

RADIOJORNALISMO NO BRASIL: SEXAGENÁRIO E REVITALIZADO

Flávio Falciano

Jornalista, mestre em Teoria e Ensino da Comunicação (Umesp) e professor das faculdades de Jornalismo do IMES e da Umesp.

RESUMO

Uma das características da história do rádio é a polêmica que envolve a definição em datas de seus momentos mais marcantes. Tomando como base o período em que o jornalismo começa a se estruturar nas emissoras de rádio brasileiras (1941), este artigo pretende comemorar os 60 anos do radiojornalismo e retratar o desenvolvimento histórico deste gênero que, hoje, é considerado um dos mais importantes do mais popular meio de comunicação do Brasil

ABSTRACT

One of the characteristic of radio history is the polemic that involve the definition "in dates" of the significant moments. Taking as base that journalism started to be structured into brasilian radio stations (1941), this article intends to celebrate the 60 years-old of radio-journalism and show the historical development of this kind of journalism which nowadays, is considered one of the most important and popular way of communication in Brazil.

Este artigo objetiva comemorar e analisar um pouco da história dos 60 anos de radiojornalismo no Brasil, apesar de não haver uma data inquestionável que justifique essa idade. Nada mais natural, uma vez que o rádio, reconhecida-mente o mais popular meio de comunicação de massa, sempre apresentou uma situação curiosa aos que se dedicaram a

pesquisar sua história: as controvérsias com relação à definição das datas de seus momentos mais marcantes.

Essa situação pode ser verificada já em relação ao nascimento do rádio, uma vez que muitos historiadores consideram o italiano Guglielmo Marconi como o pioneiro, pelas pesquisas e experimentos sobre radiotelegrafia realizados entre

fins do séc. 19 e início do séc. 20, apesar do trabalho do padre brasileiro Roberto Landell de Moura que, no mesmo período, realizou experiências com transmissão e recepção de sons por meio de ondas eletromagnéticas.

Como não poderia deixar de ser, a história do rádio no Brasil também gera polêmica. A primeira emissora regular a

transmitir foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada em 20 de abril de 1923, por um grupo liderado pelo cientista e professor Edgard Roquette-Pinto e por Henry Morize, conhecido como o pai do rádio brasileiro¹. Entretanto, apoiados em documentos, vários pesquisadores ressaltam que o rádio brasileiro nasceu no Recife, no dia 6 de abril de 1919, quando foi inaugurada a Rádio Clube de Pernambuco, por Oscar Moreira Pinto (Ortriwano, 1985).

A dificuldade na definição de datas persiste ao se tentar identificar o início do radiojornalismo no Brasil. Apesar de já existir de forma pouco estruturada em algumas emissoras, o radiojornalismo somente começou a se firmar como gênero na radiodifusão brasileira a partir da Segunda Guerra Mundial. Um dos principais marcos desse processo foi o programa *Repórter Esso*, como destaca Walter Sampaio (1971, 20):

"Em 1941, por necessidade imperiosa de nos colocarmos a par da II Guerra Mundial, surgiu o *Repórter Esso*, exatamente às 12h45m do dia 28 de agosto, na Rádio Nacional do Rio de Janeiro, precedido do prefixo que se tornaria célebre, composto de fanfarras e clarins, de autoria do Maestro Carioca".

Por conta disso, é possível considerar o ano de 1941 como o marco de início do radiojornalismo no Brasil. De lá para cá, são 60 anos de altos e baixos, acompanhando o desenvolvimento político e econômico do País. Mais do

que isso, trata-se de um pouco da história de cada um dos brasileiros ou, pelo menos, de como os brasileiros passaram a entender o mundo e seus principais acontecimentos.

Testemunha ocular da história

O programa *Repórter Esso*, patrocinado pela Esso Brasileira de Petróleo, seguia um esquema já existente em outras capitais de países para onde se voltava o interesse de esforço de guerra norte-americano, como Buenos Aires, Havana, Lima e Santiago. Baseado em informações divulgadas pela agência de notícias United Press Internacional (UPI), o *Repórter Esso* foi inicialmente transmitido através das emissoras Nacional (Rio) e Record (São Paulo), atingindo no ano seguinte os Estados de Minas Gerais (Inconfidência), Pernambuco (Jornal do Comércio) e Rio Grande do Sul (Farroupilha). O programa manteve-se no ar até 31 de dezembro de 1968, quando o locutor Roberto Figueiredo, quase aos prantos, anunciou o encerramento das transmissões do *Repórter Esso*.

O slogan do programa ("Testemunha ocular da história") marcou época no rádio brasileiro, assim como a voz de um de seus principais locutores, Heron Domingues, que esteve por 18 anos à frente do *Repórter Esso*. Mas a maior contribuição do *Repórter Esso* foi a introdução no Brasil de um modelo de estética radiojornalística que veio a se tornar

padrão, baseado em texto linear, direto, corrido e sem adjetivações, apresentado em um noticiário ágil e estruturado (Ferraretto, 2000). Importada dos Estados Unidos, a fórmula gerou alta credibilidade ao programa, representando significativa evolução no segmento de informação no rádio.

Na esteira do *Repórter Esso*, vários outros programas jornalísticos ganharam espaço nas emissoras de rádio, com destaque para o *Grande Jornal Falado Tupi*, lançado por Coripeu de Azevedo Marques e Armando Bertoni, em 1942, que viria a ser o primeiro radiojornal brasileiro de estilo moderno. Com abertura, encerramento, manchetes e notícias divididas por editoriais, seguia o estilo dos jornais impressos.

A importância desses dois programas pioneiros do radiojornalismo brasileiro é ressaltada por Gisela Ortriwano (1981, 21):

"O *Repórter Esso* e o *Grande Jornal Falado Tupi* foram marcos importantes para que o radiojornalismo fosse encontrando sua definição, os caminhos de uma linguagem própria para o meio, deixando de ser apenas a 'leitura ao microfone' das notícias dos jornais impressos."

O próprio Heron Domingues desempenhou outro papel importante na história do radiojornalismo no Brasil, ao implantar e dirigir, a partir de 1948, o primeiro departamento de jornalismo de uma emissora de rádio, a Seção de Jornais Falados e Reportagens da

Rádio Nacional. Segundo Sonia Virgínia Moreira, (1991, 28)"a Seção de Jornais Falados e Reportagens fundada por Heron Domingues na Rádio Nacional organizou, pela primeira vez, um sistema de equipe (um chefe, quatro redatores e um colaborador do noticiário parlamentar), rotina e hierarquia peculiares a uma redação de jornalismo radiofônico".

Outra emissora que teve papel proponderante no desenvolvimento do radiojornalismo brasileiro foi a Emissora Continental, do Rio de Janeiro, inaugurada em 1948, com programação baseada no tripé música-esporte-notícia². A emissora se destacou pelo espaço dado ao jornalismo na programação e pelas coberturas esportivas, procurando sempre estar acompanhando todos os grandes acontecimentos, valorizando a noção do rádio como prestação de serviços ao ouvinte.

Relegado a segundo plano no período de ouro do rádio (década de 40), quando o destaque eram os musicais, as radionovelas e os programas humorísticos, a partir da segunda metade da década de 50 o jornalismo acabou se tornando um dos carros chefe das programações, num dos períodos críticos para o Rádio, como descreve Ortriwano (1981, 21):

"A 'época de ouro' do rádio termina, coincidentemente, com o surgimento no Brasil de um novo meio: a televisão. Quando surge, ela vai buscar no rádio seus primeiros profissionais, imita seus quadros e carrega com ela a publicidade".

Balança, mas não cai

Os grandes espetáculos musicais, as radionovelas e os programas humorísticos foram integralmente copiados pela televisão, que não se acanhou sequer de cooptar todos os profissionais e artistas do rádio. Para enfrentar essa nova e forte concorrência, o rádio precisou passar por um período de adaptação, buscando uma nova linguagem e novos esquemas de programação.

Um dos principais trunfos para que o rádio pudesse se reerguer veio da área eletrônica: com o desenvolvimento da tecnologia dos transistores (inventados em 1947, pelos cientistas William Shockley, John Bardeen e Walter Brattain, da Bell Telephone Laboratories, em Nova Jersey, Estados Unidos) o mercado sofreu uma verdadeira revolução: os aparelhos radiofônicos puderam diminuir drasticamente de tamanho, facilitando a produção industrial em larga escala e, conseqüentemente, sua popularização em todo o mundo.

Em termos de programação, a contenção de despesas atingiu em cheio as dispendiosas produções que caracterizaram a década de 40, abrindo espaço para uma comunicação mais ágil, noticiosa e de prestação de serviços. Nesse cenário, o radiojornalismo começou a ocupar posição de destaque em um número cada vez maior de emissoras, uma vez que aliava custos baixos de produção com a virtude da credibilidade, importante para

um meio de comunicação de massa que enfrentava um processo de completa reformulação. Quatro exemplos fundamentais desse processo que tomou conta do rádio em todo o Brasil foram as emissoras Jornal do Brasil (Rio), Bandeirantes e Jovem Pan (São Paulo) e Guaíba (Porto Alegre), pioneiras no investimento em jornalismo como carro-chefe da programação, o que lhes rendeu crescimento e respeitabilidade.

A primeira emissora a integrar um complexo jornalístico foi a Rádio Jornal do Brasil, do Rio de Janeiro. A programação, voltada para as classes A e B, mesclava música e notícias. A guinada veio a partir de 1959, com a criação do serviço de utilidade pública, que seria depois adotado pelas emissoras de todo o País e se transformaria numa das principais características do rádio (Ortriwano, 1981). A Rádio JB manteve por muitos anos uma posição de vanguarda no radiojornalismo e também foi a primeira a lançar um manual de redação, com as regras básicas a serem seguidas por seus repórteres e redatores.

Apesar de existir desde 1937, somente a partir de 54 é que a Bandeirantes ganhou destaque no cenário radiofônico, ao estreiar uma programação baseada no jornalismo e nas coberturas esportivas. O grande diferencial da emissora foi o sistema intensivo de noticiário. Esse esquema de programação, copiado depois por diversas emissoras, baseava-se na transmissão, a cada 15 minutos, de notas de um minuto

de duração, com boletins de três minutos nas horas cheias.

Inaugurada em 1944 e caracterizada nos primeiros anos como a emissora dos esportes, a Rádio Panamericana de São Paulo (Jovem Pan) começou a mudar sua história pouco mais de duas décadas depois, no início dos anos 70, quando a programação passou a privilegiar o jornalismo e a prestação de serviços à população. Essa receita rendeu muitos frutos à emissora que por vários anos foi considerada a principal emissora jornalística de São Paulo. A Jovem Pan foi ainda a pioneira na transmissão de radiojornal em rede para diversos Estados brasileiros, o *Jornal de Integração Nacional*, lançado em 1972.

A Rádio Guaíba, inaugurada em 1957, assim como aconteceu com a JB, estruturou-se amparada por uma forte empresa jornalística, a então Companhia Jornalística Caldas Júnior, que publicava, entre outros, um dos principais jornais diários do Sul, o *Correio do Povo*. É da emissora o mais antigo informativo ainda em transmissão no rádio brasileiro: o *Correspondente Renner*, que desde 1999 passou a chamar-se *Correspondente Aplub*.

Cego, surdo e, principalmente, mudo

Todo esse processo de recuperação do rádio sofreu novo revés com o golpe militar de 1964. Perseguição, censura, tortura e demissão de jornalistas, acusados de subversivos, atingiram em cheio as emissoras

jornalísticas. Em 1965, a Rádio Mayrink Veiga foi cassada no Rio de Janeiro.

A censura sobre os meios de comunicação tornou-se ainda mais severa com o Ato Institucional número 5 (o AI 5), que num de seus artigos previa punição de prisão para quem divulgasse "por qualquer meio de comunicação social notícia falsa, tendenciosa ou fato verdadeiro truncado ou deturpado de modo a indispor ou tentar indispor o povo com as autoridades constituídas".

Além do clima de terror reinante nas redações (que acabava por gerar até mesmo a autocensura, fruto do receio de jornalistas em perderem seus empregos e dos proprietários de emissoras em perderem suas concessões), a publicidade governamental era outro forte instrumento de persuasão e manipulação utilizado pelos militares, prejudicando ainda mais a cobertura radiojornalística.

A perspectiva de abertura política e do processo de redemocratização acabou por dar um fôlego ainda maior para o radiojornalismo, sempre presente na cobertura da efervescência política verificada nos grandes centros urbanos no início da década de 80, com destaque para o jornalismo opinativo, com a presença de correspondentes em outros estados e países, comentaristas e de jornalistas especializados. O esporte também começou a se desenvolver a passos largos no rádio, impulsionado, principalmente, pelas belas campanhas da seleção brasileira de

futebol nas Copas do Mundo de 58 (Suécia) e 62 (Chile), chegando ao ápice com a conquista do tricampeonato mundial no México, em 70.

O interesse pelo processo de mudanças políticas e econômicas que estava em curso no Brasil e no mundo reforçaram o papel informativo do rádio. Assim, começou a surgir o interesse por parte de algumas emissoras em transformar sua programação em jornalismo 24 horas por dia. Segundo Luiz Artur Ferraretto (2000, 172), "a pioneira nessa iniciativa foi a Rádio Jornal do Brasil AM, do Rio de Janeiro, que tenta implantar no País o modelo norte-americano de rádio totalmente voltado à veiculação de notícias, o chamado formato 'all news'. Em maio de 1980, a JB introduz a novidade, mas a experiência dura apenas seis anos."

Outra emissora que enveredou pelo mesmo caminho foi a Rádio Gaúcha de Porto Alegre. Favorecida pela decadência da Empresa Jornalística Caldas Júnior (que administrava a concorrente, Rádio Guaíba), a Rede Brasil Sul - RBS investiu num sistema de jornalismo baseado em notícias e entrevistas, valorizando a figura do âncora.

O sucesso obtido pela Rádio Gaúcha chamou a atenção dos dirigentes do Sistema Globo de Rádio que resolveram desenvolver um sistema semelhante a partir de 1991, e que hoje é o mais conhecido dentro do radiojornalismo, que é a Central Brasileira de Notícias - CBN, inicialmente

implantada nas emissoras Excelsior AM, de São Paulo, e Eldorado AM, do Rio de Janeiro. Acompanhado por uma eficiente estratégia de marketing, o conceito CBN imediatamente chamou a atenção do público ouvinte das duas principais cidades do País pela inovação: a possibilidade de acesso a informações de qualidade durante 24 horas do dia. No ano 2000 a Central Brasileira de Notícias atingiu o número de 25 emissoras (entre próprias e afiliadas).

Difundido inicialmente como o futuro do radiojornalismo brasileiro, o conceito "all news" vem sendo visto com reservas por profissionais do meio, principalmente por conta das dificuldades em se viabilizar material noticioso suficiente para sustentar as 24 horas de programação. Na avaliação de Marcelo Parada (2000, 123-126), o modelo de jornalismo "all news" colocado em prática no Brasil perde em termos de qualidade para as emissoras norte-americanas:

"Entre nós, as emissoras jornalísticas recheiam alguns períodos do dia com entrevistas mais longas, transmissões de algum evento ao vivo, partidas de futebol. Misturam períodos de notícia em ritmo intenso com debates, roteiros, programas temáticos. Existe flexibilidade na duração de entrevistas e intervenções de repórteres. No all news norte-americano prevalece um esquema rígido de duração dos informativos. Com algumas variações, a emissora vai repetindo em determinado período de tempo

as notícias mais importantes. Na medida em que o dia avança, os fatos novos vão superando os acontecimentos mais frios. (...) Pode-se argumentar que tal modelo é burocrático e impede, por exemplo, uma entrada ao vivo de um repórter com uma notícia relevante no momento em que se informa sobre a previsão da meteorologia. Em compensação, ao longo do tempo, o ouvinte ganha na 'organização' dos fatos, podendo acompanhar a evolução de determinado assunto."

Para facilitar o desenvolvimento de sistemas de programação em rede a Embratel colocou em funcionamento, a partir de 1989, o Radiosat, serviço que possibilita às emissoras transmissão de rádio via satélite. Diversas emissoras jornalísticas do eixo Rio-São Paulo passaram a formar rede para transmitir via satélite seus programas noticiosos para todo o País. Apesar disso, o regionalismo ainda prevalece como uma das principais características da programação radiojornalística. A necessária relação direta entre a emissora de rádio e a comunidade que atinge é bem descrita por Parada (2000, 119):

"Uma das finalidades mais importantes do rádio é mobilizar a comunidade em torno de temas de interesse comum. São as chamadas 'campanhas'. Os alvos são os mais variados possíveis, mas o resultado é sempre um sucesso. De fato, as grandes cidades afastam os moradores, a vida atribulada impede que sentimentos de solidariedade

possam ser manifestados. As campanhas de rádio acabam preenchendo este espaço, devolvendo ao cidadão a chance de participar de algo construtivo, seja por meio de idéias, doações, cartas para parlamentares, etc."

Sua majestade, a reportagem

O final da década de 90 e início do novo século vêm sendo caracterizados por uma crescente preocupação das principais emissoras radiojornalísticas dos grandes centros urbanos em valorizar a reportagem dentro de suas programações. O objetivo dos diretores de redação tem sido extrapolar os fatos do dia, investindo cada vez mais no jornalismo investigativo, aproveitando-se das características técnicas que permitem ao rádio dar as notícias antes dos demais meios de comunicação. O conceito hoje determinante nas grandes emissoras é o de que todos são repórteres, independentemente do cargo que ocupam e devem estar embuídos do espírito de envolvimento e de esforço coletivo para que se obtenha o melhor resultado em termos de produção jornalística (Parada 2000).

Essa evolução na cobertura e na programação das emissoras jornalísticas conta até mesmo com o auxílio direto do ouvinte. Numa eficiente estratégia de marketing, a Rádio Eldorado AM criou em dezembro de 1993 o serviço do "ouvinte-repórter", em que qualquer ouvinte da emissora

poderia ligar de qualquer lugar para passar informações sobre algum fato relevante. Pouco tempo depois, o sistema foi alterado e hoje o foco está direcionado especificamente para a situação do trânsito na cidade e nas estradas. Esse sistema foi copiado pela maioria das grandes emissoras radiojornalísticas que hoje, seguindo a tendência de "interatividade" na relação do emissor com o receptor, mantêm números de telefone para que os ouvintes possam dar informações ou comentar algum assunto.

O futuro do radiojornalismo

Para este início de séc. 21 o jornalismo deve ganhar mais espaço no rádio brasileiro em virtude da criação do serviço de radiodifusão comunitária³. Apesar de aprovado em 1998 pelo Congresso Nacional, somente no ano 2000 o governo federal começou a liberar as primeiras concessões. Tendo em vista a característica básica desse novo segmento da radiodifusão - contato permanente com a comunidade, prestando serviço e difundindo informação local -, naturalmente, essas emissoras privilegiarão o jornalismo em suas programações.

O processo de segmentação da programação radiofônica, tanto em AM quanto em FM, iniciado nos anos 70 e cada vez mais desenvolvido, pode ser analisado como definitivo. Ferraretto (2000, 54) esclarece:

"Define-se segmentação como um processo em que, a partir dos interesses dos ouvintes e dos objetivos da empresa de radiodifusão sonora, se adapta parte ou a totalidade de uma programação a um público específico. Considera-se, assim, não apenas classe social, faixa etária, sexo e nível de escolaridade, mas sim interesses determinados como, por exemplo, as preferências do grupo ao qual o indivíduo pertence."

Graças a esse sistema de programação temos, somente em São Paulo, emissoras especializadas em diversos gêneros musicais (axé, clássica, forró, funk, gospel, MPB, pop, rap, rock, samba, sertanejo, etc.), em jornalismo, em programas populares, religiosos e esportivos.

Entre as expectativas para este novo século também está a possibilidade de desenvolvimento do jornalismo radiofônico dentro da Internet. Segundo a BRS Media, empresa especializada em quantificar webrádios, no final do ano 2000 existiam 4.637 estações de rádio on-line⁴, número que representa um crescimento de 58% em apenas um ano.

Apesar disso, as principais emissoras radiojornalísticas brasileiras ainda adotam uma postura acanhada com relação ao uso da rede mundial de computadores. Por enquanto, a postura adotada pela maioria das rádios é de manter os seus sites no ar, visando prioritariamente garantir a presença na

web, destacando algumas notícias, sons de uma ou outra reportagem e em alguns casos, o próprio áudio da emissora, sem, no entanto, investir esforços em produções e programações mais elaboradas voltadas especificamente para o público de internautas. Provavelmente, essa posição das emissoras de rádio com relação à Internet está ligada à avaliação de que ainda é caro ouvir rádios on-line, em virtude do custo dos pulsos de ligação telefônica. Em São Paulo, no horário comercial, cada hora representa algo próximo de R\$ 1,50.

Entretanto, outras empresas já estão agindo com rapidez para garantir espaço na Internet para o radiojornalismo. É o caso da Central de Radiojornalismo, de Curitiba (PR), agência de notícias que, desde 1997, produz e disponibiliza através da Internet um radiojornal diário para emissoras de rádio. O programa é de acesso gratuito, devendo que as emissoras veiculá-lo com a publicidade que já acompanha a gravação. Também a revista *Veja*, da Editora Abril, iniciou um projeto pioneiro em parceria com o provedor UOL, criando a Rádio *Veja*, site que coloca à disposição o áudio de diversas reportagens produzidas pela equipe de jornalistas da revista.

Já para o público ouvinte, em termos de radiojornalismo a Internet tem apresentado situações interessantes, como a "ressurreição" de programa-

ções de emissoras internacionais, muito difundidas durante o período de guerra fria, e historicamente só acessíveis através das ondas curtas de rádio. É o caso, por exemplo, das emissoras BBC⁵ (British Broadcasting Corporation), Voz da América⁶ e Free Europe⁷.


Em termos de radiodifusão convencional, um dos maiores entraves à expansão do rádio AM (onde o jornalismo se destaca) é justamente a qualidade de som. Tentando se desvencilhar desse problema, no final da década de 90 algumas emissoras jornalísticas resolveram expandir sua programação para a FM, buscando conquistar principalmente o público em trânsito (nos automóveis) dos grandes centros urbanos. A pio-

neira foi a CBN de São Paulo, que passou a transmitir a mesma programação em AM (780Khz) e FM (90,5Mhz), a partir de 1995. Iniciativa idêntica foi tomada pela Rádio Bandeirantes que, por meio de um acordo de retransmissão, garante hoje em FM (90,9Mhz) a mesma programação difundida em sua tradicional sintonia de AM (840Khz).

A história do radiojornalismo brasileiro, em termos de estética, não foi marcada por grandes revoluções. Ao contrário, o gênero caracterizou-se ao longo dos anos por um desenvolvimento gradual, mas constante, alicerçado em agilidade e credibilidade, virtudes fundamentais neste cenário de globalização que domina todo

o mundo. Renovado, o radiojornalismo completa 60 anos num momento especialmente positivo para o rádio, um dos meios de comunicação com mais possibilidades de desenvolvimento e expansão.

Certo mesmo é que, ainda hoje, em pleno terceiro milênio, é ao rádio que as pessoas recorrem quando necessitam obter informações. Sejam dos grandes centros urbanos ou dos mais distantes rincões, é inquestionável que o rádio cumpriu e vem cumprindo como nenhum outro meio de comunicação o papel de informar (e formar) as pessoas, acompanhando-as em todos os momentos do dia.

"Vambora, vambora, olha a hora, vambora, vambora!"⁸ 

NOTAS

- 1 Em homenagem a Roquette-Pinto, nascido no dia 25 de setembro (de 1884), nesta data é comemorado o Dia Nacional da Radiodifusão.
- 2 Apenas para se ter uma idéia da importância dessa fórmula, ainda hoje é em cima dessas três áreas que se baseia a programação da maioria das emissoras de rádio do País.
- 3 Segundo a Lei 9.612, as emissoras comunitárias devem ter potência máxima de 25 watts de potência efetiva irradiada, serem geridas por fundações ou associações comunitárias, não terem fins lucrativos nem divulgar propaganda.
- 4 Basicamente, existem dois tipos de estações de rádio na Internet: as on-line, que transmitem programação ao vivo, e as tipo jukebox, que apenas permitem ao internauta escolher as músicas ou estilos musicais que quer ouvir.
- 5 Rádio BBC - British Broadcasting Corporation, inglesa, iniciou suas atividades como rádio pública em 1927. Site: www.bbc.co.uk/radio
- 6 Criada pelo governo dos Estados Unidos, em 1942, para difundir ideologia contrária ao nazismo. Site: www.voa.gov/stream/stremlst.html
- 7 Lançada em 1949, pelo governo norte-americano, com o objetivo de alcançar países socialistas do Leste Europeu. Site: www.rferl.org/realaudio
- 8 Refrão da música *Paulistania*, utilizada há décadas como tema do principal radiojornal da Rádio Jovem Pan (SP) e considerada a melhor tradução do estilo de vida do paulistano.

BIBLIOGRAFIA

- CARVALHO, André (coord.). *Manual de jornalismo em rádio*; Rádio Itatiaia. Belo Horizonte: Armazém de Idéias, 1998.
- COSTELLA, Antônio F. *O controle da informação no Brasil: evolução histórica da legislação brasileira de imprensa*. Petrópolis: Vozes, 1970.
- CHANTLER, Paul e HARRIS, Sim. *Radiojornalismo*. São Paulo: Summus, 1998.
- FARIA, Álvaro de. *Jovem Pan, 50 anos*. São Paulo: Maltese, 1994.
- FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Edit. Sagra Luzzato, 2000.
- FERREIRA, Paulo César. *Pilares via satélite – da Rádio Nacional à Rede Globo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
- GOLDFEDER, Miriam. *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- KLÖCKNER, Luciano. *A notícia na Rádio Gaúcha: orientações básicas sobre texto, reportagem e produção*. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- MOREIRA, Sonia Virgínia. *O rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.
- MURCE, Renato. *Bastidores do rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje*. Rio de Janeiro: Imago, 1976.
- ORTRIWANO, Gisela. *A informação no rádio. Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.
- PARADA, Marcelo. *Rádio: 24 horas de jornalismo*. São Paulo: Panda Books, 2000.
- PINHO, J. B. O rádio brasileiro dos anos 90 e o estatuto do fonograma publicitário. *Revista Comunicação & Sociedade*, nº 18, dezembro/1991, pp. 25-38.
- PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de radiojornalismo Jovem Pan*. São Paulo: Ática, 1989.
- PRADO, Emilio. *Estrutura da Informação Radiofônica*. São Paulo: Summus, 1989.
- SAMPAIO, Mário Ferraz. *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo*. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.
- SAMPAIO, Walter. *Jornalismo audiovisual: teoria e prática do jornalismo no rádio, TV e cinema*. Petrópolis: Vozes, 1971.
- SILVEIRA, Mauro (org.). *Manual de Redação - Sistema Globo de Rádio*. Rio de Janeiro: agosto/1997.
- TAVARES, Reynaldo C. *Histórias que o rádio não contou*. São Paulo: Edit. Harbra, 1999.
- INTERNET:
- Rádio Bandeirantes (SP)
www.radiobandeirantes.com.br
- Rádio BBC (Londres)
www.bbc.co.uk/radio
- Rádio CBN (SP)
www.globonair.com.br
- Rádio Eldorado (SP)
www.radioeldorado.com.br
- Rádio Free Europe (USA)
www.rferl.org/realaudio
- Rádio Gaúcha (RS)
www.rdgaucha.com.br
- Rádio Guaíba (RS)
www.guaiba.com.br
- Rádio Itatiaia (MG)
www.itatiaia.com.br
- Rádio Jovem Pan (SP)
www.jovempan.com.br
- Rádio Voz da América (USA)
www.voa.gov/stream/stremls.html
- BRS Media
www.brsmedia.com
- Central de Radiojornalismo
www.radiojornalismo.com.br
- Rádio Veja
www2.uol.com.br/veja/idade/radio/index.html