura irá construir um Instituto Odontológico para os servidores públicos municipais.

Téc- Roda Entrevista

DI : “O instituto vai funcionar como mais um instrumento preventivo voltado...

DF: ...para melhorar a saúde do servidor municipal.”

(Cont. Texto...)

Para Miguel Angel Ortiz (1997) existe uma série de normas e conceitos sobre edição e montagem radiofônica que o autor resume assim:

- O editor deve buscar sempre o lugar apropriado para realizar o corte ou emenda, aproveitando pausas naturais durante a conversação, respiração, silêncios etc. preocupando-se em dar sentido à narrativa.
- Antes de excluir qualquer trecho da gravação assegurar que o corte e a emenda estão corretos.

- Deve-se evitar, de qualquer forma, alterar o contexto das declarações gravadas, respeitando o ponto de vista, raciocínio e modo de expressão do entrevistado.
- Editar canções pode representar uma série de problemas, caso o responsável não domine os conhecimentos musicais.

A edição deve encaminhar-se para melhorar a compreensibilidade e o sentido do texto, nunca ao contrário.

2.3.3. Ritmo e estilo

A compreensão da mensagem radiofônica por parte do receptor se processa de forma estratégica e dinâmica. Segue o mesmo ritmo e tempo em que vai sendo enunciada a mensagem pelo emissor. Os dois hemisférios do cérebro e os vários níveis de memória do receptor acabam operando de uma forma integrada. Isto é, em tempo real, criando representações imediatas a partir da decodificação dos dados sonoros e lingüísticos da mensagem, de sua identificação, interpretação e atribuição de sentidos.

O ritmo e o estilo, portanto, constituem dois novos elementos chaves da comunicação radiofônica, difíceis de definir e analisar de forma independente. Podemos dizer que o ritmo e o estilo são o resultado de uma série de fatores que condicionam e definem a personalidade do locutor e do programa. O entrelaçamento de ambos também tem haver com a identidade da própria emissora. Segundo Ortiz (1997), cada emissora define seu ritmo e estilo de acordo com que os publicitários denominam de “*target*”, ou seja, o público objetivo e em potencial a quem se dirige a oferta da programação. “Esse *target* poderá ser mais ou menos generalizado e o produto radiofônico tentará adequar-se aos gostos e necessidades desse público”.

Dessa forma, as emissoras trabalham com tabelas horárias, cada qual com seu público em potencial, pré-definido, através da mediação da audiência. De acordo com o horário de veiculação do programa, a emissora prioriza o conteúdo informativo sobre a programação musical, de entretenimento e variedades e vice-versa, imprimindo um ritmo e um estilo para a abordagem dos temas.

Esse esquema se deve ao segundo fator que determina o estilo e o ritmo de um espaço radiofônico que é a hora de sua emissão. Segundo Ortiz

(1997:93), tradicionalmente, a programação de uma emissora de rádio se divide em três grandes blocos horários: manhã, tarde e noite. Cada um desses blocos apresenta características definidas pelos distintos hábitos de escuta.

A programação da manhã, no geral, é elaborada em torno de um conteúdo de informação e análise de temas atuais. A programação da tarde pode apresentar um tratamento mais despojado e com temas orientados desde uma perspectiva humana ou de ficção. Finalmente, o bloco da noite se caracteriza por um tom mais intimista, evocador, que se adequa a programação.

Ortiz (1997) ressalta que o ritmo, erroneamente, identificado com a rapidez da apresentação, é na realidade o elemento que define as pausas, transições dos textos e pontos de reflexão do programa. Cada formato, cada apresentador precisa de um ritmo particular.

A observação que podemos ter é que, no geral, é o apresentador que imprime seu estilo pessoal à locução e estrutura do programa. A linguagem, o tom, o tratamento dos temas, entre outros fatores, determinam um estilo definido. E mais que isso, o rádio, não é um mero veículo de palavra falada. São muitos os elementos e fatores, que empregados corretamente, determinam a linguagem radiofônica e possibilitam a compreensão da mensagem.

2.4. Produção e realização

A essência, o conteúdo das mensagens veiculadas pelos meios de comunicação, em geral, pode coincidir porque as realidades por eles tratadas são, normalmente, as mesmas. No entanto, a linguagem de cada veículo, como já vimos, depende de suas características. Ou seja, as formas lingüísticas são completamente distintas. Mas, mesmo que o conteúdo seja o mesmo, os meios e a comunicação lutam pela fidelização do seu público buscando uma identificação entre os receptores das mensagens.

Ortiz (1997) defende que o processo de produção e realização radiofônica passa por uma análise de uma série de fatores, entre eles, a **competitividade**. O êxito e a continuidade de um programa são, portanto, determinados pelos índices de audiência.

No rádio, o ponto de partida para a produção de um programa é definir o objetivo, a filosofia e um planejamento geral do programa. Para se construir um programa de rádio é necessário que haja uma idéia. Os demais elementos radiofônicos, como formato, estrutura e gênero devem compor a idéia central que irá determinar as características e diferenciais do novo espaço.

Cada programa apresenta um número estipulado de horas de emissão, geralmente separados por boletins horários que se estruturam de forma também separada e independente.

Isso quer dizer, que deve haver uma adequação proporcional de música e palavra, armazenando estes segmentos horários que se articulam em torno dos blocos temáticos.

O autor entende como bloco o conjunto de elementos e recursos utilizados geralmente para a apresentação dos temas. Às vezes um bloco pode compreender vários temas e seções.

Dessa forma, entendemos que cada tipo de programa necessita ter suas funções específicas, ou seja, função de seu conteúdo e gênero. As funções de um programa jornalístico especializado, por exemplo, diferem de um programa de entretenimento e vice-versa.

Isso significa que a criação de programas em rádio, em todos os aspectos, resulta de uma série de fatores e técnicas diferenciadas em seu processo de realização.

Para Ortiz (1997), as mais importantes são as seguintes:

Produção: encarrega-se, fundamentalmente, de facilitar a presença dos convidados ou entrevistados no programa, assim como, solicitar e administrar os meios técnicos necessários para a emissão do programa. Nesse caso, se houver necessidade, buscar autorização para transportes, verbas, unidades móveis, quantidades de gravadores etc.

Redação: cabe a redação a elaboração da pauta, seleção dos assuntos a serem tratados, o tratamento que se dará a cada um, reportagens, documentação etc.

Realização: a área de realização se ocupa da montagem e emissão do programa.

O planejamento de um programa radiofônico, portanto, começa com a reunião de conteúdos. No radiojornalismo, especificamente, chamados de reunião de pauta onde são selecionados os temas, se decide como o

assunto será tratado levando-se em conta o tempo, recursos humano e técnico que se dispõe para se organizar a produção.

As informações que chegam às redações do programa procedem de diferentes fontes, através de *releases* de assessorias de imprensa, entrevistas coletivas, agências de notícias, *e-mails*, ligações telefônicas etc. Depois de filtradas as informações ao longo da triagem natural do processo informativo, nos referimos à coleta de dados, seleção, redação e produção final as diferentes áreas começam a trabalhar, distribuindo-se funções.

A produção se encarrega de localizar fontes, entrevistados e gerir recursos técnicos. A área de realização prepara, seleciona e coordena a utilização de estúdio para o programa, gravações e participação de repórteres.

A próxima etapa é a busca de dados e informações concretas sobre o tema, de responsabilidade da redação. Deste modo, a informação é trabalhada para que sua transparência seja notória quando recebida pelo ouvinte. Esse processo é o que podemos chamar de convencional dentro das redações das emissoras. Porém, é evidente que esse processo não se concretize como aponta as teorias. É muito freqüente enfrentar-se problemas de vários tipos; sendo necessário excluir temas, derrubar matérias, modificar blocos ou até o programa. Assim, o programa e os textos radiofônicos vão se modificando, adaptando-se a novas situações.

2.4.1. Gêneros radiofônicos

Um dos maiores desafios do jornalismo como campo de conhecimento é a configuração da sua identidade enquanto objeto científico. José Marques de Mello (1985) considera que o alcance da autonomia jornalística passa inevitavelmente pela sistematização dos processos sociais inerentes à captação, registro e difusão da informação da atualidade.

A classificação dos gêneros jornalísticos teve início no século XVIII, quando o editor inglês Samuel Buckley decidiu pela separação das denominações entre *news* e *comments* no Jornal Daily Courant.

Mello (1985:32) ressalta que desde então,

a mensagem jornalística vem experimentando mutações significativas em decorrência das transformações tecnológicas que determinam as suas formas de expressão, mas sobretudo em função das alterações culturais com que se encontra e a que se adapta a instituição jornalística em cada país ou em cada espaço geocultural.

Genesis, em grego, significa gênero, origem, espécie. Aplicado ao rádio, o gênero expressa características gerais de um programa.

Para Eduardo Meditsch (2001:177),

as teorias do rádio informativo têm se digladiado pela definição da unidade mínima de sua linguagem (a palavra, a frase musical, o plano sonoro), mas estas perspectivas, tão abstratas quanto as da lingüística tradicional não consideram as situações comunicativas que determinam a forma de utilização de tais unidades, quaisquer que elas sejam. A teoria do discurso desfaz esse mal entendido ao introduzir a questão dos gêneros, que vincula cada uso da linguagem à situação comunicativa em que esse uso se dá.

Podemos verificar, no entanto, que na história do rádio um gênero pode criar o público alvo e em outras vezes o público alvo determina o surgimento de um determinado gênero.

Isso se deve a autonomia do receptor do rádio que escolhe o que deseja ouvir. Normalmente, a dona de casa quer escutar o comentário sobre a novela da televisão. É natural também que um empresário escute ou se interesse mais pelo noticiário de economia.

Portanto, para se comunicar com cada tipo de público, cada gênero em rádio foi criando seu próprio formato e sua própria linguagem. Podemos classificar como formatos radiofônicos, os moldes concretos para realização de um programa. Ou seja, o conjunto de ações integradas e reproduzíveis enquadrado na realização do programa.

O produto radiofônico é o módulo básico de informação, a reprodução das propostas do formato que obedece a um planejamento e regras de utilização dos elementos sonoros.

Segundo Miguel Angel Ortiz (1997:97), as primeiras definições e análises dos gêneros jornalísticos apareceram vinculadas originalmente ao jornalismo impresso. O autor cita José Luis Martinez Albertos (1977) que oferece a seguinte definição sobre gênero: “Podem definir-se os gêneros jornalísticos como as diferentes modalidades de criação literária destinada a ser divulgadas através de qualquer meio de difusão coletiva”.

No caso específico do rádio, Ortiz (1997) esclarece que as modalidades teriam de se somar aos recursos e elementos técnicos e sonoros adequando-se ao modo de apresentação de determinado tema. O autor define os gêneros radiofônicos mais comuns como:

Entrevista

A entrevista é um dos gêneros mais importantes do jornalismo em geral, especialmente do radiofônico. Segundo Ortiz (1997:88):

O objetivo da entrevista é expor mediante as próprias palavras do entrevistado a opinião e razões sobre um determinado tema, podendo o ouvinte chegar a uma conclusão em relação a validade do que está sendo dito.

Existem diversas modalidades de entrevista em função do seu objeto. Ortiz (1997) cita como as principais, a **entrevista de atualidade** e a **entrevista pessoal**.

A **entrevista de atualidade** permite que a entrevista expresse sua opinião sobre determinados temas de interesse geral. Já a **entrevista pessoal** objetiva mostrar a personalidade, a forma de ser, o talento e o lado psicológico, mais através de uma conversação do que de uma sucessão de perguntas e respostas.

Em ambos os casos, a figura de um entrevistador que corta com freqüência o ritmo da conversa com novas perguntas ou comentários possivelmente irá apresentar um resultado improdutivo ao processo de comunicação. Os cortes e intervenções só devem ocorrer casos de extrema necessidade.

Sobre a técnica da entrevista, podemos dizer que existem inúmeras bibliografias apresentando a complexidade desse gênero. Neste caso, vamos nos limitar, novamente, a expor os principais recursos e formas, mais comuns no dia-a-dia do radiojornalismo, nos pautando nas sugestões de Miguel Angel Ortiz (1997).

Segundo o autor, apesar do rádio ser um meio extremamente rápido, que transmite um fato quase que simultaneamente ao ocorrido, sempre que possível, se deve estudar as pessoas e acontecimentos, se não com profundidade, pelo menos seus pontos determinantes, antes de partir para a entrevista.

Ortiz (1997) afirma que não há nada mais importante para o êxito da maioria das entrevistas, que sua preparação prévia. Nesse caso, é imprescindível a documentação, como dados bibliográficos, geográficos, levantamentos estatísticos e perfil, entre outros.

O excesso de dados e gravações, no entanto, podem transformar uma simples conversação em um interrogatório. No geral, convém conduzir

uma entrevista com uma relação de perguntas previamente elaboradas, anotações e idéias gerais.

Outro aspecto fundamental da entrevista é saber escutar. Um problema muito comum é a dispersão de raciocínio do entrevistador. O entrevistado acaba de responder determinada pergunta e o entrevistador, desatento, questiona o que acabara de ser respondido. É importante saber escutar também, porque enquanto o entrevistado finaliza sua resposta, o entrevistador se prepara mentalmente para formular uma nova pergunta, às vezes, tendo como “gancho” a resposta anterior.

Finalmente, é importante formular as perguntas com clareza e objetividade, evitando misturar temas. O entrevistador também deve evitar as perguntas capciosas que podem alarmar o entrevistado e colocá-lo numa posição de desconfiança.

Para Ortiz (1997:99),

nos últimos anos tem proliferado uma série de formatos inovadores que enriquecem notavelmente o gênero: questionários, dramatizações e situações narrativas que convertem a entrevista em um elemento permanentemente aberto e tremendamente atrativo do ponto de vista radiofônico.

Reportagem

O outro gênero abordado pelo autor como um dos principais no meio radiofônico é a reportagem. Ortiz (1997) define **a reportagem como um relato, a exposição de um fato noticioso por meio de testemunhos selecionados e ambientes sonoros montados de forma ordenada**. Para ele, a reportagem poderia equiparar-se a um programa de rádio porque pode conter entrevistas, informações e dramatizações sobre o relato.

A reportagem, além disso, também permite inúmeros enfoques, como, informativo, narrativo, descritivo dramático, humano e está aberta a propostas e possibilidades criativas.

As técnicas para a realização de uma reportagem também são distintas e dependem do tipo e fórmula selecionada. Dessa forma, o primeiro passo é a definição dos aspectos e enfoques do tema.

Para Ortiz (1997), o texto narrativo e os testemunhos devem complementar-se para conseguir uma exposição compacta e atrativa.

Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986:45) destacam os principais tipos de reportagem como:

a) Reportagem de fatos: trata-se do relato objetivo de acontecimentos. Como na notícia radiofônica, os fatos são narrados em sucessão, por ordem de importância.

b) Reportagem de ação: significa uma reação jornalística imediata ao acontecimento. O relato é mais movimentado e começa pelo fato mais importante e vai se desenvolvendo na exposição dos detalhes. A reportagem de ação confere sempre maior realismo e dinamismo e é um dos tipos mais usados pelo rádio e pela televisão.

c) Reportagem documental: trata-se de um relato documentado que apresenta elementos de maneira objetiva, mas que demanda maior tempo para elaboração e espaço para veiculação. A reportagem documental aproxima-se da pesquisa, esclarecendo o assunto com maior profundidade.

Para ilustrar a reportagem o rádio usa apoio sonoro com efeitos musicais, eletrônicos, sons ambientes e *tapes* pré-elaborados. As reportagens radiofônicas podem ser veiculadas “ao vivo”, simultâneas aos acontecimentos ou gravadas para posterior apresentação em noticiosos.

Exemplo de reportagem sobre saúde

Emissora: Rádio Comunicação FM Stéreo Ltda – 94 FM	
Data de veiculação: 17 de março de 2005	
Programa: 94 Notícias	
Apresentação: Maria Dalva Atore	Horário: Das 12 às 12 h e 30 min.
Editora responsável: Maria Dalva Atore	
<i>Reportagem: Câncer de Boca</i>	
Repórter: Rosana Poli	
Área: Saúde Pública	

LOC (Apresentador do Programa)	Programa Municipal de Prevenção do Câncer Bucal encaminha casos suspeitos da doença diagnosticados durante exames realizados em Bauru. Repórter Rosana Poli.
---	---

Técnica	Reportagem Ao Vivo (Rosana / Câncer de Boca)
Repórter (Rosana)	Sete dos 26 casos suspeitos de câncer bucal, diagnosticados durante o atendimento feito no

	<p>Calçadão da rua Batista de Carvalho, aqui em Bauru, já foram encaminhados para uma avaliação mais detalhada e vão passar por coleta de material para a realização de exames.</p> <p>Os casos positivos vão seguir depois para cirurgia e tratamento. O acompanhamento está sendo feito pelo Serviço de Orientação e Prevenção de Câncer, da rede municipal de saúde.</p> <p>O programa permanente de prevenção de câncer da boca já atendeu, na área central da cidade, 123 pessoas. A primeira avaliação é feita com o Odontomóvel, um consultório dentário itinerante da Prefeitura Municipal.</p> <p>A próxima parada do programa de prevenção será no dia 29 de março, na unidade de saúde do Parque Santa Edwirges, a partir das 8 horas da manhã.</p> <p>Segundo os especialistas, os principais fatores de risco para o câncer bucal são o consumo de álcool, de cigarros ou cachimbos, exposição continuada à luz do sol, fatores locais como a má higiene bucal, dentaduras mal adaptadas ou quebradas e a presença de obturações ou dentes quebrados.</p> <p>O primeiro sinal da doença é o aparecimento de ferida na boca que não cicatriza num período de duas semanas. Os outros sinais são: manchas esbranquiçadas ou avermelhadas nos lábios, dificuldade de fala e mastigação, além de emagrecimento.</p> <p>O programa permanente de prevenção de câncer de boca em Bauru conta com a parceria da Fundação Hospital Amaral Carvalho e Rede Confiança de Supermercados.</p>
--	--

Debate

Ortiz (1997) também destaca como gênero radiofônico o debate. Para o autor, **o debate é a análise de determinado tema de interesse geral com perspectivas contrapostas por especialistas, protagonistas, ou pessoas implicadas com o assunto.**

O debate pode ser ilustrado com informações, dados estatísticos e freqüentemente conta com a participação dos ouvintes por meio telefônico ou acessando o *site* da emissora na *Internet*. Uma das principais características do debate é a adequada seleção dos convidados. O apresentado também deve se limitar a conduzir a discussão, sem expor suas opiniões e fazendo intervenções quando se encerra um tema ou introduz elementos novos.

Como o rádio não conta com o recurso visual, a excessiva quantidade de vozes pode causar problemas de recepção e identificação dos convidados especiais.

Comentário

Finalmente, o autor destaca outro gênero que tem se tornado cada vez mais habitual no rádio: o comentário. Ortiz (1997) define **o comentário radiofônico como um gênero de análise da informação, como um editorial, que surge da necessidade do ouvinte de obter esclarecimentos adicionais para receber e interpretar a mensagem.**

No comentário é imprescindível a importância da autoria do texto. A identificação do autor pode realizar-se mediante a menção expressa pelo apresentador ou através de vinhetas (recurso sonoro que identifica um programa, um apresentador, um comentarista).

O comentário nos veículos de comunicação de massa tem recebido cada vez mais espaço e atende uma exigência de mutação jornalística, onde o cidadão sente a necessidade de saber mais e orientar-se sobre o desenrolar dos fatos e ocorrências.

O comentarista é geralmente um jornalista ou um especialista com experiência e farta bagagem cultural, capaz de emitir opiniões e valores gozando da máxima credibilidade. O comentarista, portanto, traduz-se em um elemento de identidade da emissora e do próprio programa.

Nos remetemos novamente a José Marques de Mello (1985) para quem a definição de gêneros jornalísticos converge para uma superposição entre gênero e categoria. Para o autor, historicamente, a diferenciação entre as categorias jornalismo informativo e jornalismo opinativo emerge da necessidade sócio-política de distinguir fatos (acontecimento) das suas versões (comentário).

2.4.2. Redação, produção, realização e emissão

A informação jornalística é direcionada a um público heterogêneo, de diferentes níveis sócio-econômico-social e disperso. Além disso, a recepção

da mensagem é individual e, nesse caso, a informação pode até ser omitida. Basta desligar ou mudar a estação de rádio ou TV, não comprar o jornal e ignorar a tecnologia da *internet*. Por isso, o jornalismo deve ser atraente e ter qualidade, buscando a fidelização do seu público.

A elaboração de um texto no rádio é apenas uma etapa intermediária da sua produção. Podemos dizer que o texto vai ganhando força com o acréscimo de elementos da linguagem no momento da sua realização.

Diante desse processo e depois de definidos a estrutura, o formato e o gênero a etapa seguinte é a produção e realização do espaço. Como o rádio é um meio essencialmente oral, o texto necessita ser mais claro e conciso do que o do jornal, revistas ou televisão que dispõem de recursos como a releitura ou informações adicionais através da imagem. Por essa razão o texto radiojornalístico pode ser definido como um resumo que inicia pelo fato mais importante.

Para Miguel Angel Ortiz (1997), a produção da mensagem radiofônica se limita a uma simplicidade absoluta da linguagem. Essa simplicidade adotada para o texto é uma forma de organização da mensagem que persegue a comunicação do meio.

Ortiz (1997) considera que o último passo da criação radiofônica é a emissão das mensagens através dos programas. A emissão pode realizar-se com programas previamente gravados ou direto do estúdio. É evidente que cada modalidade de emissão de programa também apresenta suas características definidas. A primeira opção permite interromper a gravação durante sua realização escutar o programa gravado e, se necessário, repetir a montagem, excluir trechos, enfim, fazer as adequações necessárias ao formato e ao gênero.

Já no programa transmitido direto do estúdio, o chamado “ao vivo”, nada disso é possível. Os problemas que podem surgir, na maioria das vezes, técnicos, relacionados à interrupção da conexão, uma entrevista gravada que não consta no roteiro, devem ser resolvidos durante o andamento da programação, de maneira que não afetem a emissão das mensagens.

Ou seja, as decisões devem adaptar-se à rapidez do rádio e, nesse sentido, é importante antecipar-se aos problemas, prevendo possíveis falhas e preparando soluções.

A principal regra é ordenar e controlar, antes da emissão, todos os elementos que sustentam a realização do roteiro, que em função do tipo de programa, pode exigir distintos mecanismos de trabalho e prioridades.

2.5. Programas radiofônicos

2.5.1. Tipologias de programas

Como já vimos, existem, na opinião da maioria dos teóricos da comunicação, elementos básicos quando se trata de elaborar a informação para o meio radiofônico: objetividade, clareza, concisão, precisão e imparcialidade. Apesar das regras teóricas, é habitual que cada emissora, principalmente as de grandes redes, tenham seu próprio manual de estilo.

Nesse caso, nos restringiremos a abordar os desenhos ou formatos dos programas jornalísticos no rádio e não as normas de redação. Miguel Angel Ortiz (1997), define três formas básicas de elaboração e preparação do roteiro em programas informativos: **o boletim informativo, o jornal falado e os informativos especiais.**

Boletim informativo

Constitui-se em um avanço das notícias mais recentes que depois serão apresentadas no jornal falado da emissora. O autor ressalta que nesse tipo de programa não existe uma estrutura de roteiro específica.

Segundo Ortiz (1997), trata-se geralmente de uma sucessão de notícias ordenadas, de acordo com um critério de interesse informativo, separado por blocos temáticos e efeitos sonoros musicais, as chamadas vinhetas de abertura e de encerramento.

Já Elisa Kopplin e Luiz Artur Ferrareto (1992) defendem uma estrutura própria de elaboração do **roteiro de um boletim**. Os autores consideram o boletim, de modo geral, uma ampliação quantitativa da notícia, que pode conter uma ilustração, ou seja, entrevista de uma pessoa relacionada com o fato enfocado. Kopplin e Ferrareto (1992), discordam de Ortiz (1997) por considerarem o boletim informativo uma matéria autônoma, onde o repórter transmite informações sobre um determinado fato. Kopplin e Ferrareto (1992:32) definem a **estrutura do roteiro do boletim** da seguinte maneira:

a) Cabeça: Introdução que resume o assunto a ser desenvolvido no texto.

b) Ilustração: É a entrevista que ilustra o boletim, melhorando o ritmo da emissão informativa.

c) Encerramento: Informação complementar. Em geral, acompanhada da identificação da entrevista.

d) Assinatura: local onde é transmitido o boletim e a identificação do repórter.

Exemplo:

CABEÇA	Programa Municipal de Prevenção do Câncer Bucal encaminha casos suspeitos da doença diagnosticados durante exames realizados em Bauru. Repórter Rosana Poli.
ILUSTRAÇÃO	Roda Entrevista D.I.: Sete dos 26 casos suspeitos de câncer bucal ... D.F.: ... dificuldade de fala e mastigação, além de emagrecimento.
ENCERRAMENTO	O programa permanente de prevenção de câncer de boca em Bauru conta com a parceria da Fundação Hospital Amaral Carvalho e Rede Confiança de Supermercados.
ASSINATURA	Do Gabinete Odontológico itinerante, Rosana Poli.

Já Ortiz (1997), diz que os boletins informativos baseiam-se em um segmento continuado da atualidade e necessitam de uma nova elaboração a cada emissão. Nesse caso, o autor explica que existem determinadas opções de realização para apresentar os principais fatos noticiosos de maneira diferente e atrativa para o ouvinte. Caberá à redação dar um novo tratamento ao assunto enfocado, acrescentando dados novos ou incorporando entrevistas e participação de repórteres.

Jornal falado

O rádiojornal é um programa que se caracteriza por reunir vários gêneros e formatos informativos dentro de um mesmo espaço jornalístico, como boletins, reportagens, entrevistas, editoriais, comentários. É geralmente composto por uma série de blocos informativos, como economia, polícia, esportes etc. Segundo Ortiz (1997), a principal diferença do jornal falado em relação aos demais programas, é o tratamento que se dá à informação. Ou seja, no jornal falado, a notícia é mais detalhada e, normalmente, as mais importantes são ilustradas com documentos sonoros, como entrevistas, conexão direta com o repórter do local o acontecimento em foco.

Esse tipo de programa também está suscetível a variação, podendo ocorrer substituição de notícias e blocos, por novos dados, mais importantes e atuais. O jornal falado tem duração média de meia hora podendo

ultrapassar sessenta minutos. É transmitido, geralmente, entre os seguintes períodos: manhã, meio do dia, tarde e noite. Cada edição do jornal falado cobre, necessariamente, os períodos em questão, colocando os ouvintes à par dos acontecimentos e fatos ocorridos no dia.

Ortiz (1997) apresenta o formato de um jornal falado, com duração de uma hora, dividido em seis blocos:

1º bloco – notícias locais/regionais

2º bloco – notícias nacionais

3º bloco – notícias internacionais

4º bloco – notícias esportivas

5º bloco – notícias locais

6º bloco – notícias de prestação de serviço

Segundo o autor, normalmente, o jornal falado começa com as matérias locais mais importantes, desenvolvidas por blocos, seguindo os critérios e ordem estabelecidos pelo editor do programa. Podemos dizer que o jornal falado é o carro-chefe do radiojornalismo. Atualmente, o formato de jornal falado mais utilizado pelas emissoras de rádio é com duração média de meia hora ou no máximo uma hora, com divisões de até quatro blocos.

Informativos Especiais

Para Ortiz (1997), os informativos especiais são programas monográficos, dedicados a temas ou acontecimentos especiais de caráter informativo. Os informativos especiais resumem fatos da atualidade, da semana ou especializados por conteúdos temáticos. Os programas, portanto, se dirigem a um público concreto, a uma audiência específica, que demanda a seleção de determinados temas e conteúdos, de acordo com os critérios jornalísticos da emissora.

A estrutura de um informativo especial pode ser considerada menos rígida que a de um jornal falado, em razão de sua menor dependência da atualidade imediata, já que podemos utilizar para sua realização elementos atemporais.

Portanto, podemos concluir que o boletim informativo e o informativo especial podem utilizar a mesma técnica de expressão e recursos de um jornal falado, mas sua duração e periodicidade fazem com que o processo de elaboração e realização seja distinto.

2.5.2. Programas informativos

A informação faz parte do rádio, praticamente desde o seu surgimento. Os pioneiros radiofônicos que não tinham mais horizontes que sua própria intuição já apostavam nas notícias de interesse geral como elemento importante dos conteúdos da programação.

Atualmente, também não há dúvidas de que um programa informativo é o principal elemento da narrativa da notícia no rádio.

Para sua realização o editor será o responsável pelo processo de elaboração do espaço e contará com uma equipe de redatores e uma série de recursos técnicos, como: unidades móveis, gravadores, estúdio de edição, agências de informação. Segundo Ortiz (1997), todos esses elementos estarão direcionados para um único fim que é a cobertura da informação. Conforme descrevemos, o autor classifica como gêneros dos programas informativos, o jornal falado, o boletim informativo e os informativos especiais.

Ortiz (1997) ressalta, no entanto que cada tipo de espaço apresenta diferenças baseadas em suas dependências referentes a atualidade. O autor define essas dependências

como atualidade imediata e atualidade de fatos de repercussão. A primeira diz respeito aos fatos noticiosos que tenham ocorrido durante os últimos minutos, horas ou no decorrer do dia e que precedem a emissão do programa. Já a atualidade de repercussão apresenta um maior período de vigência, podendo prolongar-se, inclusive, ao longo de vários dias através de reações, opiniões aparição de novos dados.

Essa diferença conceitual sobre as notícias vai influir de forma decisiva no formato e tratamento da informação. Em qualquer dos casos e com diversas variantes em função do tipo de programa, a elaboração de um informativo consta das seguintes fases, como classifica Ortiz (1997):

- Preparação e seleção das notícias

- **Materialização e coleta da informação**
- **Edição e distribuição do material**
- **Emissão do programa**

Os programas informativos no rádio, portanto, são elaborados através de um processo de produção, realização e emissão. Quanto aos espaços jornalísticos, apresentamos no Capítulo III - Reportagem Radiofônica: espaço para a informação científica - a idéia de trabalhar a linguagem científica voltada, especificamente, para a área de saúde pública, como forma de atingirmos uma determinada faixa da população local, distante do mundo globalizado da informação tecnológica e que possui uma afinidade mais atuante com o veículo rádio.

Capítulo III

Reportagem radiofônica: espaço para a informação científica

3. Aspectos históricos do jornalismo científico

A necessidade de aproximar a ciência do público leigo tem proporcionado ao jornalismo científico um espaço cada vez mais crescente no mercado editorial dos veículos de comunicação. Já há algum tempo, também, percebe-se que as informações sobre ciência deixaram de atrair apenas estudiosos das respectivas áreas de conhecimento atendendo à curiosidade do público em geral. No entanto, a linguagem do meio científico é de difícil entendimento ou pertence a um grupo reduzido de especialistas.

Por essa razão, a difusão dos saberes científicos necessita de uma forma diferenciada de elaboração para que possa ser acessível e interessante ao grande público.

Apesar das dificuldades, existem bons programas de televisão, matérias em jornais, revistas e *internet* que fazem um canal entre a ciência e o público através, principalmente, de documentários e reportagens documentais.

Sendo assim, o objetivo desse estudo é fazer algumas avaliações sobre o rádio como veículo mediador perante a comunidade e o seu papel social, com o propósito de orientar a população, em especial a mais carente, para a promoção da saúde e o desenvolvimento de um senso comum de prevenção das doenças. Quando especificamos o público destinatário, como população mais carente nos referimos às camadas sociais de menor poder aquisitivo, consideradas C, D e E que ainda têm no rádio seu principal veículo de comunicação. Começamos com uma abordagem histórica dos conhecimentos científicos que eram no início do século XVII um patrimônio das elites intelectuais especializadas.

De acordo com Warren Burkett (1990), o público leigo busca nos veículos de comunicação de massa, inclusive, o rádio, esclarecimentos a respeito de questões relacionadas com sua segurança e sua sobrevivência e, de uma maneira geral, os textos de divulgação científica vêm atender à demanda por esse tipo de informação.

Na concepção de Bienvenido León (1999), a ciência começa a despertar interesse em um grupo de cidadãos cada vez mais amplo, ao mesmo tempo em que surgem razões sociais e políticas que animam os cientistas a difundir seus conhecimentos.

A ciência abrange um conjunto de conhecimentos sistemático, rigoroso e estruturado de forma lógica. Já o senso comum é, com freqüência, assistemático e está baseado na racionalidade lógica. Por isso, quando a ciência tenta chegar a um público mais amplo se faz necessário superar a distância que separa os dois tipos de conhecimento, tarefa que exige uma aproximação entre os cientistas e os jornalistas profissionais.

Bienvenido León (1999) destaca que

o nascimento da divulgação científica se dá entre os séculos XVII e XVIII graças ao abandono do latim como língua de conhecimento. A Europa, no final do século XVII assiste ao nascimento da ciência moderna. Segundo um novo planejamento, a ciência busca a verdade não só pelo conhecimento em si, mas também porque as descobertas podem ser úteis para a sociedade.

Segundo o autor, os cientistas se convertem assim, em aliados do estado moderno, já que seus saberes e seus inventos podem contribuir para melhorar o comércio, a indústria e a saúde da população.

Diante dessa utilidade, o Estado se dispõe a pagar os sábios. Em troca, exige dos cientistas a obrigação de dar conhecimento público de suas invenções e descobertas. Nessa época surgem as primeiras sociedades científicas, como por exemplo, a Academia de Ciências da França, fundada em 1666.

De acordo com León (1999),

a nova ciência, baseada na lógica matemática impõe à experimentação como único meio de dar conhecimento ao mundo. Constrói-se através de uma linguagem especializada, baseada em abstrações de difícil entendimento para quem não conhece seus fundamentos. Por isso, é necessária uma nova linguagem que permita mostrar os resultados da ciência a quem não conhece seus fundamentos.

As primeiras tentativas de divulgar o conhecimento científico, para um público mais amplo ocorrem através de artigos publicados em revistas e jornais da época. O primeiro jornal a incluir artigos científicos é a *Gazzete de France*, fundada em 1631 pelo médico Teofrasto Renaudot. As publicações, dirigidas ao público em geral, são definidas e elaboradas em reuniões de homens da ciência, realizadas na casa do próprio Renaudot.

As primeiras informações dedicadas exclusivamente a assuntos científicos, começam a ser publicadas várias décadas depois. Segundo León (1999), os periódicos pioneiros são *Journal des Savants* e *Philosophical Transactions*, ambos na França.

Na Alemanha, se publica em 1682, a *Acta Eruditorum*, de conteúdo científico e filosófico. Na mesma época, surgem na Suíça, Itália e Holanda várias publicações que dedicam espaços aos temas científicos. León (1999) ressalta que, em 1679, começam a surgir os primeiros jornais especializados em uma disciplina científica concreta, como o intitulado *Nouvelles découvertes dans toutes les parties de la Médecine*, editado pelo cirurgião parisiense Nicolas Blégny.

Para Bienvenido León (1999), um dos divulgadores mais destacados no séculos XVIII, no entanto, é Voltaire (1694-1778). Sua extensa produção inclui algumas obras claramente divulgativas, como “Elementos da filosofia de Newton”.

Segundo Voltaire, in León 1999): “a ciência tem o direito de descobrir a verdade, do mesmo modo que a religião e o poder político”. Essa declaração, feita à época, lhe rendeu um período no exílio.

A aliança entre o Estado e a ciência consegue, porém, que um número crescente de pessoas se interesse pelos conhecimentos antes reservados às elites intelectuais.

Paralelamente, os governos vão introduzindo as disciplinas científicas na educação. Nesta época, o interesse e a curiosidade do público pela ciência se dá, especialmente, por experimentos científicos relacionados às descobertas das descargas eletrostáticas e o magnetismo. O invento da pilha elétrica, em meados de 1800, é um dos primeiros exemplos.

Segundo Raichvarg Jacques, citado na obra de León (1999), “o século XIX marca a era de ouro da divulgação científica”. São anos de grandes descobertas baseadas em investigações experimentais, como as de Pasteur e Darwin. O autor destaca que durante o século XIX a ciência amplia seu domínio especializando-se em diversas disciplinas.

Como consequência, os Estados começam a promover uma nova política científica que facilite o trabalho dos investigadores e ajude na divulgação dos resultados.

Durante este século também, criam-se numerosas revistas científicas, especializadas nos diversos ramos do saber. A revista *Scientific American*, fundada em 1845, é um bom exemplo do propósito informativo do meio.

Segundo León (1999), alguns autores situam o nascimento do jornalismo científico propriamente dito no final da década dos anos vinte, quando começam a aparecer no jornal *New York Times* as crônicas de Waldemar Kaempffert. Engenheiro profissional, Kaempffert se incorpora à redação do jornal em 1927, como especialista em assuntos científicos.

A incorporação de Kaempffert e de outros especialistas às redações dos jornais ajuda a amenizar os danos causados por artigos sensacionalistas, publicados pela imprensa em anos anteriores. Alguns anos antes, também nos Estados Unidos, uma outra iniciativa contribui para melhorar a qualidade da informação científica da imprensa. De acordo com León, em 1921, o empresário Edwin Scripps organiza o primeiro serviço de distribuição de notícias científicas, denominado *Science Service*. Com uma visão mais mercantilista, Scripps, fundador de uma cadeia de trinta jornais, pensa que a ciência é a base do sistema democrático e crê que, numa época dominada pelas trocas sociais e tecnológicas, a ciência pode vender jornais.

Por essa razão, com o auxílio do zoólogo Willian Ritter e de uma equipe de jornalistas, Scripps monta um serviço para traduzir a ciência para uma linguagem acessível que as pessoas possam entender. Alguns anos depois da sua fundação, a agência de Scripps possui mais de cem jornais inscritos junto ao serviço, que fazem chegar as notícias científicas a cerca de sete milhões de leitores.

No final dos anos 20, o jornalismo científico é divulgado pelos principais jornais do mundo e começa também a ser inserido nas universidades. Calvo Hernando (1990) também considera o nascimento do jornalismo científico, somente nos anos 20 do século XX. Para ele, a I Guerra Mundial e o desenvolvimento tecnológico dos Estados Unidos, a partir desta década, contribuíram para aumentar o interesse do público pelas descobertas científicas.

O período entre as guerras também proporcionou o aparecimento de um novo tipo de jornalista científico que, na opinião de Burkett (1990), compreendia melhor os temas de ciência. Foi a partir daí, segundo o autor, que jornalistas especializados receberam o *Pulitzer*, entre outros importantes prêmios jornalísticos por matérias sobre assuntos científicos inéditos. A ciência, portanto, é algo que faz parte do cotidiano da humanidade.

Pudemos observar nesse breve relato histórico que a divulgação científica nos remete, desde a antiguidade clássica da tradição retórica e quase poética, até os dias de hoje como uma referência objetiva do mundo real.

3.1. A linguagem científica e suas características

O jornalismo científico vem tendo na informação jornalística um espaço mais abrangente, a cada dia, seja através de artigos, comentários, entrevistas e reportagens tornando-se tema de grande importância no mundo contemporâneo. Mais que informar, as matérias de ciências também assumem um papel social de grande importância para a maioria da população.

Por outro lado, o progresso da ciência depende direta ou indiretamente da compreensão do público, que tem direito à informação científica. O cientista, por sua vez, mesmo acreditando na importância da divulgação, muitas vezes, recebe o tratamento que será dado às suas informações. Cabe ao jornalista, então, mais do que ao homem de ciência, sua difusão à grande massa de audiência adequando a linguagem científica de

acordo com as características do veículo, mantendo a fidelidade ao conteúdo científico.

Um dos grandes desafios da ciência é ser amplamente difundida, sem perder a precisão. A linguagem utilizada não deve ser considerada como uma barreira à divulgação da mensagem científica, mas sim, como uma ponte entre a fonte e o receptor.

Warren Burkett (1990:9) explica que escrever matérias científicas para o rádio e a televisão é mais naturalmente simples para alguns jornalistas do que para outros. Segundo o autor,

... a chave para a redação eficiente de rádio e tevê é lembrar-se que você está transmitindo informação através do ouvido e não através dos olhos. O ouvido aceita a informação num ritmo mais lento e requer o condicionamento da mente para receber a mensagem auditiva.

Entretanto, à medida que o jornalista desenvolver a habilidade de escrever para o ouvido, vai poder apreciar a beleza da precisão com que pode controlar esse instrumento maravilhoso, a voz humana, através de seus roteiros.

Para Burkett (1990), esse controle é realizado por saber que a voz normal de discurso transmite de cento e cinquenta a cento e oitenta palavras por minuto. Isso permite, portanto, estimar o tempo de uma matéria em termos de segundos. Quando o jornalista se familiarizar mais com o seu texto científico e seu próprio ritmo de discurso poderá atingir o tempo requerido com precisão.

Burkett (1990:12) orienta que, escrevendo para a voz e o ouvido, o processo de informação é mais lento e o jornalista deve elaborar os textos com frases mais curtas, mais declarativas.

Isso requer pensamentos claros e agudos. As sentenças mais curtas também dão ao seu apresentador a oportunidade de respirar e fazer as pausas necessárias. Diferentemente da palavra impressa, as convenções de rádio e televisão favorecem o uso da redação no presente.

Embora as pessoas possam ler uma matéria de jornal e revista silenciosamente e a sós, o rádio e a televisão representam para os membros da audiência muito mais pessoais do que os veículos impressos. De acordo com o autor,

escrever para os meios eletrônicos é escrever como o jornalista gostaria de falar. Dirigir-se diretamente é mais aceitável para os editores de notícias de rádio e televisão do que o é para os editores dos meios impressos.

Despejar informações demais para o ouvinte sobrecarrega-lhe o ouvido e o cérebro. A redação falada é muito mais relaxada e contém palavras incluídas para separar as partes pesadas de fatos que compõem uma sentença.

Consideramos, então que a comunicação falada é mais eficiente quando o ouvido e o cérebro estão condicionados a receber as informações. Por isso, os redatores de rádio devem evitar começar uma matéria científica com um nome, a não ser que a base para identificação já tenha sido exposta no texto. “Um cientista alemão disse hoje que” precederá a sentença contendo o nome do cientista, posteriormente, durante o texto narrativo.

Ao contrário, o nome do cientista poderia compor o início do texto, caso fosse bastante conhecido. Para Burkett (1990), os repórteres de rádio têm uma vantagem sobre a TV, porque podem encaixar ou coletar uma conversa telefônica na transmissão ou nos gravadores sem acordos anteriores elaborados, ou fora do roteiro. Lembra, entretanto, a importância do jornalismo ético. O repórter deve dizer ao entrevistado que está gravando a conversa para uso dos meios eletrônicos. Ao editar trechos de conversa para a transmissão, o jornalista precisa ter cuidado de manter os fragmentos no contexto da conversa. A linguagem científica, portanto, tem características próprias que a distinguem da linguagem comum.

Na concepção de Bienvenido León (1992), essas características não foram inventadas em algum momento determinado. Foram sendo estabelecidas ao longo do desenvolvimento científico, como forma de registrar e ampliar o conhecimento.

Essas características muitas vezes tornam a linguagem estranha e de difícil entendimento. Enquanto na linguagem comum predominam narrativas que relatam seqüências lineares de eventos, a linguagem científica congela os processos, transformando-os em grupos nominais que são ligados por verbos que exprimem relações entre esses processos.

Podemos classificar as características da linguagem científica como:

- função informativa
- clareza e precisão
- vocabulário comum

- uso do vocabulário técnico

León (1999) ressalta que o texto científico assume um maior grau de anonimato, já que o autor não faz parte do enunciado. Ao contrário, o enunciado informativo nos meios eletrônicos substitui o papel do cientista por uma notória presença do autor (através do narrador), cuja credibilidade resulta garantia suficiente para o receptor. O autor afirma ainda que existe uma verdade objetiva que o científico pode conhecer e refletir através de uma linguagem transparente.

Por isso, os cientistas contemplam a linguagem como um instrumento que lhes permite mostrar a realidade de forma precisa e inequívoca. Podemos entender, então, que a linguagem científica informativa pode identificar-se como uma linguagem jornalística peculiar, que mantém também suas características de divulgação, com especial preocupação pelo próprio enunciado.

Segundo Calvo Hernando (1990), a expressão de questões de ciência e tecnologia apresentam uma série de problemas específicos. Em primeiro lugar, existe um grande desconhecimento do vocabulário especializado por parte dos profissionais da divulgação e, em geral, dos jornalistas. Em segundo lugar, a própria complexidade da linguagem científica, ante ao processo de coleta da informação até a construção da mensagem. E, finalmente, a necessária especialização da ciência, que contribui para obscurecer a linguagem.

Hernando (1990) considera que,

para poder superar essas dificuldades, a linguagem informativa deve se preocupar, especialmente, com a clareza e precisão da mensagem. A clareza se reconhece como um dos fundamentos para se estabelecer uma adequada comunicação científica/informativa. Refere-se também como uma das virtudes necessárias para que qualquer discurso produza o efeito esperado. Ou seja, a clareza da linguagem se baseia na concisão, precisão e ordem lógica do relato.

Outro autor, citado por León (1999), Nuñez Ladevese, considera que a clareza

não pode ser obtida através da simplificação da mensagem informativa, diminuindo sua densidade e seu conteúdo. Trata-se, ao contrário, de adaptar os conteúdos de um determinado nível à norma comum da linguagem. Como conseqüência, para ser claro, qualquer texto tem que respeitar a norma lingüística que permite o entendimento, ou seja, deve ser gramaticalmente correto. Além disso, a clareza da linguagem informativa significa evitar a linguagem técnica e empregar a linguagem cotidiana.

Nesse sentido, Bienvenido León (1999), afirma que uma boa divulgação deve evitar os termos e jargões científicos e suas fórmulas matemáticas, que desviam a atenção dos receptores. Há, no entanto, ocasiões

em que as palavras técnicas são necessárias, já que permitem aprofundar o conhecimento científico.

Por isso, em alguns casos, é necessário expressar determinados conceitos empregando o tecnicismo científico. Em tais ocasiões, o jornalista deve explicar o significado das palavras que possam ser desconhecidas para o destinatário da informação utilizando comparações e metáforas.

No caso da divulgação sonora da informação científica, o requerimento da clareza afeta também o modo como se apresentam os sons e a relação destes com a informação verbal.

Uma segunda qualidade, essencial para um bom texto informativo, é a precisão. Em geral, uma linguagem precisa é aquela que faz referência ao objeto de forma exata e inequívoca, possibilitando ao receptor compreender o significado do enunciado-narrativo.

Para León (1999:101), a primeira e mais importante fonte de precisão é o ajuste entre a linguagem e o objeto (assunto).

Como cada palavra tem seus próprios significados, é difícil encontrar sinônimos perfeitamente equivalentes. Por isso, é necessário escolher, em cada caso, o termo que designe de forma mais explícita e inequívoca o objeto a que se refere. Caso contrário, a relação entre linguagem e objeto irá resultar em um texto ambíguo e confuso.

Segundo o autor, com frequência esta relação entre linguagem e objeto é mais clara quando se utilizam termos concretos em lugar dos abstratos. A precisão se consegue mais facilmente através de frases curtas evitando os níveis de subordinação.

No rádio, o discurso narrativo da ciência se processa somente através da voz do narrador, sem a possibilidade de mostrar as imagens de forma concreta. Por isso, uma das dificuldades enfrentadas pelos jornalistas que escrevem ciência para os meios eletrônicos, em especial, o rádio, é tirar todo o proveito da potencialidade do meio e buscar modos narrativos que ajudem a minimizar suas limitações.

3.2. Informação científica: estrutura, produção e veiculação

Existe uma defasagem muito grande entre a teoria e a prática. Como existe também, uma defasagem bibliográfica sobre a utilização e as técnicas da linguagem científica no rádio.

Consideramos, portanto, que a prática só se processa através da produção. Da produção de um jornalismo com responsabilidade social e qualidade que possa atuar positivamente como auxiliar da educação em saúde fortalecendo as ações preventivas e construindo uma sociedade mais saudável e melhor informada.

Diante disso, elaboramos essa proposta de estrutura de produção jornalística radiofônica abordando a ciência através do campo da saúde pública. Optamos por trabalhar com o gênero **reportagem radiofônica** por entendermos ser um instrumento do radiojornalismo, cujas características proporcionam uma maior influência e compreensão do público receptor. Escrever para o rádio é uma função eminentemente criadora e seu papel fundamental é mais esclarecer do que orientar.

A mensagem deve inspirar confiança. Baseada na verdade, ela deve reunir a pluralidade de uma informação segura, fundamentada em fatos. A mensagem informativa do rádio exige simplicidade, clareza, concisão e aproximação com o ouvinte. A limitação do número de idéias com a escolha de um único tema facilita o processo de decodificação da mensagem. Cadência e ritmo na redação são outros requisitos da mensagem radiofônica. Ela penetra no espírito do ouvinte através da repetição. E a memória humana funciona melhor onde há ritmo e cadência.

Nesse contexto, as informações sobre doenças, endemias, epidemias, seus fatores de risco, formas de prevenção e tratamento e adoção de hábitos mais saudáveis podem atingir um público potencial de milhares de pessoas. Entendemos que através das reportagens, as matérias de saúde, quando bem elaboradas, provocam reações nos receptores que encontram no texto narrativo do repórter, respostas para seus problemas pessoais. O rádio informativo, como classifica Faus Belau (1981) se diferencia por uma maior profundidade em relação à programação tradicional de notícias. Para Eduardo Meditsch (2001:31),

o rádio informativo aprofunda e contrapõe idéias e opiniões com facilidade e orienta as massas urbanas como o cão de um cego. Põem em contato os mais remotos pontos do interior e concede espaço para o receptor se manifestar como nenhum outro meio.

Defendemos, portanto, que as características da reportagem radiofônica, classificadas por Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986), como:

predominância da forma narrativa; humanização do relato; texto de natureza impressionista; objetividade dos fatos narrados; dinamismo e criatividade” possibilitam que os indivíduos construam e apliquem diferentes tipos de conhecimento em seu cotidiano.

Conforme o assunto ou objeto da reportagem, algumas dessas características poderão aparecer com maior destaque. Mas será sempre necessário que a narrativa esteja presente numa reportagem.

A reportagem está diretamente ligada à emotividade, a humanização se acentuará na medida em que o relato for feito por alguém que não só testemunha a ação, mas também participa dos fatos. O repórter é aquele que está presente, servindo de ponte e, portanto, diminuindo a distância entre o público e o acontecimento.

Nesse ponto citamos algumas funções do jornalismo científico, na concepção de Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes (----:--):

Deve ser uma atividade principalmente educativa. Deve ser dirigido à grande massa da nossa população e não apenas à sua elite. Deve promover a popularização do conhecimento que está sendo produzido nas nossas universidades e centros de pesquisa, de modo a contribuir para a superação dos problemas que o povo enfrenta. Deve utilizar uma linguagem capaz de permitir o entendimento das informações pelo receptor comum.

Emílio Prado (1989), defende que

para um rádio informativo e dinâmico é absurda a divisão entre redação e locução. Estas duas ações devem confluir na mesma pessoa, com o que se ganhará autenticidade na expressão. Essa afirmação reforça ainda mais a idéia de eficácia da reportagem radiofônica, cujo processo de montagem, redação, edição de áudio e locução é do próprio repórter.

Para José Marques de Mello (1985),

a reportagem é a notícia ampliada de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística. Engloba pesquisa, entrevista e a seleção de dados relacionados à mensagem a ser veiculada. É uma noção, portanto, mais profunda à respeito do fato narrado.

Miguel Angel Ortiz (1997), considera a reportagem

como um relato, a exposição de um fato noticioso por meio de testemunhos sonoros selecionados de forma ordenada. A reportagem radiofônica é um gênero jornalístico onde cabe todo tipo de recursos permitindo diversos enfoques, como: informativo, descritivo, narrativo e de interesse humano.

A finalidade desta pesquisa, portanto, é contextualizar reportagens sobre saúde, na grade de programação jornalística do rádio. A produção desse tipo de reportagem deve partir da pesquisa e apresentação de idéias de matérias, conduzindo-as através do processo de seleção, fazendo ou orientando a pesquisa de campo, organizando as seqüências de produção e redação final. Cada reportagem sobre saúde deve trazer um tema diferente, uma construção diferenciada.

O repórter que escreve sobre saúde no rádio, também pode levar pessoas para o estúdio para entrevistas ao vivo ou gravadas, mediante edição ou montagem feita na própria reportagem.

Segundo Warren Burkett (1990), os redatores de ciência consideram que suas carreiras são construídas ao redor de explicar e traduzir o conhecimento científico para pessoas que podem ser ou não cientistas. Para o autor, a redação científica tende a ser dirigida para fora, para audiências além da estreita especialidade científica onde a informação se originou. Daí, a necessidade do redator de ciência tornar-se parte de um sistema de educação e comunicação.

Nos exemplos que apresentaremos verifica-se que eles estão centrados na veiculação de reportagens sobre saúde nos programas jornalísticos da FM94 como opção que possibilita a construção do conhecimento da população, no campo da saúde pública.

Nesses exemplos demonstramos a importância do *lead* ao jornalista durante a elaboração da reportagem científica para o rádio. O *lead* contém os detalhes que não comportam nos títulos, ou chamadas. Sua principal função na reportagem é informar rapidamente o receptor sobre os principais pontos da narrativa jornalística, permitindo que se tenha uma noção mais precisa de seu conteúdo e despertar o interesse do ouvinte.

Nesse sentido verifica-se que alguns manuais de redação ainda preconizam que o *lead* deve responder às perguntas-base para o desenvolvimento da atividade jornalística: que, quem, quando (relativo no rádio pelo fato de ser um veículo imediato), como, onde e porque. Outros, contudo, são mais maleáveis e defendem que determinadas regras jornalísticas podem até ajudar o repórter a montar seu texto, mas não devem ser seguidas como padrão, sob pena de se produzirem matérias padronizadas, sem o mínimo de criatividade, no caso da reportagem, uma das principais características.

Assim, as reportagens sobre saúde no rádio também devem possuir uma estrutura textual, cuja função cognitiva pode ser expressa nos *leads*, pois permite ao receptor tomar conhecimento do sentido da notícia, como já destacamos.

A produção da reportagem científica baseia-se em textos-fontes, ou seja, textos previamente elaborados a partir da coleta das informações junto a especialistas da área. Esses textos-fonte não possui linguagem jornalística e requer adaptação da linguagem científica, respeitando, inclusive a capacidade de decodificação do receptor. Esta é uma operação fundamental para elaboração da reportagem sobre saúde, pois possibilita inserir dados

importantes para o início, meio ou fim do texto, resultando numa estrutura textual específica para veiculação desse conteúdo.

O volume de informação nas reportagens radiofônicas feitas com cientistas, médicos, especialistas, além de possuírem características próprias dos textos, resulta também no esforço cooperativo do repórter e do pesquisador. O uso de comparação, também é um recurso que visa facilitar a compreensão do repórter sobre o assunto. O repórter, por sua vez, quando da elaboração do texto final, deve optar também pela utilização de palavras que traduzam o conhecimento científico abordado, sem deturpar a informação em seu estado original.

Portanto, nossa proposta não é a produção de um programa, mas sim a veiculação do conhecimento científico através de reportagens inseridas em programas jornalísticos, pois acreditamos ser de extrema eficácia no combate à desinformação de uma grande camada social da população, que compõe a grande massa de audiência da rádio FM94.

É evidente que a concretização dessa idéia, também depende da disposição, do interesse dos detentores de poder do veículo, de abertura de um espaço jornalístico dentro da programação noticiosa, voltada para o segmento científico.

Acreditamos que a comunicação social pode e deve alertar as pessoas sobre a importância do uso de preservativos nas relações sexuais, despertar uma tomada de posição favorável à doação de órgãos, informar sobre doenças de época, epidemias, como a dengue, *leishmaniose*, rotavírus e os procedimentos para evitá-las ou tratá-las.

Enfim, oferecer, através das reportagens, informação de cunho social, preventivo e informativo para satisfazer as necessidades de consumo dos ouvintes com um produto fidedigno, de qualidade e acima de tudo, de preservação da vida.

Os exemplos a seguir demonstram a estrutura e produção da informação científica em blocos específicos dos programas **Informasom** e **94 Notícias** na **Rádio 94 FM** da cidade de Bauru (SP).

Exemplo 1

Emissora: Rádio Comunicação FM Stéreo Ltda – 94 FM	
Data de veiculação: 17 de março de 2005	
Programa: 94 Notícias	
Apresentação: Maria Dalva Hatore	Horário: Das 12 às 12 h e 30 min.

Editora responsável: Maria Dalva Hatore

Reportagem: Câncer de Boca

Repórter: Rosana Poli

Área: Saúde Pública

LOC (Apresentador do Programa)	Programa Municipal de Prevenção do Câncer Bucal encaminha casos suspeitos da doença diagnosticados durante exames realizados em Bauru . Repórter Rosana Poli.
--	--

Técnica	Reportagem Ao Vivo (Rosana / Câncer de Boca)
Repórter (Rosana)	<p>Sete dos 26 casos suspeitos de câncer bucal, diagnosticados durante o atendimento feito no Calçadão da rua Batista de Carvalho, aqui em Bauru, já foram encaminhados para uma avaliação mais detalhada e vão passar por coleta de material para a realização de biópsia.</p> <p>Os casos positivos vão seguir depois para cirurgia e tratamento. O acompanhamento está sendo feito pelo Serviço de Orientação e Prevenção de Câncer, da rede municipal de saúde.</p> <p>O programa permanente de prevenção de câncer da boca já atendeu, na área central da cidade, 123 pessoas. A primeira avaliação é feita com o Odontomóvel, um gabinete dentário itinerante da Prefeitura Municipal.</p> <p>A próxima para do programa de prevenção será no dia 29 de março, na unidade de saúde do Parque Santa Edwirges, a partir das 8 horas da manhã.</p> <p>Segundo os especialistas, os principais fatores de risco para o câncer bucal são o consumo de álcool, de cigarros ou cachimbos, exposição continuada à luz solar, fatores locais como a má higiene bucal, próteses dentárias mal adaptadas ou quebradas e a presença de restaurações ou dentes fraturados.</p> <p><i>O primeiro sinal da doença é o aparecimento de ferida na boca que não cicatriza num período de duas semanas. Os outros sinais são: manchas esbranquiçadas ou avermelhadas nos lábios, dificuldade de fala e mastigação, além de emagrecimento acentuado.</i></p> <p>O programa permanente de prevenção de câncer de boca em Bauru conta com a parceria da Fundação Hospital Amaral Carvalho e Rede Confiança de Supermercados.</p>

Emissora: Rádio Comunicação FM Stéreo Ltda – 94 FM

Data de veiculação: 16 de dezembro de 2004

Programa: Informasom e 94 Notícias

Apresentação: Maria Dalva Hatore e Paulo Sérgio Simonetti

Horário: Das 7 às 8 horas e das 12 às 12 h e 30 min.

Editores responsáveis: Maria Dalva Hatore

Reportagem: Doenças Alérgicas

Repórter: Rosana Poli

Área: Saúde Pública

LOC (Apresentador do Programa)	O forte calor registrado nos últimos dias tem levado muita gente aos consultórios médicos e pronto socorro de Bauru. A doença da época é a gripe alérgica. A repórter Rosana Poli conversou com o médico, Helder Fernandes Aguiar e tem as informações.
--	--

Técnica	Roda Reportagem (Rosana / Doenças Alérgicas)
Repórter (Rosana)	De acordo com o Oto-rri-no-larín-go-logista, a gripe alérgica ou resfriado é provocada principalmente pelo choque térmico sofrido pelas pessoas que, nesta época do ano, exageram do uso do ar condicionado e ingestão de bebidas geladas. O médico explica que, no caso do ar condicionado, é necessário que o filtro do aparelho passe por uma limpeza periódica. Caso contrário, permanece espalhando ácaros e poeira no ambiente que são os causadores das gripes consideradas alérgicas.

Técnica	Roda Entrevista (Helder / Doenças Alérgicas)
(Entrevistado)	(gravação) Helder

Técnica	Roda Reportagem (Rosana / Doenças Alérgicas)
Repórter (Rosana)	<i>Os sintomas da gripe alérgica são nariz entupido, espirros frequentes, dores de cabeça. Helder de Aguiar, diz que, eventualmente, se não for bem cuidada ou se atingir uma pessoa com o corpo fraco, pode se transformar numa gripe epidêmica, ou seja, atingindo uma grande parte da população.</i> Para se prevenir da gripe alérgica o ideal é que as pessoas tomem algumas precauções. Evite tomar bebidas geladas, não direcione os ventiladores para o corpo e verifique as condições de limpeza do filtro do ar condicionado. Se os sintomas persistirem, a saída é procurar um médico.

Exemplo 3

Emissora: Rádio Comunicação FM Stéreo Ltda – 94 FM Data de veiculação: 29 de setembro de 2004 Programa: 94 Notícias Apresentação: Maria Dalva Hatore Horário: Das 12 às 12 h e 30 min. Editora responsável: Maria Dalva Hatore <i>Reportagem: Rotavirus</i>
--

Repórter: Rosana Poli

Especialista: Felinto dos Santos Neto (Médico Pediatra)
Área: Saúde Pública

LOC (Apresentador do Programa)	Médicos alertam: tempo seco e quente provoca epidemia do Rotavirus em Bauru. A repórter Rosana Poli tem as informações.
---	--

Técnica	Reportagem Ao Vivo (Rosana / Rotavirus)
Repórter (Rosana)	<p>O rotavirus é uma infecção do intestino que causa a diarreia severa e vômito, principalmente em crianças. Segundo o médico pediatra, Felinto dos Santos Neto, aqui em Bauru, 80 por cento das consultas registradas nos pronto socorros, clínicas e consultórios, no período de apenas uma semana, diagnosticaram o rotavirus. A maioria necessitou de internação hospitalar.</p> <p>O médico explica que a falta de chuva e o clima quente provocam o surgimento mais rápido desse vírus. O rotavirus é transmitido através do contato da mão na boca. O vírus pode ser passado de uma pessoa para outra através, por exemplo, da manipulação de objetos e alimentos. A infecção atinge principalmente as crianças, que podem espalhar o vírus antes e depois de desenvolverem os sintomas. Os principais sinais do rotavirus são a diarreia seguida, vômito e, em alguns casos, febre.</p> <p>De acordo com o médico, o quadro de diarreia e vômito muito intenso pode levar à desidratação da criança em apenas duas horas.</p> <p>A recomendação é para que, aos primeiros sintomas, a criança seja levada para atendimento médico. O tratamento do rotavirus é à base de soro. Soro pela boca (via oral) em casos mais leves e na veia (via endovenosa) quando o quadro é mais intenso.</p> <p>Para prevenir a contaminação, Felinto dos Santos Neto, orienta evitar o contato com crianças infectadas (aliás, nesse caso, é bom que elas não frequentem a escola ou creche enquanto estiverem doentes) e lavar bem as mãos e os alimentos.</p>

Exemplo 4

Emissora: Rádio Comunicação FM Stéreo Ltda – 94 FM Data de veiculação: 28 de julho de 2004	
Programa: Informasom	
Apresentação: Paulo Sérgio Simonetti Horário: Das 7 às 8 horas.	
Editora responsável: Maria Dalva Hatore	
<i>Reportagem: Doenças do Inverno</i>	
Repórter: Rosana Poli	
Especialista: Médico Helder Fernandes de Aguiar	
Área: Saúde Pública	

LOC (Apresentador do Programa)	Inverno seco faz aumentar em 30 por cento os casos de doenças respiratórias em Bauru. Como a previsão do tempo ainda é de frio, com oscilação das temperaturas, o negócio é se cuidar. Confira na reportagem de Rosana Poli.
--	--

Técnica	Roda Reportagem (Rosana / Doenças do Inverno)
Repórter (Rosana)	A temporada das doenças terminadas em ITE continua ... Os consultórios e ambulatórios médicos estão lotados de vítimas de inflamações típicas do tempo frio, e da poluição causada, principalmente pelas queimadas. Segundo o médico Oto-rrino-larigo-logista, Helder Fernandes de Aguiar, só em julho houve um aumento estimado em 30 por cento de consultas. Desse total, a maioria por doenças respiratórias e virais, como explica Helder Fernandes.

Técnica	Roda Entrevista (Elder / Doenças do Inverno) – Gravação
Repórter (Rosana)	Amidalite, rinite, sinusite, faringite, bronquite e infecção do ouvido são as doenças mais comuns nesta época do ano. Em geral, as gripes e resfriados também pegam muita gente ... É que os vírus e as bactérias se instalam no aparelho respiratório e, a partir daí, disparam infecções com diferentes destinos como o nariz, a garganta, os ouvidos e as amídalas. De acordo com Helder Fernandes, a principal causa dessas doenças é a mudança de tempo, ou seja, sair de um ambiente frio e entrar em outro quente. Frio pela manhã e temperaturas mais altas à tarde, também podem agravar os sintomas em pessoas que já tenham a doença respiratória ou sejam alérgicas. A recomendação do médico é para evitar locais fechados onde existem a propagação de germes e

	<p>aumentar a umidade dos ambientes. Uma fórmula bem caseira, mas que ajuda bastante é colocar uma vasilha com água ou uma toalha úmida.</p>
--	--

Exemplo 5

<p>Emissora: Rádio Comunicação FM Stéreo Ltda – 94 FM Data de veiculação: 24 de junho de 2004</p> <p>Programa: 94 Notícias Apresentação: Maria Dalva Hatore Horário: Das 12 às 12 h e 30 min. Editadora responsável: Maria Dalva Hatore</p> <p><i>Reportagem: Conjuntivite</i></p> <p>Repórter: Rosana Poli Especialista: Médico Marco Buch Área: Saúde Pública</p>
--

<p>LOC (Apresentador do Programa)</p>	<p>Aumenta o número de casos de conjuntivite registrados em Bauru nos últimos dias. No Brasil já existe uma epidemia da doença, principalmente na região sul. Repórter Rosana Poli.</p>
---	---

<p>Técnica</p>	<p>Roda Reportagem (Rosana / Riscos do Coração)</p>
<p>Repórter (Rosana)</p>	<p>Bauru ainda não registra epidemia da doença, mas os casos de conjuntivite aumentaram bastante este mês. Segundo o médico oftalmologista, do Hospital de Olhos de Bauru, Marco Buch, existem dois tipos de conjuntivite: a bacteriana, transmitida por bactérias e a viral, que pega através do vírus . Em Bauru as conjuntivites virais são as mais registradas e muito contagiosas.</p> <p>De acordo com Buch, o vírus está no ar e ataca, principalmente, as pessoas que apresentam um quadro de baixa resistência, ou seja, com o organismo muito fraco.</p> <p>O médico explicou que os casos atendidos em Bauru estão quase sempre ligados a falta de defesa do organismo, provocada, principalmente, pela tensão física e emocional.</p> <p>Por exemplo, se a pessoa se alimenta mal, não dorme direito e apresenta quadros de ansiedade e depressão, terá mais chances de contrair o vírus da conjuntivite.</p> <p>O adenovírus, como é chamado, permanece um período de aproximadamente 7 dias no organismo da pessoa. Depois, se manifesta, causando um desconforto tremendo como, por exemplo, olhos avermelhados, com lágrimas e ardendo, dores e inchaço das pálpebras.</p> <p>Como esse tipo de conjuntivite é altamente</p>

	<p>contagioso as pessoas devem tomar certos cuidados. A recomendação do médico é para não utilizar objetos comuns, como toalhas de rosto, trocar as fronhas dos travesseiros diariamente e lavar as mãos com frequência.</p> <p>Marco Buch orienta também: ao perceber os sintomas, as pessoas devem procurar atendimento médico.</p>
--	---

Exemplo 6

<p>Emissora: Rádio Comunicação FM Stéreo Ltda – 94 FM Data de veiculação: 22 de junho de 2004</p> <p>Programa: 94 Notícias Apresentação: Maria Dalva Hatore Horário: Das 12 às 12 h e 30 min. Editadora responsável: Maria Dalva Hatore</p> <p><i>Reportagem: Doenças de Inverno</i></p>
--

Repórter: Rosana Poli

Área: Saúde Pública

LOC (Apresentador do Programa)	O inverno já chegou e nesta estação as doenças respiratórias costumam ser mais freqüentes. Confira com a repórter Rosana Poli.
---------------------------------------	--

Técnica	Roda Reportagem (Rosana / Doenças de Inverno)
Repórter (Rosana)	<p><i>O inverno começou a vigorar ontem às 9 horas e 57 minutos da noite. As características desta estação aqui no Brasil são queda da temperatura, ausência de chuvas, e, conseqüentemente, a baixa umidade do ar. Ou seja, o clima fica mais seco e é justamente neste período que as pessoas tem mais problemas respiratórios. As principais enfermidades registradas no inverno são asma, bronquite e rinite.</i></p> <p>De acordo com os médicos, a asma é definida como uma doença que afeta os pulmões, causando uma inflamação dos brônquios. É mais comum nas crianças e pessoas sensíveis a substâncias alérgicas, como poeira, pêlos de animais, alimentos e mudanças de temperatura. As crises asmáticas são caracterizadas pela dificuldade respiratória . De acordo com os especialistas, a bronquite é uma enfermidade causada pela inflamação aguda dos brônquios que transportam o ar entre a traquéia e os pulmões. A doença provoca tosse, expectoração abundante, dificuldade de respirar e dores no peito. A principal causa é a ação dos germes que atacam as vias respiratórias.</p> <p>Já a rinite, segundo os médicos, é um processo inflamatório interno do nariz. A maior incidência da rinite se dá nos dias frios e é normalmente provocada por alergias à poeira, mofo, e pelos de cão e gato. A inalação feita com eucaliptos ajuda a amenizar as crises.</p> <p><i>A causa mais comum dessas doenças é a exposição ao frio. Daí a necessidade das</i></p>

	<p><i>peças estarem bem agasalhadas e permanecerem em ambiente limpo e arejado. Evitar alimentos gordurosos, frituras e gelados e tomar chás e suco de laranja, também ajudam a recuperação do doente ...</i></p> <p>A previsão climática do inverno na nossa região é de temperatura mínima que pode variar de 10 a 13 graus.</p>
--	---

Exemplo 7

<p>Emissora: Rádio Comunicação FM Stéreo Ltda – 94 FM Data de veiculação: 22 de junho de 2004</p> <p>Programa: Informasom e 94 Notícias Apresentação: Maria Dalva Hatore e Paulo Sérgio Simonetti Horário: Das 7 às 8 horas e das 12 às 12 h e 30 min. Editora responsável: Maria Dalva Hatore</p> <p><i>Reportagem: Campanha contra Câncer de Pele</i></p>
--

Repórter: Rosana Poli

Área: Saúde Pública

LOC (Apresentador do Programa)	<p>A Sociedade Brasileira de Dermatologia realiza, em todo o país, a Campanha Nacional de Prevenção do Câncer de Pele.</p> <p>Aqui em Bauru, a programação prevê palestras e atendimento médico gratuito à população.</p> <p>Confira na reportagem de Rosana Poli</p>
--	---

Técnica	Roda Reportagem (Rosana / Campanha contra Câncer de Pele)
Repórter (Rosana)	<p><i>Pouca gente dá a devida importância, mas a radiação solar tomada hoje, pode se transformar em câncer de pele, daqui a 10 ou 15 anos. Segundo os dermatologistas, crianças e adultos, devem tomar algumas precauções para evitar a doença, principalmente agora que estamos próximos do verão. A dica é, procurar não se expor ao sol nos horários de pico, entre 10 da manhã e 3 horas da tarde, quando a radiação fica mais intensa. Quando estiver em piscinas, praia ou mesmo na beira de rios e lagos, o protetor solar deve ser passado sobre todo o corpo, a cada uma ou duas horas.</i></p> <p>Aqui em Bauru a Sociedade Brasileira de Dermatologia vai realizar, no próximo sábado, dia 4, atendimento gratuito à população para detectar o câncer de pele e encaminhar os casos para tratamento. Os exames fazem parte da campanha de prevenção e vão ser feitos no Instituto Lauro de Souza Lima, o Hospital Aimorés, que fica na Rodovia Comandante João Ribeiro de Barros. Qualquer pessoa pode fazer o exame, principalmente àquelas que tenham suspeitas sobre o surgimento recente de alguma mancha ou ferida pelo corpo.</p>

	Segundo os médicos, se o câncer de pele for detectado precocemente, o tratamento à base de quimioterapia, laser ou cirurgia combate a doença.
--	--

Exemplo 8

Emissora: Rádio Comunicação FM Stéreo Ltda – 94 FM	
Data de veiculação: 18 de maio de 2004	
Programa: 94 Notícias	
Apresentação: Maria Dalva Hatore	Horário: Das 12 às 12 h e 30 min.
Editora responsável: Maria Dalva Hatore	
<i>Reportagem: Mochilas/Crianças</i>	

Repórter: Rosana Poli

Especialista: Rita de Cássia Mecca Guerini (médica pediatra)
Área: Saúde da Criança

LOC (Apresentador do Programa)	Mochilas pesadas podem provocar problemas de coluna nas crianças durante a adolescência. Confira na reportagem de Rosana Poli.
---------------------------------------	--

Técnica	Roda Reportagem (Rosana / Mochilas/Crianças)
Repórter (Rosana)	<p>O alerta é da médica pediatra Rita de Cássia Mecca Guerini. Segundo ela, trata-se de um problema que as pessoas já conhecem, mas não tomam os devidos cuidados.</p> <p>Ontem a médica e uma fisioterapeuta acompanharam a entrada de alunos na Escola Criarte, em Bauru, para observar a postura das crianças de primeira a quarta séries.</p> <p>Segundo a Rita de Cássia a maioria carregava as mochilas com peso acima do ideal ou de forma inadequada.</p>

Técnica	Roda Entrevista (Rita de Cássia / Mochilas/Crianças)-Gravação
Repórter (Rosana)	(Explicação da Entrevistada)

Técnica	Roda Reportagem (Rosana / Mochilas/Crianças)
Repórter (Rosana)	<p><i>A médica explicou que o objetivo dessa primeira etapa de observação é realizar um trabalho preventivo junto as crianças e adolescentes que freqüentam os estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus.</i></p> <p>Rita de Cássia informou que os principais problemas posturais podem surgir a partir dos 14 anos, como por exemplo, dores e desvio na coluna.</p>

	<p>A pediatra orienta os pais a observarem a postura dos filhos. Se perceberem desvio dos ombros e vícios posturais da coluna, as crianças devem ser encaminhadas a um ortopedista.</p>
--	--

CONCLUSÃO

Considerando as palavras sábias e pontualmente apresentadas por Cunha (1999) de que:

O rádio, ligado a uma das características primárias da raça humana, a oralidade, representa um dos mais importantes veículos de comunicação. Por meio dele, ou seja, pelas ondas radiofônicas, o homem realmente passou a ter voz e suas mensagens adquiriram maior abrangência. Mesmo com o surgimento da televisão, ele continua tendo sentido e grande expressão, tendo provocado que pode sobreviver autonomamente, atuando apenas no imaginário do ouvinte.

pode-se afirmar que esta colocação tem influenciado o processo e geração de dissertações, teses e publicações de vários pesquisadores e estudiosos do rádio, em especial esta dissertação, pois o meio radiofônico ainda continua tendo uma penetração e uma audiência ainda não superada por outro meio de comunicação.

Assim pode-se considerar que esta dissertação, fruto do sincronismo entre a vivência acadêmica junto ao Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da FAAC / UNESP e a prática experimentada na 94 FM da cidade de Bauru, é mais uma contribuição para a investigação, sistematização e difusão de conhecimentos científicos sobre o potencial do meio radiofônico, na geração e difusão de informações científicas, usando

como suporte de veiculação a reportagem jornalística, como um espaço possível e viável para levar a comunidade conhecimentos necessários ao melhor desenvolvimento social, político e econômico da comunidade bauruense.

O conjunto de textos aqui apresentado aponta para a renovação do rádio tanto nos processos de produção de conteúdos quanto nos sistemas de transmissão e recepção, consequência das mudanças tecnológicas que o afetarão inexoravelmente, e na implantação do sistema de transmissão digital em interface com a *internet* e outras mídias sem fio. Na avalanche de mudanças, o rádio tende a continuar popular e próximo do ouvinte. Não terá a centralidade em relação a outras mídias, como na primeira metade do século XX, mas ainda será capaz de atender as demandas por lazer, informação e entretenimento do público ao oferecer programação ainda mais especializada e segmentada como aqui demonstrado, mesmo que seja de forma experimental e em quantidade ainda em estado crescente.

Assim, os textos desta dissertação estão articulados em três eixos básicos. O primeiro, “Pelos caminhos da história”, recuperou os aspectos históricos do rádio, em especial a origem e evolução no Brasil e em especial na cidade de Bauru (SP), o contexto deste estudo, relatando o estágio atual e as perspectivas, em especial as novas tecnologias de informação e comunicação, como um desafio a ser enfrentado.

O segundo eixo - “O processo da comunicação radiofônica” - apresenta os elementos constitutivos do processo da comunicação radiofônica iniciando pelos fenômenos sociais, com ênfase para as audiências condicionantes da produção das mensagens. As características da mensagem, os códigos e a realização da comunicação passando pela linguagem, montagem, ritmo e estilo, produção e realização e tipologias de programas, que na sua essência são os elementos centrais do meio além, é claro, de serem os elementos responsáveis por sua interação e transferência de informações portadoras de significados sobre os diversos momentos vivenciados pela comunidade.

E o terceiro e último eixo, “A reportagem radiofônica: espaço para a informação científica”, contém os principais aspectos históricos da informação científica, a linguagem, suas características e a estrutura, produção e

veiculação da informação científica na Rádio 94 FM, espaço da experimentação.

Assim o desenvolvimento e a experimentação da veiculação de informações científicas, como se observa, é uma discussão ampla e não pode extrair conclusões definitivas de um recorte que faz parte de um contexto muito maior. De qualquer forma, é possível apontar tendências e neste caso, fica claro que, em geral, as emissoras não estão preocupadas em privilegiar temas especiais em seus conteúdos informativos. O que evidencia a contradição: o público do rádio continua interessado nos temas próximos ao seu cotidiano, um anseio que o veículo, pelas suas características intrínsecas, é o mais indicado para atender.

Assim, no estudo aqui apresentado, é muito provável que existe por parte do meio, o cuidado em equilibrar as informações nacionais e internacionais e, em especial, em valorizar a informação local, conforme verifica-se nos exemplos do capítulo III que apresentam as reportagens sobre saúde no momento em que as doenças estavam ocorrendo proporcionando ao receptor informações mais específicas.

Portanto, considerando que a chegada do novo milênio é o momento para a elaboração de profecias, no início do século XXI, o futuro dos meios de comunicação de massa tem sido um dos objetivos preferidos para esses profetas. Com a revolução da informática e a digitalização dos mais diversos tipos de informação – voz, dados, som, texto e imagens – abrem caminho para a convergência dos meios de comunicação e não faltam previsões sobre o fim do rádio.

Mas é voz corrente na atual sociedade que, quem uma vez se apaixona pelo rádio não o esquece jamais. Que essa mesma paixão continue movendo e fortificando o interesse de pesquisadores, professores e estudantes. Ao contrário do arbítrio de muitos, de que o rádio estaria caminhando para o segundo ou terceiro lugar na preferência do povo, a cada dia que passa ele se rejuvenesce e fortalece cada vez mais, perfeitamente sintonizado e sincronizado com o impacto das novas ondas tecnológicas que invadem a sociedade. Portanto caminhar é preciso, mesmo frente aos desafios. Pois a reflexão é a bússola, o norte que nos orienta. Esta é a minha mensagem, a minha contribuição para os estudos sobre o rádio e em especial

o rádio na cidade de Bauru, espaço em que vivo, sou profissional no meio e contribuo para a formação acadêmica dos profissionais do jornalismo radiofônico.

Bibliografia

BARBEIRO, Heródoto e LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo** – produção, ética e *internet*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BARBOSA, Zarcillo Rodrigues. **O espaço público na comunicação local e regional: a televisão a cabo**. 2002. 414fls. Tese. (Doutorado em Sociologia). Faculdade de Ciências e Letras. UNESP. Campus de Araraquara. Araraquara (SP).

BAUM, Ana (Org.). **Vargas, agosto de 54** – a história contada pelas ondas do rádio. Rio de Janeiro: Garamond. 2004. (Coleção Núcleos de Pesquisa Intercom n° 2).

BOOTH, Wayne C. e outros. **A arte da Pesquisa**. Tradução Henrique A. Rego Monteiro. São Paulo: Martins Fontes. 2000.

BURKETT, Warren. **Jornalismo científico: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação**. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 1990.

CALDEIRA, S. F. **Aspectos Históricos do Rádio em Bauru**. Bauru (SP): Fundação Educacional. 1982.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos**. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1995.

CASÉ, Rafael Orazem. **Programa Case** – o rádio começou aqui. Rio de Janeiro: Mauad. 1995.

COSTA, Maria Tereza P. da. **A justiça em ondas médias** - o programa Gil Gomes. Campinas: Unicamp. 1992. (Coleção Momento).

CRUZ JR., Gilmar Gomes da. **DAB**. Disponível em: www.wirelessbrasil.org/wirelessbr/colaboradores/cruz_Junior/dab_02.html. Acesso em 22 dez 2004.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura em ciências sociais**. Bauru (SP): Edusc.1999.

CUNHA, Magda. Rádio no Brasil, tendências e perspectivas. In **Desafios do rádio no século XXI**. Nélia R. Del Bianco e Sonia Virginia Moreira (Orgs.). Rio de Janeiro: UERJ/UnB, 1999.

DÍEZ, Fernández Federico e ABADÍA, José Martinez. **La dirección de producción para cine y televisión**. Barcelona: Paidós. 1994. (Colección Papeles de Comunicación 3).

ECO, Umberto. **Obra aberta**. São Paulo: Perspectiva. 1988.

FERRARETO, L. A. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto. 2001.

_____ e KOPPLIN, Elisa. **Técnica de redação radiofônica**. Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto. 1992.

FORNARI, Ernani. **O incrível Padre Landell de Moura**. Rio de Janeiro: Globo. 1960.

GOLDFEDER, Miriam. **Por trás das ondas da Rádio Nacional**. v. 47. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1980. (Coleção Estudos brasileiros).

GOMES, Izaltina M. A. **Dos laboratórios aos jornais - Um estudo sobre o jornalismo científico**. 1995. Dissertação Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco. Recife (PE).

GRAMÁTICO, Dáurea. **Histórias de gente de rádio**. 84. São Paulo: Ibrasa. 2002. (Biblioteca Literatura e Arte).

HAYE, Ricardo M. **Hacia una nueva radio**. Barcelona: Paidós. 1995.

HERMANO, Manuel Calvo. **Ciencia y periodismo**. Barcelona: CIFI. 1990.

IBOPE. Disponível em www.ibope.com.br. Acesso em 15 jun 2004.

JORNALISMO CIENTÍFICO. Disponível em www.jornalismocientifico.com.br. Acesso em 10 jul 2004.

LANDELL DE MOURA. Disponível em <http://mail2.uol.com.br/cgi-bin/webmail.exz/Roberto-landell-de-moura.doc>. Acesso em 29 ago 2003.

LEÓN, Bienvenido. **El documental de divulgación científica**. Barcelona: Paidós. 1999.

MAGNONI, Francisco Antonio. **Primeiras Aproximações sobre pedagogia dos multimeios para o ensino superior**. 2001. 365fls. Tese. (Doutorado em Educação). Faculdade de Filosofia e Ciências. UNESP. Campus de Marília. Marília (SP).

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Vozes. 1985.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica**. Tradução Mauro Silva. v. 62. São Paulo: Summus. 2001. (Coleção Novas buscas em comunicação).

MCLUHAN, Marchall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. Tradução Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1996.

MEDIOS. Disponível em www.mediosmedios.com.br. Acesso em 12 jul 2004.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**. São Carlos: Insular/UFSC. 2001.

_____. (Org.) **Rádio e pânico** – a Guerra dos Mundos, 60 anos depois. Florianópolis: Insular. 1998.

MORAIS, Francisco Rogério Barbosa. **Seis décadas de técnicas e criatividade do rádio brasileiro** (Antes e depois da TV). Fortaleza: SINCOR-CE. 1996.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

_____ e BIANCO, Nélia R. Del. (Orgs.). **Desafios do rádio no século XXI**. 12. São Paulo: INTERCOM. 2001. (Coleção GT'S).

ORTIZ, Miguel Angel e MARCHAMALO, Jesus. **Técnicas de comunicación en radio**. Barcelona: Paidós. 1997.

_____. VOLPINI, Federico. **Diseño de programas en radio - guiones, eneros y formulas**. Barcelona: Paidós. 1998. (Colección Papeles de Comunicación 11).

ORTRIWANO, Gisela Swetlana (Org.). **Radiojornalismo no Brasil** – dez estudos regionais. São Paulo: COM-ARTE. 1987.

_____. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

PELLEGRINA, G. R. João Simonetti, o realizador incansável. In **Revista Realce**, Bauru, set 1968.

PEREZ AVILA, Renato Nogueira. **Streamin** – crie sua própria rádio Web e TV digital. Rio de Janeiro: Brasport. 2004.

PIRES, Luciano Dias. **Comunicação pessoal**. Entrevista. 27 mai 2003.

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus. 1989.

PROJETORADIX. Disponível em www.projetoradix.org/artigos:4.htm. Acesso em 15 jun 2003.

RÁDIO CLARET. Disponível em www.radioclaret.com.br/port/história.htm. Acesso em 09 mai 2003.

RADIOJORNALISMO. Disponível em www.radiojornalismo.com/artigos.htm. Acesso em 31 abr 2003.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação**: questão comunicacional e formas de sociabilidade. 1. ed. Lisboa: Editorial Presença. 1990.

ROMO GIL, Cristina. **Ondas, canales y mensajes** – un perfil de la radio en México. Guadalajara, Jalisco, México: ITESO. 1999.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 22.ed.ver. e ampl. São Paulo: Cortez. 2002.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio: oralidade mediatizada – o Spot** e os elementos da linguagem radiofônica. São Paulo: Annablume. 1999.

SIMONETTI, Rafael. **Comunicação Pessoal**. Entrevista. 23 jun 2003.

SODRÉ, Muniz e FERRARI, M. H. **Técnica de reportagem. Notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986.

TAVARES, Reynaldo C. **O papel do Rádio na Era Digital**. Disponível em www.centralderadiojornalismo.com/midia/texto/midiatexto3.htm. Acesso em 22 dez 2004.

_____. **Histórias que o rádio não contou**. Do Galena ao Digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no Mundo. São Paulo: Negócio Editora Ltda. 1997.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 3.ed. São Paulo: Cortez: Autores Associados. 1986. (Coleção temas básicos de pesquisa-ação).

TUBAU, Ivan. **Periodismo oral: hablar y escribir para radio y televisión**. Barcelona: Paidós. 1993. (Colección Papeles de Comunicación 2).

União Internacional de Telecomunicações (UIT). Disponível em www.student.dei.uc.pt/anjo/smm/conclusoesreferencias.html. Acesso em 20 nov 2003.