



Jornalismo ao Meio-Dia em Rádios Educativas de Vitória da Conquista – Uma Comparação Entre o “Uesb Notícias” e o “Conquista Meio-Dia”¹

Guilherme Barbosa NUNES²

Natália Suellen Pereira da SILVA³

José Dirceu Campos GÓES⁴

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, BA

RESUMO

Os meios de comunicação de massa, devido a sua produção industrial e logística de distribuição de amplo alcance público, tem a capacidade de pautar e influenciar as discussões da sociedade. Em 2012, 80,9% dos lares brasileiros possuíam rádio. Somente há, de acordo com a classificação do Ministério das Comunicações, emissoras educativas em Frequência Modulada (FMs).

PALAVRAS-CHAVE: Radiojornalismo; Rádio Educativa; Jornalismo Comparado; Vitória da Conquista.

Introdução

A Teoria do *Agenda-setting* (Agendamento) propõe que os meios de comunicação de massa conseguem determinar os assuntos a serem discutidos por seus usuários, de forma que mesmo que não consigam definir como pensar ou discutir, decidem sobre o que a parcela da sociedade atingida pelos meios de comunicação de massa irão debater.

Conforme Sousa (2004) destaca, ao falar sobre a teoria em questão, a comunicação social pode não ter frequentemente êxito em dizer às pessoas o que têm de pensar, mas surpreendentemente tem êxito ao dizer às pessoas sobre o que devem pensar.

Por utilizar um espaço de domínio público, o ar, para realizar suas transmissões, as emissoras de rádio precisam, no Brasil, ter uma concessão pública que autorize a realização das transmissões. As emissoras de rádio são classificadas pelo Ministério das

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Estudante de Graduação 7º semestre Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Uesb, email: jornalismo.guilherme@yahoo.com.br

³ Estudante de Graduação 7º semestre Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Uesb, email: nataliasilvamp@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Uesb, email: deckgoes@gmail.com



Comunicações como FM's Comerciais; FMs Educativas; Rádios Comunitárias; Ondas Médias, Ondas Curtas; Ondas Tropicais.

Cristiano Aguiar Lopes (2011), explica que as rádios educativas têm a função de transmitir programas educativo-culturais, que visem à educação básica e superior, à educação permanente e à formação para o trabalho, e abranjam as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional.

Objetiva-se com este trabalho identificar características que aproximem os programas jornalísticos “Conquista Meio-Dia”, da Rádio Brasil, transmitida em frequência 107,7 e “Uesb Notícias”, da Rádio Uesb FM, emissora que veicula na frequência 97,5. Ambos os programas são transmitidos às 12h, com cerca de 1 hora de duração. As duas emissoras que transmitem os programas são de concessão educativa.

Identificar fontes, agendamento, hierarquização de assuntos e características da apresentação dos programas configura entre os objetivos do presente artigo.

Revisão de literatura

Agenda-setting

Os meios de comunicação de massa, devido a sua produção industrial e logística de distribuição de amplo alcance público, tem a capacidade de pautar e influenciar as discussões da sociedade. A teoria do agendamento, ou *agenda setting*, surgida no início dos anos 70, defende a ideia de que os consumidores de notícias tendem a considerar os assuntos que são veiculadas na imprensa como mais importantes, de modo que os meios de comunicação agendam nossas discussões. Os principais pensadores do *Agenda Setting*, MacComb e Shaw (EUA) afirmam que:

“Em consequência da acção dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas.” (SHAW apud WOLF, 2001, 144).

Mezzaroba e Pires trazem ainda a explicação de que,



“Na classificação proposta por Ruótoló (1998), a perspectiva da *agenda-setting* estaria incluída nas perspectivas atitudinais – “pauta” –, cujo foco de interesse está ‘*na eventual habilidade dos meios de comunicação de influenciar a opinião dos receptores. As atitudes são definidas como sendo a predisposição do indivíduo de agir de uma determinada maneira*’.” (Mezzaroba e Pires, 2010, p.4)

A construção ou formação da realidade social, de acordo com o que a perspectiva da *Agenda-setting* propõe, acontece através da seleção e classificação que editores e programadores fazem com as informações. Essa construção feita por estes profissionais geram um produto conhecido como informação (TRAQUINA, 2001).

Desse modo, de acordo com a referida teoria, os meios de comunicação de massa pautam os nossos relacionamentos. Acredita-se que os efeitos midiáticos se dão de maneira acumulativa (efeitos indiretos), com efeitos de longo prazo. É neste paradigma que o conceito de *agenda-setting* se insere, durante a transição nos estudos de comunicação de massa (PENA, 2008).

Pena (2008) destaca as três características, básicas, da relação entre a ação da mídia no conjunto de conhecimentos sobre a realidade social e a formação da cultura apontadas por Wolf:

a *acumulação* (poder da mídia para criar e manter a relevância de um tema); a *consonância* (mensagens mais semelhantes que dessemelhantes); e a *onipresença* (difusão quantitativa dos meios de comunicação de massa e o caráter particular do saber público). (PENA, 2008)

Nota-se então que, ao escolherem determinado veículo de comunicação para se informarem sobre algo, as pessoas dão um voto de confiança ao veículo escolhido, que poderá ajudar a formar a sua opinião, o seu modo de olhar para o mundo objetivo. Entretanto, essa confiança pode ser dada também de maneira inconsciente, automática, sem que se perceba que a simples escolha de qual site utilizar para se informar, qual canal de televisão assistir ou qual a frequência escolher no dial do rádio influenciará e muito suas opiniões.

O Rádio no Brasil – Informação e Educação

Em 2005, o rádio estava presente, segundo pesquisa apontada por Sônia Virgínia Moreira (2005), em 88,4% dos lares brasileiros. Em 2012, o número de lares com aparelhos de rádio caiu para 80,9%. Vale lembrar, porém, que 46,4% dos domicílios possuem microcomputador e 88,2% dos lares têm celular e que esses dois



tipos de produtos eletrônicos também podem ser utilizados para ouvir rádio (JUNIOR, 2013).

De acordo com dados da Pesquisa Brasileira de Mídias 2014, de responsabilidade da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, publicada em fevereiro deste ano, 61% dos entrevistados pela pesquisa ouvem rádio. Além disso 21% ouvem diariamente. O índice de confiabilidade deste tipo de mídia também é bastante alto. Metade dos entrevistados respondeu “Confio sempre” ou “Confio muitas vezes”, o que coloca o rádio em segundo lugar nesse quesito, perdendo apenas para os jornais impressos que gozam da confiança de 53% dos entrevistados.

As informações que apresentam maior nível de confiança são as notícias veiculadas pelos jornais impressos (53% dos entrevistados que utilizam esse meio dizem confiar sempre ou muitas vezes), seguidos pelas notícias do rádio e da TV, tecnicamente empatadas com 50% e 49%, respectivamente. (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2014).

Meio de comunicação mais barato que a televisão, que tem no seu potencial de imediatismo um dos seus pilares de sustentação aliados à alta penetração social, o rádio se posiciona como um dos meios mais utilizados pelas pessoas, seja para se informar, se entreter e, como a história aponta como uma das primeiras funções do rádio brasileiro, educar.

O rádio nasce com a função primária de informar. Quase que em sua totalidade, as rádios brasileiras, ao entrar no ar, transmitem ao seu público algum evento ou informam a sua estreia. Sendo assim, o radiojornalismo acompanha o rádio desde o início da sua existência.

O potencial educativo e informativo do rádio foi percebido e colocado em prática, no Brasil, por Edgard Roquette-Pinto, a partir de 1923 com a inauguração da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, primeira rádio a realizar transmissões com regularidade temporal. Ele foi quem colocou o primeiro radiojornal no ar: o Jornal da Manhã, em que se dedicava a ler as notícias publicadas nos jornais impressos.

Roquette-Pinto percebeu, pelo potencial de alcance desse veículo que teve a sua primeira transmissão experimental no Brasil em 1899, em Recife-PE, através da Pernambuco Rádio Clube, a possibilidade de irradiar, através das ondas eletromagnéticas, aulas que ajudariam pessoas que não tinham condições de ir à



escola a aprender a ler. O rádio se mostrava como a escola dos pobres, o jornal daqueles que não sabiam ler, mesmo sendo mantido por uma elite que desejava ouvir música clássica (ORTRIWANO,1985).

O potencial que Roquette-Pinto percebeu no rádio é lembrado por vários autores. Rachel Neuberger comenta essa percepção de Roquete-Pinto, classificando-o inclusive como o pai do rádio brasileiro.

Mesmo em meio a ruídos e som da multidão na comemoração do I Centenário da Independência do país, no Rio de Janeiro, o mestre Edgar Roquette-Pinto, pai do rádio brasileiro, foi capaz de antever que aquele som seria capaz de causar uma revolução e que com esta nova ferramenta seria possível levar educação a todos. (NEUBERGER, 2012, p. 15)

O “pai do rádio brasileiro” conseguiu perceber o veículo como a escola dos pobres e como o jornal daqueles que não sabiam ler. Por perceber essa possibilidade foi o pioneiro na transmissão de aulas e também dos primeiros “jornais falados”, como ficaram conhecidos os primeiros jornais de rádio que nada mais eram que um programa em que as notícias publicadas nos jornais impressos eram lidas nos microfones e transmitidas até os receptores.

Apesar de ser um veículo que hoje está presente na maioria das casas e em praticamente todos os carros do Brasil, o rádio nasceu sendo um veículo caro. Justamente por isso as rádio pioneiras eram mantidas por clubes e sociedades. Daí a explicação do fato de as primeiras rádios serem chamadas de sociedade (Rádio Sociedade do Rio de Janeiro) ou clube (Pernambuco Rádio Clube).

Foi na década de 1930 que a publicidade foi regulamentada na radiodifusão brasileira. E isso fez com que o rádio se popularizasse afinal as pessoas não precisavam mais se associar aos clubes e sociedades para acessarem aos produtos radiofônicos. Jung (2004) conta que “a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro cobrava 100\$000 (cem mil-réis) de ‘jóia’”.

Com a entrada da publicidade no rádio, a preocupação com audiência se fez presente e a programação do rádio também se popularizou, tocando samba, realizando transmissões esportivas, enfim, passou a ser a principal busca das transmissões de rádio, a audiência, e não mais a informação e educação dos ouvintes que passaram a ser vistos também como consumidores.



Com o passar do tempo, o rádio evoluiu, desenvolveu uma linguagem própria e hoje os locutores e radiojornalistas tem as suas estratégias para captar e manter a atenção dos ouvintes. Nessa linha de raciocínio, Barbeiro e Lima (2003) ilustram que

O radiojornalismo tem seu próprio caminho balizado pelos princípios básicos da arte de informar corretamente. O jornalismo tem suas próprias regras, não importam os meios pelos quais se propague. Claro que, quando divulgado pelo rádio, tem algumas peculiaridades que o diferenciam de outros meios. (BARBEIRO E LIMA, 2003, p. 13)

Em “A mídia e seus truques”, Nilton Hernandes explica que

[...]Os jornais construíram com o tempo mecanismos que comunicam o que é mais ou menos importante, o que merece mais ou menos concentração e atenção. Os jornalistas desenvolveram meios de guiar a percepção do público, direcionar as expectativas, mostrar pontos de maior ou menor interesse nos níveis sensível, passional e inteligível. (HERNANDES, 2006, p. 11)

O rádio possui entre suas características a imediatividade de transmissão de informações, afinal, para informar através da internet faz-se necessário escrever o texto, mesmo editar os vídeos ou, no mínimo montar uma estrutura para que se possa enviar os dados para a grande rede. No caso do rádio, um repórter ao se deparar com um acidente, por exemplo, pode entrar no ar pela sua emissora utilizando apenas o seu telefone celular para ligar para a rádio e dali mesmo passar todas as informações.

Neste sentido, Chantler e Harris (1998) explicam que

[...] as pessoas ouvem o noticiário do rádio quando querem saber rapidamente o que está acontecendo. O fato de as notícias no rádio serem geralmente curtas, torna-as bem sintéticas, concentrada apenas no acontecimento, sem maiores rodeios. (CHANTLER E HARRIS, 1998, p. 20)

Por utilizar o espaço público, o ar, para realizar sua transmissão as emissoras de rádio precisam ter uma concessão pública. Essa concessão, que só pode ser dada pelo Governo Federal, é que permite a transmissão, bem como com que potência ela deve operar e a frequência. As concessões de radiodifusão podem ser comerciais, educativas ou comunitárias. As rádios educativas podem ser mantidas por órgãos públicos ou fundações privadas.

As emissoras são classificadas pelo Ministério das Comunicações como FM's Comerciais; FMs Educativas; Rádios Comunitárias; Ondas Médias, Ondas Curtas; Ondas Tropicais. Somente há, de acordo com a classificação do Ministério, emissoras



educativas em Frequência Modulada (FMs), mesmo que existam rádios vinculadas a universidades e de cunho educativo (ZUCULOTO, 2012).

Isto acontece com as emissoras mais antigas, porque receberam as concessões antes da legislação de 1962, quando não havia nem mesmo a diferenciação entre comerciais e educativas. (ZUCULOTO, 2012, p. 23)

O número de concessões de emissoras educativas cresceu especialmente a partir dos anos 1990. A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, doada por Roquette-Pinto ao Ministério da Educação e Cultura em 1936, deu início ao sistema de Rádios Educativas do Brasil.

As rádios educativas têm a função de transmitir, segundo Cristiano Aguiar Lopes (2011),

programas educativo-culturais, que, além de atuar em conjunto com os sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade, vise à educação básica e superior, à educação permanente e à formação para o trabalho, além de abranger as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional (LOPES, 2011, p.8)

Metodologia

A Análise de Conteúdo é um método de pesquisa que seleciona e analisa textos (escritos, audiovisuais, imagens estáticas, etc) veiculados na mídia. O objetivo desse tipo de pesquisa é fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos (HERSCOVITZ, 2008). No caso deste trabalho, o método está sendo utilizado para que possa ser feita uma comparação da prática jornalística em programas jornalísticos transmitidos, ao meio-dia, por duas rádios educativas de Vitória da Conquista – BA.

Assim, o presente trabalho foi realizado a partir da prática do Jornalismo Comparado, um estudo que objetiva desenvolver um comparativo entre dois veículos de comunicação (ANJOS *et al*, 2012). No caso deste, o corpus é um recorte dos programas “Conquista Meio-Dia” e “Uesb Notícias” das rádios Brasil FM e Uesb FM, respectivamente.

Foram coletadas gravações dos programas das duas rádios nos dias 24, 26 e 27 de março de 2014. Ambos vão ao ar de segunda a sexta-feira ao meio dia e são produzidos e transmitidos em Vitória da Conquista – BA. Para a obtenção das



gravações, foi solicitado junto à administração dos setores de jornalismo das emissoras, que enviaram a gravação integral dos programas solicitados.

Após a coleta das gravações dos programas, fez-se a decupagem de todos eles, identificando aspectos como duração, quantidade de blocos, duração dos blocos, duração dos intervalos, quantidade de matérias por programa e por bloco, quantidade de assuntos abordados, assuntos abordados, quantidade de tempo empregado em cada assunto, quantidade de matérias sobre cada assunto e fontes utilizadas por matéria.

O horário dos programas foi escolhido propositalmente, bem como as emissoras (por serem Educativas). Em Vitória da Conquista, existe a tradição de as emissoras de rádio (desde o início da trajetória do Rádio na cidade, com a Rádio Clube AM, que se instalou em Vitória da Conquista quando não havia energia elétrica na cidade) transmitirem nesse horário seus programas jornalísticos.

Após a coleta dos programas e posterior decupagem, realizamos a análise do conteúdo do corpus selecionado, levando em conta os aspectos já citados.

Resultados

Após a coleta das edições dos programas “Conquista Meio-Dia”, da Rádio Brasil FM e “Uesb Notícias” da Rádio Uesb FM, fez-se a decupagem dos programas para que fossem analisados. Com isso, pode-se perceber que características aproximam esses dois programas jornalísticos transmitidos ao meio-dia por rádios educativas de Vitória da Conquista – BA.

Durante as três edições do “Uesb Notícias”, foram pautados 26 assuntos. Na edição de 24 de março, dois assuntos (atuação da Pastoral do Menor e a realização da Expoconquista) se destacaram por ocuparem, juntos, 23 minutos e 36 segundos do programa que tem duração de uma hora.

A realização da Expoconquista, evento agropecuário de porte nacional que acontece anualmente na cidade, teve um espaço de 10 minutos e 22 segundos que foi preenchido por 3 matérias com 7 fontes como expositores, técnicos e autoridades políticas e militares. Já a atuação da Pastoral do Menor, que completava 18 anos na cidade, ocupou 13 minutos e 14 segundos e contou com uma entrevista ao vivo com uma freira, membro da Pastoral, e a coordenadora do grupo.

Na edição do dia 26 de março, a Expoconquista mais uma vez esteve entre os assuntos que mais ocuparam espaço no programa, junto com as greves dos



trabalhadores da construção civil e da Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola (EBDA). Estes dois assuntos ocuparam 24 minutos e 6 segundos.

As fontes entrevistadas para falar sobre as greves eram representantes de classe. Nenhum representante dos empresários da construção civil ou liderança do governo do estado foi ouvido durante os 10 minutos e 47 segundos em que as greves foram abordadas.

Nos 13 minutos e 16 segundos em que o programa jornalístico tratou da Expoconquista, foram entrevistados representantes da Federação das Indústrias da Bahia, da Associação das Indústrias de Vitória da Conquista e do Instituto Baiano de Metrologia, todas essas entidades tinham stands no espaço da Expoconquista.

Na última edição do “Uesb Notícias” analisada por este trabalho, transmitida no dia 27, o maior destaque foi dado a uma entrevista com o, recém-nomeado, bispo auxiliar de Salvador, Monsenhor Estevam Santos, que atuava até então em uma paróquia de Vitória da Conquista. A entrevista teve duração de 25 minutos e 34 segundos.

Nas três edições analisadas do programa “Conquista Meio-Dia” foram pautados 22 assuntos. Na edição do dia 24 de março, a participação dos times conquistenses nas semifinais do Campeonato Baiano de 2014 e uma entrevista com o presidente da Câmara de Vereadores de Vitória da Conquista ocuparam juntas, 47 minutos e 38 segundos.

Ao falar sobre os times, foram destinados 33 minutos e 33 segundos distribuídos em um editorial, uma entrevista, com um diretor do Serrano Sport Clube, e um comentário. A entrevista com o presidente da Câmara utilizou 8min5s e tratou de assuntos referentes ao dia a dia da instituição.

No programa do dia 25 de março, novamente, foi a participação dos times conquistenses nas semifinais do Campeonato Baiano de 2014 que ganhou maior destaque no programa, sendo gastos 30 minutos e 53 segundos para falar sobre a preparação das duas equipes para as partidas. O assunto foi tratado em 1 editorial, 1 matéria, que foi retirada de um blog da cidade, e 2 comentários. O programa não teve outro assunto com grande destaque.

Na edição do dia 26 de março duas entrevistas se destacaram ocupando 25 minutos e 41 segundos do programa. A primeira entrevista foi com o secretário de Educação e utilizou 8 minutos e 23 segundos para falar da repercussão nacional da



ausência de carteiras para os alunos, de uma escola municipal, e do que será feito para a resolução do problema. A segunda entrevista ocupou 17 minutos e 18 segundos a entrevistada foi uma Ministra do Supremo Tribunal Federal, que tratou sobre a defesa da criança e do adolescente e de um país mais justo.

Apesar de não ocuparem necessariamente muito tempo nos programas, alguns assuntos ou temas foram recorrentes entre os programas das duas rádios e/ou entre as edições de cada programa separadamente.

No caso do programa da Uesb FM, 3 assuntos compuseram as três edições analisadas: Expoconquista, Cotação do Dia e Previsão do Tempo. As greves na EBDA e dos trabalhadores da construção civil se repetiu em duas edições do “Uesb Notícias”.

No jornalístico da Brasil FM, apenas a participação do Serrano Sport Clube e do Esporte Clube Vitória da Conquista no Campeonato Baiano de 2014 foi pautada nas três edições analisados neste trabalho. A participação do público através de recados via telefone e a Expoconquista estiveram presentes em duas edições do “Conquista Meio-dia”.

O único assunto pautado pelos dois programas foi a Expoconquista.

Conclusões

Após a análise dos dados apresentados, é possível observarmos que as duas emissoras têm programas bastante diferentes no tocante ao uso de fontes, hierarquização dos assuntos pautados.

Enquanto o “Conquista Meio-Dia”, da Brasil FM, nas edições observadas, dedicou grande parte do seu programa a comentários e informações, sobre a participação do Serrano Sport Clube e do Esporte Clube Vitória da Conquista, o programa da Uesb FM, “Uesb Notícias”, apesar de também dar um destaque a dois assuntos (que em geral ocuparam metade do tempo do programa), há uma maior variação dos assuntos destacados. Além disso, o número de fontes ouvidas pelo “Uesb Notícias” nos programas analisados é maior. Esses dados demonstram que os ouvintes do programa da Uesb FM têm maior número de informação sobre um número superior de assuntos, dando mais característica educativa à emissora vinculada a Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb).

O programa “Uesb Notícias” se caracteriza por ser bastante pautado por informações, dados. O “Conquista Meio-dia” se diferencia do programa da Uesb FM



por pautar um jornalismo mais opinativo, mais interpretativo. O jornalístico da Brasil FM tem, por exemplo, um editorial diário, além de ter, em geral, comentários sobre o assunto das matérias apresentadas.

A característica predominantemente informativa e a rotina de apresentar diariamente serviços como o de previsão do tempo e cotações do dia, fazem que o “Uesb Notícias” ofereça mais “prestação de serviços”.

De acordo com o observado, ambos os programas não conseguem dar conta de apresentar o contraditório, de apresentar ambos os lados das informações passadas. No caso das matérias sobre as greves da EBDA e da construção civil, por exemplo, o “Uesb Notícias” só apresenta fontes ligadas às classes trabalhadoras, não apresentando os posicionamentos dos empresários da construção civil e do Governo do Estado.

Conclui-se este trabalho com a ideia de que o jornalismo das duas emissoras educativas precisa evoluir para que as fontes apresentadas tornem os programas mais plurais, aumentando sua qualidade. No caso específico do “Conquista Meio-dia faz-se necessário deslocar o foco do noticiário esportivo, uma vez que trata-se de um programa jornalismo não especializado.

REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo**: Produção, ética e Internet. 2ª Ed. Revista e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

COSTA FILHO, Ismar Capistrano. **As rádios educativas nos conglomerados de mídias do sertão cearense**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/costa-filho-ismar-capistrano-radios-educativas.pdf>. Acesso em: 16 de dezembro de 2013.

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques**: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo, In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2ª edição. Petrópolis: 2008.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

LOPES, Cristiano Aguiar. **Regulação da radiodifusão educativa**. Disponível em: http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/publicacoes/estnottec/tema4/2011_63.pdf. Acesso em: 16 de dezembro de 2013.

MEZZARROBA, Cristiano e PIRES, Giovani de Lorenzi. **O agendamento midiático esportivo**: considerações a partir dos Jogos Pan-Americanos Rio/2007. Comunicação e Esporte. Vol.17, nº02, 2010.



NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias**. Cruz das Almas: Editora UFRB, 2012.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Radiojornalismo no Brasil**: Fragmentos de história. REVISTA USP, São Paulo, n.56, p. 66-85, dezembro/fevereiro 2002-2003.

PEDRO SOUZA, Jorge. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Pesquisa brasileira de mídia 2014**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília, 2014. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>. Acesso em: 20 de março de 2014.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **A programação de rádios públicas brasileiras**. Florianópolis: Editora Insular, 2012.