

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

INSTITUTO DE FILOSOFIA - IFILO

EDUARDO MELO NOVAIS



<https://letsdraw.it>

A FILOSOFIA E AS ONDAS RADIOFÔNICAS

UBERLÂNDIA/MG

NOVEMBRO/2023

EDUARDO MELO NOVAIS

A FILOSOFIA E AS ONDAS RADIOFÔNICAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Filosofia da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Filosofia. Sob orientação do Prof. Dr. José Benedito de Almeida Júnior.

UBERLÂNDIA/MG
NOVEMBRO/2023

EDUARDO MELO NOVAIS

A FILOSOFIA E AS ONDAS RADIOFÔNICAS

Trabalho de Conclusão de Curso **APROVADO** como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Filosofia pelo Instituto de Filosofia da Universidade Federal de Uberlândia, sob orientação do Prof. Dr. José Benedito de Almeida Júnior.

Uberlândia, 28 de NOVEMBRO de 2023.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. José Benedito de Almeida Júnior – Orientador

Prof. Dr. Igor Silva Alves - Arguidor

Prof. Dr. Luiz Gustavo Guadalupe Silveira - Arguidor

(In memoriam)

Dedico esse trabalho
à minha mãe Dorinha
e ao meu irmão André Luiz,
com todo o meu amor e gratidão.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, Pedro Augusto e Dorinha. Aos meus irmãos Pedro Júnior, André Luiz e Antônio Carlos. Ao meu filho Donatto, minha retribuição amorosa por partilhar meus primeiros momentos deste maravilhoso curso e por acreditar no meu potencial.

À minha amada esposa Carla, pelas inúmeras renúncias, pelas ausências propositais, por me ensinar a reencontrar minha autoestima e recuperar a paz perdida. À minha enteada Emily, pela paciência de aturar-me como o filósofo da casa.

Agradeço de todo meu coração, aos meus professores da Universidade Federal de Uberlândia - UFU, pelo carinho e por dividirem comigo seus conhecimentos. Em especial ao professor e amigo José Benedito pela competência, incentivo e orientação nessa caminhada acadêmica — muito aprendizado, criatividade e descontração.

Aos professores Igor e Luiz Gustavo pela bondade em ler meus escritos e por participar dessa banca examinadora. Aos coordenadores e colaboradores do Instituto de Filosofia - IFILO.

Aos colegas da XXI turma de Filosofia da UFU, singularmente, ao Darione, pela amizade construída tanto em âmbito universitário quanto na vida pessoal. Tenho também, enorme gratulação a todos que tive a oportunidade de conhecer na universidade.

Que a sabedoria filosófica sempre nos guie!

Sim, minha origem me orgulha!
Insaciável fagulha
No incêndio extingo-me logo
Levo tudo à combustão
Quando o abandono — é carvão:
É certo então que sou fogo!

(Ecce Homo — F. Nietzsche)

RESUMO

A transmissão via rádio é um dos meios de comunicação mais antigos e populares do mundo, tendo desempenhado uma função marcante na história da humanidade. Desde suas primeiras difusões, do início do século XX até os dias atuais, o rádio tem sido utilizado como ferramenta de entretenimento, informação e educação, impactando diretamente a cultura, a política e a filosofia da sociedade em que está inserido. Este trabalho de pesquisa tem como objetivo analisar as influências socioculturais e filosóficas das transmissões radiofônicas ao longo do tempo. Para tanto, será realizada uma revisão bibliográfica sobre a história do rádio, as teorias da comunicação de massa e suas implicações epistêmicas, bem como um levantamento de exemplos concretos de como o rádio influenciou a cultura popular e as ideias filosóficas em diferentes momentos históricos. A dissertação dispõe em trazer uma visão mais ampla sobre o papel que o rádio representou e ainda representa na sociedade, demonstrando sua relevância na formação de entendimentos e na construção do comportamento coletivo. Além disso, espera-se que este ensaio filosófico possa contribuir para uma reflexão crítica sobre a atribuição dos meios de comunicação de massa na formulação do corpo social e do pensamento contemporâneo.

Palavras-chave: Rádio. Comunicação. Filosofia.

ABSTRACT

Radio broadcasting is one of the oldest and most popular means of communication in the world, having played a remarkable role in the history of humanity. Since its first broadcasts, from the beginning of the 20th century to the present day, radio has been used as a tool for entertainment, information and education, directly impacting the culture, politics and philosophy of the society in which it operates. This research work aims to analyze the sociocultural and philosophical influences of radio broadcasts over time. To this end, a bibliographical review will be carried out on the history of radio, theories of mass communication and their epistemic implications, as well as a survey of concrete examples of how radio influenced popular culture and philosophical ideas at different historical moments. The dissertation aims to bring a broader view of the role that radio played and still plays in society, demonstrating its relevance in the formation of understandings and the construction of collective behavior. In addition, it is hoped that this philosophical essay can contribute to a critical reflection on the role of mass media in the formulation of the social body and contemporary thought.

Keywords: Radio. Communication. Philosophy.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
2. PANORAMA HISTÓRICO	13
2.1. A invenção do rádio	15
2.2. A chegada do rádio ao Brasil	19
2.3. Rádio <i>All News</i> — jornalismo 24h	20
2.4. As emissoras brasileiras de rádio 24h	26
2.5. Formato e características do gênero <i>All News</i>	30
3. OS PRISMAS FILOSÓFICOS PERTINENTES ÀS TRANSMISSÕES RADIOFÔNICAS	33
3.1. Teorias filosóficas a respeito do rádio	34
3.2. A analogia com a metafísica	35
3.3. O discurso das massas e a clarividência na comunicação	37
3.4. Ação comunicativa de Habermas e a tendencialidade na programação midiática	38
3.5. A ética na radiodifusão — responsabilidade social e a formação da opinião pública	40
3.6. Os desafios éticos da radiodifusão	41
3.7. O jabaculê — payola, ou simplesmente, jabá musical	42
4. REFLEXO DA RADIOCOMUNICAÇÃO NAS ESTRUTURAS DE PODER NA SOCIEDADE	46
4.1. Breves relatos históricos do poder do discurso radiofônico	48
4.2. Normas combativas à manipulação midiática e a adoção ao pensamento crítico da audiência	50
4.3. A mediação entre a informação do rádio e a epistemologia do ouvinte	54
4.4. O feedback do público — o outro caminho da bidirecionalidade da metafísica do rádio	58
4.5. A natureza da interatividade na radiodifusão — a indefinição das fronteiras entre comunicação e interação social	59
5. A PLURALIDADE NA RADIOFONIA — COMUNITARISMO, RESISTÊNCIA E EMANCIPAÇÃO	64
5.1. As rádios comunitárias	65
5.2. Algumas ações das rádios comunitárias brasileiras	67
5.3. Visões filosóficas extraídas das ações das rádios comunitárias	68

5.4. A liberdade de expressão — resistência e clandestinidade	71
5.4.1. Rádios universitárias.....	74
5.4.2. Rádios piratas.....	75
5.5. A era democrática dos streamings e a liberdade de escolha	76
5.6. A radiodifusão e a filosofia da música.....	80
5.7. O surgimento das rádios rock no Brasil e no mundo	82
6. METODOLOGIA.....	85
7. “YES, NÓIS TEM ROCK, UAI!”	88
7.1. A Hora do Rock — a tarde mais roqueira da região	89
7.2. O dialogismo de Bakhtin associado ao programa A Hora do Rock.....	90
7.3. A Hora do Rock — um fenômeno contracultural.....	92
7.4. A Hora do Rock — aspectos da conexão emocional subjetiva	93
7.5. O último spot.....	95
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	97

INTRODUÇÃO

A radiodifusão é a transmissão de conteúdo, como música, notícias, programas de entrevistas e outras formas de entretenimento, por meio de ondas eletromagnéticas que se propagam pelo ar. Essas ondas são captadas por dispositivos de recepção, como rádios, televisores e dispositivos móveis, que as convertem em som e imagem. É uma forma de comunicação de massa que tem sido utilizada desde a década de 1920. Teve um papel importante no século XX, especialmente no fornecimento de informações em tempos de guerra e na disseminação da cultura popular em todo o mundo.

A radiocomunicação pode ser realizada através de diferentes modos, como ondas curtas, ondas médias e ondas longas. Essas ondas são transmitidas em diferentes frequências, que são determinadas pelas características técnicas dos dispositivos de transmissão e recepção. A escolha da frequência afeta a qualidade do som propagado e o seu alcance. Além disso, a radiodifusão pode ser realizada em diferentes formatos, como rádio AM, rádio FM, televisão aberta e TV por assinatura. Cada formato tem seus próprios aspectos técnicos e suas vantagens e desvantagens. Por exemplo, a rádio AM tem um maior alcance, mas a qualidade do som é geralmente inferior à da rádio FM. Já a televisão por assinatura oferece uma maior variedade de canais e programação radiofônica, porém é mais cara e requer um compromisso contratual.

A intersecção entre a filosofia e as ondas radiofônicas representa um campo de estudo intrigante e multifacetado que tem ganhado crescente interesse nas últimas décadas. As ondas radiofônicas — enquanto um meio de comunicação poderoso e ubíquo — desempenham missão significativa na moldagem da cultura contemporânea e na disseminação de ideias. Nesse contexto, a filosofia surge como uma ferramenta crítica para analisar e compreender a complexa dinâmica entre a transmissão de informações via rádio e a construção do conhecimento, da identidade cultural e da sociedade.

Esta pesquisa concentra-se na relação entre a filosofia e as ondas radiofônicas, com ênfase na influência da rádio na formação de ideias e valores filosóficos. Como as ondas radiofônicas afetam a filosofia e vice-versa? A rádio exerce uma função substancial na propalação de noções filosóficas para o público em geral; a filosofia pode enriquecer a compreensão analítica das mensagens transmitidas pelas ondas radiofônicas.

Este estudo possui como propósito geral investigar a interação entre a filosofia e as ondas radiofônicas, destacando suas implicações para a cultura e o pensamento

contemporâneo e, especificamente, averiguar como as ondas radiofônicas influenciam a difusão das opiniões; explorar de que forma a filosofia pode ser aplicada para avaliar criticamente o conteúdo radiofônico e apreender como a relação entre filosofia e rádio contribui para uma sociedade mais reflexiva e informada.

Este trabalho se justifica pela relevância de compreender como a filosofia e as mídias radiofônicas se interagem, influenciam e são influenciadas mutuamente, uma vez que isso pode lançar luz sobre questões cruciais de comunicação, educação e formação cultural na sociedade atual.

A exposição seguirá uma abordagem quantitativa, envolvendo a coleta e análise de dados estatísticos relacionados ao impacto das ondas radiofônicas na disseminação de ideias filosóficas. Ademais, serão realizados relatos detalhados de casos que exemplificam as interações entre filosofia e rádio em contextos específicos. Essa visão abrangente permitirá uma compreensão mais profunda e ampla da temática em questão.

2. PANORAMA HISTÓRICO

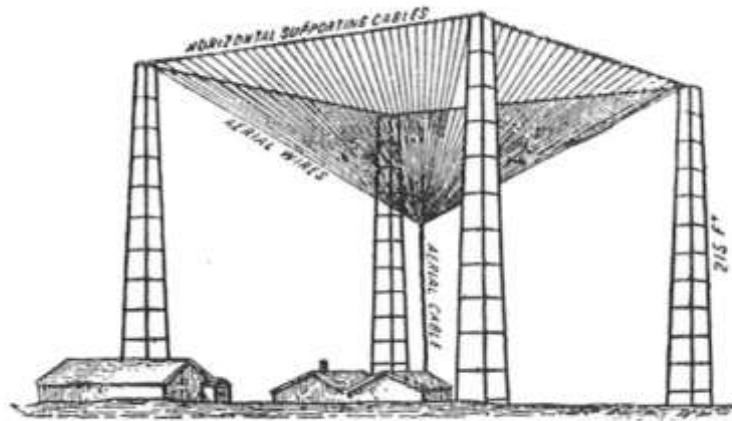


<http://historiaradiofonica.blogspot.com/>

A tecnologia de rádio surgiu no final do século XIX e início do século XX, como resultado do trabalho pioneiro de inventores como Guglielmo Marconi, Nikola Tesla e Aleksander Popov. O desenvolvimento do rádio foi impulsionado pelo desejo de transmitir informações a longas distâncias, usando ondas eletromagnéticas.

Uma das primeiras demonstrações públicas da tecnologia de rádio ocorreu em 1896, quando Marconi transmitiu uma mensagem a uma distância de cerca de uma milha e meia. Nos anos que se seguiram, Marconi e outros inventores continuaram a refinar seu método de radiofonia e, no início dos anos 1900, as difusões estavam sendo usadas para diversos fins, incluindo comunicação navio-terra e sinalização militar (JAMBEIRO, 2004).

Marconi wireless station and aerials (Rankin Kennedy, Electrical Installations, Vol. V, 1903)



[Historic Images](#)/Alamy Stock Photo

Um exemplo notável de uma estação de rádio com uma orquestra e um auditório foi a NBC, que estabeleceu a primeira orquestra de rádio dos EUA em 1927. A NBC também construiu um grande auditório em sua sede em Nova York, conhecido como *Radio City Music Hall*, que era usado para apresentações ao vivo e gravações de programas de rádio. O *Radio City Music Hall* tornou-se um ícone da cultura popular norte-americana e ainda é usado para exposições ao vivo hoje em dia (GUERRA, 2019).

Com o sucesso das primeiras estações de rádio e seus programas ao vivo, muitas outras emissoras começaram a adotar a mesma abordagem, contratando orquestras e montando auditórios para gravar e transmitir programações em tempo real. A popularidade das transmissões de rádio ao vivo ajudou a impulsionar a venda dos primeiros aparelhos de

rádio¹ para o público em geral, o que permitiu que mais pessoas tivessem acesso à música e ao entretenimento em suas casas. Ademais, as transmissões de rádio ao vivo também promoveram músicos, artistas e atores que se apresentavam nas estações, o que muitas vezes levava a oportunidades de gravação e atuações em outros locais. Muitos artistas famosos tiveram seus começos na rádio, incluindo Bing Crosby, Frank Sinatra e Elvis Presley (FLECK, 2022).

Com o passar dos anos, a tecnologia evoluiu e a transmissão de programas de rádio ao vivo tornou-se menos comum. No entanto, a importância da rádio como uma forma de entretenimento e fonte de música e informação ainda permanece, e muitas estações ainda têm orquestras e auditórios para gravar e difundir programas ao vivo. Também, muitas emissoras agora transmitem pela internet, permitindo que uma audiência global desfrute de seus programas ao vivo e gravados.

2.1. A invenção do rádio

A história do rádio inclui todas as diferentes descobertas, avanços tecnológicos e inovações que abriram o caminho para o desenvolvimento de equipamentos de radiodifusão em suas muitas iterações. Estes avanços são considerados parte da história do rádio, uma vez que, em primeiro lugar, a descoberta da transmissão de ondas eletromagnéticas foi essencial para o desenvolvimento do rádio e, por isso, a sua história inclui estas evoluções (CARVALHO, 1979).

Portanto, a história do rádio é composta por pelo menos um século de aperfeiçoamentos científicos e técnicos. Estes avanços foram feitos por algumas das mentes mais brilhantes nos campos da física, da engenharia e das ciências aplicadas. Começa na segunda metade do século XIX e atinge seu auge no rádio digital da segunda metade do século XX (CARVALHO, 1979).

O rádio foi uma inovação revolucionária que não só modificou fundamentalmente a maneira como as pessoas se comunicavam umas com as outras, como também abriu o caminho para a criação de tecnologias subsequentes como televisão, internet sem fio, radar e sonar.

¹ Os primeiros receptores eram confeccionados em sulfeto de chumbo, os “bigodes de gato”, usados para detectar os sinais de rádio, sendo ligados a aparelhos de cristal. Havia muita dificuldade para sintonizar as estações e, principalmente por esse obstáculo, a massificação do rádio ocorre somente após 1927.

O Rádio de Marconi



<https://dunapress.com/>

O escocês James C. Maxwell desenvolveu a teoria da propagação de ondas eletromagnéticas a partir de 1860. Esta teoria foi o resultado de suas investigações sobre o tema durante os dez anos anteriores. Maxwell chegou à conclusão de que a mudança dos campos elétricos resultava na alteração dos campos magnéticos e vice-versa. Como resultado desta constatação, ondas eletromagnéticas puderam ser formadas e depois propagadas através do espaço. (HAUSSEN, 2004).

Heinrich R. Hertz foi a primeira pessoa a colocar as ideias de Maxwell em realidade. Em 1888, ele foi capaz de fazer ondas eletromagnéticas artificialmente e detectá-las com um equipamento que ele mesmo havia projetado e construído. Hertz demonstrou que as ondas têm qualidades semelhantes à luminescência e viajou a uma velocidade comparável à da luz. Devido ao fato de que as ondas eram variantes eletromagnéticas do mesmo espectro, seguiu-se que elas também podem ser refletidas, desviadas, polarizadas, e assim por diante. As ondas eletromagnéticas são muitas vezes chamadas de "ondas hertzianas", depois do cientista que as desvendou. (HAUSSEN, 2004).

A criação do telefone por Graham Bell, que foi relatada primeiramente vez em 1876, é considerada como outro precedente significativo. De forma semelhante à do telégrafo, esta inovação tem o potencial de enviar o som de uma voz humana comunicada na forma de impulsos elétricos através de fios condutores. E depois, há a novidade vinda do russo Aleksander Popov que teve a ideia da antena e a utilizou para fazer as primeiras transmissões de ondas eletromagnéticas através de uma curta distância. (SAROLDI, 2005).

Em relação a quem foi a primeira pessoa a inventar o rádio, há um debate histórico. Por um lado, o conhecido inventor sérvio Nikola Tesla foi o primeiro a apresentar um pedido de patente para um dispositivo que pudesse receber ondas de rádio. Por outro lado, em 1896, o italiano Guglielmo Marconi criou o primeiro equipamento que podia receber ondas radiofônicas. Marconi continuou mostrando a aplicabilidade de sua invenção à marinha e ao exército, e como resultado, ele é conhecido como o inventor do rádio. Existem relatos de que há provas que os bens de Marconi foram roubados. (FERRARETTO, 2012).

A Suprema Corte dos Estados Unidos emitiu sua decisão em 1943 contra a Marconi Wireless Tel. Co., empresa que alegou o uso do rádio pelo exército norte-americano durante a Primeira Guerra Mundial sem pagar taxas de patente. Esta decisão foi o que trouxe à tona a histórica polêmica, sendo que esta sentença não tem absolutamente nada a ver com a questão de quem criou o rádio. (FERRARETTO, 2012).

O rádio de galena² — criado pelo russo Oleg Losev — é considerado o primeiro dispositivo receptor de rádio semicondutor. Galena, também conhecido como cristal de sulfeto de chumbo, foi usado na construção de um aparelho "portátil" que pesava cerca de dez libras (4,5 quilos aproximadamente). Era difícil mover o mostrador, apesar de haver apenas algumas poucas estações disponíveis. (HAUSSEN, 2004).

Anos se passaram até que o primeiro rádio que permitiu ao ouvinte mudar o canal fosse produzido. Este rádio recebeu o nome de super-heteródino³ por seu inventor, o francês Lucien Lévy. O próprio Marconi fez a primeira transmissão de rádio a uma distância significativa em 1899. Esta transmissão ocorreu no Canal da Mancha, e cobriu uma distância de cerca de cinquenta quilômetros. Como resultado, as capacidades deste novo dispositivo, que algumas pessoas chamavam de "telégrafo sem fio", foram exibidas. (SAROLDI, 2005).

Então, na véspera do Natal de 1906, houve a primeira transmissão na América do Norte. As primeiras radiodifusões regulares de propagandas e entretenimento começaram na década de 1920. Nos Estados Unidos foi dada a origem à primeira estação regular de notícias do mundo, que usava o indicativo de chamada 8MK (hoje é chamada de WWJ). Em 1920, ela fez sua estreia na cidade de Detroit, Michigan, sob a propriedade da *The Detroit News*. A *British Broadcasting Corporation* (frequentemente conhecida como BBC) foi estabelecida em

² Rádio de galena é um dos receptores de rádio mais simples de modulação AM que se pode construir. Ele utiliza as propriedades semicondutoras do mineral galena, um dos primeiros semicondutores utilizados, ou seja, antes do germânio e silício.

³ Em eletrônica, um receptor super-heteródino usa mistura de frequências para converter um sinal recebido numa frequência fixa. Praticamente todos os receptores de rádio modernos usam o princípio de super-heteródino.

Londres em 1922. Esta organização se tornaria uma das mais conhecidas em todo o mundo. (HAUSSEN, 2004).

Os anos entre 1920 e 1930 são frequentemente referidos como a "era dourada" do rádio. Durante este período, houve uma explosão de estações de rádio em todo o mundo, principalmente em nações industrializadas. Nesta época, dois norte-americanos chamados Chester W. Rice e Edward Washburn Kellogg desenvolveram um novo tipo de emissor conhecido como "locutor de bobina móvel", que era capaz de abordar uma variedade de questões relacionadas à escuta de rádio. Até aquele momento, havia uma série de maneiras de fazer isso, tais como prender fisicamente os fones de ouvido à própria caixa. (CARVALHO, 1979).

À medida que o rádio tornou-se popular, cada vez mais pessoas queriam ouvi-lo em uma profusão de ambientes, inclusive enquanto dirigiam. Por causa disso, os primeiros rádios automotivos foram fabricados e vendidos comercialmente em 1927, preferencialmente pelos consumidores, aqueles com a marca *Philco Transistone*. Desde então, a relação entre o rádio, o tocador de música e o automóvel continuou sem parar. Esta associação aproveita o fato de que o olho deve estar envolvido ao dirigir, mas o sentido da audição não. Os rádios que utilizavam transistores eram mais eficientes em termos energéticos, mais leves e mais baratos. Eles também eram menores. A invenção dos transistores em 1947, pela corporação norte-americana *Bell*, mudou completamente a face da indústria eletrônica. Os transistores são dispositivos semicondutores que podem tanto bloquear, reduzir ou permitir a passagem de corrente elétrica. (CARVALHO, 1979).

Os três engenheiros John Bardeen, Walter Brattain e William Shockley compartilharam o Prêmio Nobel de Física em 1956 por sua contribuição para o projeto do dispositivo. A empresa alemã *Intermetall* conseguiu lançar o primeiro rádio transistor do mundo graças a este *gadget*, que foi produzido em 1953.

Durante as décadas dos anos 1960 e 1970, os rádios estavam ganhando popularidade como meio de acompanhar as notícias em meio à Guerra Fria e foi o impulso para a fabricação massiva de aparelhos radiofônicos. Sua utilidade continuou até os anos 1980, quando foi superada por outras tecnologias que eram muito mais produtivas. (SAROLDI, 2005).

Embora tenha havido uma perda significativa durante os anos oitenta e noventa do século passado — como resultado direto do aumento da notabilidade da televisão —, o rádio conseguiu entrar na era digital. Ganhou nova vida com o advento da internet, com os avanços técnicos que vieram com o novo século e as primeiras rádios digitais que passaram a existir

com transmissões on-line. Além disso, nos últimos anos surgiram difusões de rádio para download conhecidas como podcasts.

2.2. A chegada do rádio ao Brasil

“Em 7 de setembro de 1922, ocorreu a primeira transmissão de rádio no Brasil durante as comemorações do centenário da Independência. O pronunciamento do presidente Epitácio Pessoa foi divulgado por meio de uma antena instalada no Morro do Corcovado e alcançou receptores em Niterói, Petrópolis e São Paulo. Assim, surgiu o rádio brasileiro, com a fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro por Edgar Roquette-Pinto.”⁴

Este evento seminal apareceu originalmente nos registros históricos do Brasil. Um transmissor construído na Escola Politécnica da cidade que funcionava como sede do governo federal na época deu início à primeira estação de rádio de língua portuguesa no Brasil. Muitas das primeiras emissoras de rádio do Brasil foram iniciadas por empresários isolados ou por organizações de malhas soltas ansiosas para explorar as possibilidades de um novo meio. Estas pessoas e grupos estavam curiosos sobre a reação aos novos meios de comunicação (SAROLDI, 2005).

O negócio de radiodifusão no Brasil era completamente desregulamentado. Até que uma legislação foi aprovada por Epitácio Pessoa tornando os Correios e Telégrafos Gerais responsáveis pelas transmissões de radiotelegrafia e radiotelefonía. A primeira apuração séria de controle de rádio foi iniciada em 1931, enquanto Getúlio Vargas era presidente. Quando o número de estações de rádio atingiu algumas centenas e continuou a aumentar, as autoridades começaram a se preocupar. Naquele ano, o governo anunciou uma decisão que autorizou empresas privadas a alugar canais, o que por sua vez lançou o setor de publicidade comercial (HAUSSEN, 2004).

Certas emissoras de rádio foram forçadas a expandir suas operações e intensificar o quadro de funcionários em consequência do crescimento imprevisto da renda provocado pela elevação dos limites das propagandas de rádio. Numerosos locutores em início de carreira devem muito à exposição que receberam através de peças de rádio e concertos transmitidos durante este tempo. A partir de então, a rádio proliferou-se para tornar um meio cada vez mais influente para o público (FERRARETTO, 2012).

Sob a liderança de Vargas e seu Estado Novo, formou-se o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), cujo mandato incluía a supervisão dos veículos de mídia financiados

⁴ <https://www.camara.leg.br/radio/programas/469402-primeira-transmissao-de-radio-no-brasil-completa-94-anos/>

pelo governo. Estariam sujeitos ao escrutínio do DIP. O Presidente manteve laços estreitos com o DIP, pois considerava a imprensa como um importante meio de divulgação de sua mensagem (FERRARETTO, 2012).

Quando as televisões ficaram acessíveis aos brasileiros a partir de 1950, houve uma onda de interesse na criação de um código nacional de radiodifusão. Em 1958, enquanto Juscelino Kubistchek presidia o país, esforços foram realizados para codificar dados. Jânio Quadros criou a Comissão Técnica de Rádio durante seu mandato para servir como órgão consultivo do Presidente, Ministério dos Transportes e Obras Públicas, e Conselho Nacional de Telecomunicações (ORTRIWANO, 2002). Como resultado, as três pastas foram capazes de se comunicar umas com as outras de forma mais eficaz. Foi somente em 1964, quarenta e dois anos após a primeira estação brasileira de rádio ter entrado no ar, que o governo começou a exercer qualquer controle real sobre o meio. Isto ocorreu no começo do governo de Castelo Branco. A Anatel foi fundada no Brasil em julho de 1997, de acordo com a Lei Geral de Telecomunicações do país. A Divisão de Comunicações estaria a cargo de uma organização separada com seu próprio conjunto de regras e financiamento (ORTRIWANO, 2002).

Há rumores de que o cientista brasileiro Roberto Landell de Moura foi o primeiro a provar que as comunicações telegráficas sonoras e sem fio poderiam ser enviadas e recebidas através de ondas eletromagnéticas. Apesar da crença comum de que Marconi foi o pioneiro na difusão das comunicações audíveis através de ondas de rádio, as realizações do padre pesquisador Landell de Moura ganharam mais atenção nos últimos anos devido ao significado do que foi realizado. O trabalho de Marconi não teria sido possível sem as patentes de Tesla sobre a tecnologia, conquanto do fato de que o engenheiro e inventor sérvio ser comumente creditado com Marconi pelo desenvolvimento do rádio (ORTRIWANO, 2002).

2.3. Rádio *All News* — jornalismo 24h

Em 1923, Bill Slocum, muda o *Herald Tribune* para o rádio para fazer o primeiro jornal falado com uma estrutura jornalística, contando com uma amplitude de conteúdo e quinze minutos de duração. Em 1925, o gesto é seguido pelo francês Maurice Privat. A partir de 1926, a transição de jornalistas de imprensa para rádio tornou-se cada vez mais frequente. No final de 1924, cem empresas de jornais tinham sua própria estação de rádio para difundir informações. Até 1927, os sistemas embrionários de reprodução de voz e a abundância de

transmissores que interferiam na frequência uns dos outros devido à falta de regulação das ondas, resultaram em condições de recepção deploráveis (KICHNHESVSKY, 2017).

Quatro anos após as primeiras transmissões regulares, a publicidade começava a se dedicar para as emissoras em número crescente. Assim começa uma disputa entre rádio e imprensa que seria resolvida nos anos de 1933 e 1935 — para os EUA e Europa, respectivamente —, com a qual apenas estações comercialmente ligadas à imprensa poderiam dar informações. Não só a publicidade preferiu as ondas de rádio, mas também o público, já que tinha a notícia imediata. Na década de 1920, eventos importantes ocorreram para a história do rádio, como a criação pela RCA da *National Broadcasting Company* (NBC), em novembro de 1926. Uma das redes da RCA, a *Blue Network*, daria origem à *American Broadcasting Company* (ABC) em 1943. Outro gigante do rádio, a *Columbia Broadcasting System* (CBS) seria criado em 1927 (CHANTLER, 1998).

Também em 1927, foi promulgada a “Lei norte-americana de Rádio”, que regulava as frequências, acabando assim com a luta de interferências. A partir daí, os informes são significativamente reforçados tanto nos EUA quanto na Europa. Praticamente todas as emissoras têm serviços de informação regulares executados por jornalistas profissionais (MODESTO; GUERRA, 2010).

Em 1930, a audiência da rádio estadunidense foi estimada em treze milhões, em comparação com oito milhões da europeia. A nova década marcará o confronto entre imprensa e rádio. Em 1929, jornais e revistas perderam 42% e 50%, respectivamente, de sua receita publicitária. A pressão dos editores aumentou e a ANPA (*American Newspaper Publishers Association*) teve que reagir: o material de notícias de rádio foi limitado a trinta e cinco palavras que foram transmitidas em dois boletins, duas vezes por dia (após a publicação dos jornais da manhã e da tarde). Então as agências de notícias suprimiram seus serviços de rádio (BONIXE, 2010).

Em resposta, a CBS criou sua própria agência de notícias de rádio, a *Columbia News Service*, e um grupo de estações seguiu o modelo, chamando-o *de transradio-press*. Embora ambos tivessem uma vida curta, eles foram o exemplo a seguir anos depois. Com as melhorias no ambiente técnico, ocorrem as primeiras tentativas de separar o centro emissor e o centro de reprodução. Isso significava que a antena poderia ser colocada em lugares altos para aumentar o alcance e a difusão (DE QUADROS; LOPEZ, 2014).

Em 1926, a gravação elétrica aparece, melhora a qualidade da captura e reprodução musical, substituindo os solistas por músicas gravadas em discos. O conceito de programação surge, embora tecnicamente a única forma de produção seja ao vivo. Isso produziu dois

blocos únicos: recitações de palavras e música; com foco em informações, notícias, comunicados à imprensa ou anúncios e leituras de obras literárias (CANAVILHAS, 2012).

Em 1935, a limitação da transmissão de notícias por rádio cessou nos Estados Unidos e na Europa e todos os serviços de informação foram normalizados enquanto as agências de notícias criavam serviços especiais para rádios. No velho continente, as emissoras usam teletipos tradicionais de agências de notícias. Além disso, os profissionais da imprensa se deslocavam permanentemente para o rádio (KOCHHANN; FREIRE; LOPEZ, 2011).

Neste momento, os gêneros de notícias de rádio começam a tomar forma e começa a ser entendido que o rádio pode oferecer algo a mais do que um jornal falado. Jornalistas proeminentes estão nas ruas procurando informações ao vivo. Sem escrever, a notícia é reportada ou comentada. A reportagem é configurada com a dramatização como técnica própria (CARDOSO; CASTELLS, 2006).

Foi só em 1938, com o aparecimento do *multiplex* — sistema de comunicação que permite que múltiplas mensagens sejam combinadas simultaneamente no mesmo meio de transmissão física ou lógica —, que o diálogo simultâneo foi desenvolvido ao vivo. Deste ponto de vista, a década de 1930 coincide com os anos dourados (CALABRE, 2002).

O rádio é configurado como um espetáculo radiofônico ao longo dos caminhos da dramatização e da literatura de rádio. Pode-se dizer que a programação é dividida em dois grupos de acordo com a natureza da emissora: programas comerciais, com novelas e estatais; programações privadas, que se preocupam com a evolução do rádio por meio da difusão de grandes obras literárias e aquelas escritas para a estação. Começa aí o estímulo ao público de escrever para a emissora. A propaganda inunda a grade, não era mais a publicidade que estava acoplada ao conteúdo, mas a partir desse momento, seria o conteúdo que se ajustava à publicidade (GUERRA, 2019).

É neste momento que começa a medição do público: levantamento direto, entrevista por telefone, informações mecânicas e o método diário — um grupo de ouvintes anota suas impressões em alguns programas (KICHNHESVSKY, 2017). O emissor finalmente deixa as cidades, há um ganho em escopo e qualidade. Alto-falantes, sintonizadores e receptores também são melhorados, assim como a regulamentação da distribuição de frequências. Neste momento, a gravura de som em disco suave é desenvolvida, iniciando assim as gravações e programas em adiado (MODESTO; GUERRA, 2010). Os profissionais são especializados: há um controlador, um editor de música, técnicos de efeitos sonoros, um locutor, roteiristas etc. O terceiro período da história do rádio é marcado por contraste total. Durante os primeiros anos, o rádio viveu um período de euforia, com crescimento constante. No entanto, no final

dos anos 1940, a crise começa a ser vislumbrada, desta vez, causada pela televisão (DE QUADROS; LOPEZ, 2014).

A Segunda Guerra Mundial marcou uma nova decolagem para a radiodifusão. No decorrer desta fase, o rádio foi usado como uma arma nova e muito poderosa que todos os lados aproveitaram. Entretanto, o caráter informativo ao qual deveria estar destinado perdeu força para dar lugar a um rádio totalmente instrumentalizado a serviço da política e do poder, até que foi deformado e praticamente jogado no caos. Tornou-se mais um recurso da máquina de guerra: em "artilharia de ondas curtas". As características e o sinal do rádio nestes anos não podiam ser compreendidos sem a consideração das transmissões alemãs e inglesas (KOCHHANN; FREIRE; LOPEZ, 2011).

A rádio alemã, desde sua fundação, sempre foi usada como instrumento de poder. É verdade que a natureza informativa do rádio era escassa. Todavia essa escassez de informações contrasta com um nível cultural bastante elevado de conteúdo.

O rádio era considerado como um "*Ulterhaltungsrundfunk*" (distração de rádio), o objetivo era servir ao entretenimento público compreendido em seu mais alto significado; ou seja, disseminação da música clássica e das peças, fundamentalmente. Apesar disso, pelo menos 51% do capital pertenciam ao Estado, por isso o governo sempre exerceu o controle (CALABRE, 2002).

Em 1932, a organização nazista foi confiada a Goebbels, que trabalhou incansavelmente para criar um ministério de propaganda que começasse aproveitando as horas mínimas que as estações tinham para oferecer à disposição do governo. O passo seguinte foi assumir o controle econômico e político total da radiodifusão, ação que não demorou muito (junho de 1933). O rádio tornara-se o melhor dispositivo político, não só para a doutrinação do país, mas também para a guerra além das próprias fronteiras (BONIXE, 2010).

Junto com o desenvolvimento de conteúdo de propaganda, a natureza e o número de espaços de entretenimento foram limitados. Esta propaganda também estava espalhando-se para os territórios que os nazistas estavam ocupando, ou seja, eles impuseram suas regras de rádio (KICHINHESVSKY, 2017).

Em novembro de 1922, a formação e *startup* da *British Broadcasting Company* - BBC — uma corporação pública composta por um conselho de governadores que garantiu que a radiodifusão fosse realizada como um serviço público — marcou o início da radiodifusão inglesa (DE QUADROS; LOPEZ, 2014).

A essência dos tópicos divulgados não implicava qualquer mudança em relação ao conteúdo transmitido em outros países europeus, exceto pelo maior compromisso com um tratamento sério e um propósito puramente cultural. A disseminação de notícias também não foi gratuita na Grã-Bretanha. A BBC, que monopolizou as ondas de rádio inglesas, experimentou um desenvolvimento de informação crescente a partir de 1927, e atingiu seu prestígio máximo na década de 1930. Isso fez com que as redes norte-americanas pensassem na BBC como uma fonte de notícias e correspondente com a Europa. Em razão disso, a BBC torna-se a maior emissora do mundo, tanto em termos de volume de informação quanto de influência (GUERRA, 2019).

O rádio sofreu crises entre 1950 e 1965. Porém, uma vez que as dificuldades do momento foram superadas e graças aos avanços técnicos, o rádio começou a ter novos rumos e progredir. Na década de 1960 houve uma notável expansão do meio, tanto no número de transmissores quanto no número de receptores. Os aperfeiçoamentos técnicos que surgiram determinaram uma nova forma de fazer conteúdo na radiodifusão mundial. Esses avanços tiveram uma influência decisiva na sociedade e no processo de comunicação (DE QUADROS; LOPEZ, 2014).

Quando se fala em rádio, designa como causa de seu período de decadência o aparecimento da televisão. Contudo hoje se pode dizer que o rádio foi renovado graças à televisão. O processo de expansão da TV no mundo ocorre entre 1950 e 1965 (GUERRA, 2019). Por esse intervalo, a radiofonia modificou completamente sua estrutura, suas fórmulas expressivas e seus objetivos. Nos EUA, mais de trezentas estações foram implementadas. Na Europa, o quadro era diferente, a empresa pública monopolizava a radiodifusão e, portanto, não houve um aumento tão notável das emissoras quanto no norte da América. O que aconteceu foi uma multiplicação das redes de rádio nacionais nos anos 1950. O uso da modulação de frequências contribuiu para essa expansão das transmissoras (DE QUADROS; LOPEZ, 2014).

A modulação de frequência (FM) foi descoberta por Edwin Armstrong em 1933, mas, foi somente em 1940 que a FCC — *Federal Communications Commission* — aprovou o uso da modulação em frequência. Uma das primeiras aplicações da FM foi sua integração aos sistemas de comunicação do exército dos EUA, na Segunda Guerra Mundial. Isso ocorre devido à sua maior qualidade de sinal na emissão e no som na recepção, ao baixo custo de equipamentos e à menor interferência (DE QUADROS; LOPEZ, 2014).

Por suas vantagens, a FM foi mais tarde adequada para estações de rádio locais. Deve-se notar que as transmissoras FM em seus primeiros dez anos foram um fenômeno

exclusivamente norte-americano; em 1960 já existiam oitocentas e cinquenta estações na América. Em 1970 havia mais de três mil. Na Europa, a consumação da FM foi mais lenta e não chegou até a década de 1980. Como exceção, encontra-se a Alemanha, que em 1937 transmitiu através da FM o som de sua emissora, bem como a BBC e a RNE que incorporaram um processo experimental em 1957.

Ademais, neste momento aparece uma inovação: a gravação e reprodução em alta fidelidade (HI-FI), que consegue ter maior presença sonora e uma gama maior de frequências. Criado por Peter Goldmark⁵, o HI-FI consiste no precursor do som estéreo, baseado no princípio do *FM-multiplex* (MODESTO; GUERRA, 2010).

A essas modernizações deve-se acrescentar a generalização do uso do gravador em todos os processos de produção de rádio e em todas as estações do mundo. Depois de 1955, as emissoras radiofônicas insistiram em procurar as notícias onde foram produzidas e, preferencialmente, se tinham interesse local. Essa forma de atuação das rádios reviveu o desejo por notícias da audiência, a ponto de os sistemas de informação se multiplicarem dia a dia. Nessa época, um elemento muito importante foi adicionado ao conteúdo de notícias e que até agora tinha sido subordinado: a música. Amostras de programas norte-americanos foram: *The World Tonight* (CBS), *Monitor* (NBC) ou *Flair* (ABC), que se tornaram os primórdios das revistas de notícias de rádio, focadas nos eventos diários mais importantes para analisá-los com profundidade. Todas essas mudanças nos conteúdos informativos significaram que no final dos anos 1950 a rádio local foi totalmente implantada nos EUA. Na Europa, a BBC e a radiocomunicação francesa mantiveram uma tendência semelhante. Em 1967, a primeira estação local da BBC começou a operar, diferindo completamente do fenômeno da rádio local norte-americana (BONIXE, 2010).

Após a Segunda Guerra Mundial, a rádio norte-americana foi dominada por um conglomerado de três grandes redes: ABC, NBC e CBS. Em meio à guerra, a valia pela mensagem via rádio aumentou e o conceito unitário de radiodifusão começou a ser conhecido. Um conceito que engloba o rádio espetáculo, com uma vocação decidida para influência da opinião pública nacional, na qual o patrocínio da notícia é dado, o prestígio é alcançado e audiências nacionais únicas são colhidas (CANAVILHAS, 2012).

Na segunda metade do século XX, as estações regionais e locais receberam um impulso definitivo com a generalização da FM. Com o pós-guerra, a ruptura da noção unitária

⁵ Peter Carl Goldmark, engenheiro húngaro naturalizado estadunidense. Durante o tempo em que trabalhou na *Columbia Records*, foi fundamental no desenvolvimento do disco de vinil, que veio substituir o de “goma-laca de 78 rotações”. O *Long Play* era leve, resistente a quedas, de fácil manuseio e com tecnologia mais avançada para a reprodução musical nas rádios.

da audiência nos Estados Unidos foi causada por fatores como a perda da tensão da informação como elemento globalizador da audiência, diminuição do número de emissoras afiliadas às cadeias, crescimento de estações não afiliadas, recuperação do sentido de radiodifusão regional e local. Nos últimos anos da década de 1950, inicia-se a produção especializada do conteúdo das estações. A intenção era fazer uma conexão entre informação e música. Isso serviu para o nascimento do modelo de rádio “músico-notícias”. Uma definição de radiocomunicação que nos EUA faria uma fortuna nos anos 1960. Esta rádio “músico-notícias” resultou em muitas estações especializadas em apenas um dos dois conteúdos. No noticiário, a *rádio All News*, ou seja, a rádio “toda notícias” foi o expoente máximo com uma especialização jornalística (KOCHHANN; FREIRE; LOPEZ, 2011).

Este caminho foi iniciado pela emissora *XETRA* de Tijuana (México), em 1961. O rádio começa a ser destacado de acordo com o público e seus interesses específicos. Assim, surgiram as primeiras estações especializadas em diversos temas: esportes, saúde, religiosos e notícias. A ABC, na América do Norte, popularizou a singularização, servindo de exemplo para outras redes, pois ofereceu às suas emissoras parceiras três segmentos: entretenimento, questões contemporâneas e novidades (CALABRE, 2002).

Desde a administração Reagan, a mídia sofre, segundo especialistas, um tempo de "desregulamentação" nos EUA. Os princípios básicos da "Lei das Comunicações", incluindo a natureza pública das frequências, são continuamente questionados (CARDOSO; CASTELLS, 2006).

Na década de 1990, uma nova forma de rádio ganhava propulsão, a radiodifusão via satélite. Dois nomes importantes nesse serviço são *Sirius Satellite Radio* e *XM Satellite Radio*, que se fundiram para formar a *Radio Sirius XM*. Indo de encontro aos canais de radiocomunicação terrestres, possibilitariam a diversificação na transmissão, como a difusão em outros idiomas para minorias.

2.4. As emissoras brasileiras de rádio 24h

A presença do jornalismo na rádio brasileira é, antes de tudo, mandatada por lei. Todas as emissoras devem incorporar notícias em sua programação, entretanto, esta inserção pode ser feita em uma proporção modesta da produção geral da rádio e não precisa da criação de uma seção jornalística ou do uso de informações locais. Algumas estações concentram-se até mesmo exclusivamente em notícias e outros conteúdos informativos devido ao alto nível de

interesse de sua audiência. Conforme definido por Francisco; Valente (2016), a radiodifusão informativa posiciona-se como um novo estilo de jornalismo, adaptado a um público específico e que inclui reportagens distintas. Com a complexidade crescente da vida moderna, "esta função informativa torna-se ainda mais significativa nos países industrializados, nos quais a disposição do tempo obriga os pesquisadores de informação a buscá-la na rádio, o que lhes permite realizar outras coisas simultaneamente" (CABRAL, 2017, p. 29).

Ainda há uma diferenciação a ser feita neste novo tipo de jornalismo radiofônico entre as "notícias duras", que vão desde a informação imediata até a densificação das notícias, e as produções especializadas mais interpretativas e analíticas, que tendem a lidar com material mais aprofundado. A cobertura mais focada em eventos cotidianos e políticos pode ser notada na rádio Band News FM, que, enquanto oferece suas notícias e observações de forma editorializada no site, as entrega na programação da estação sem o desenvolvimento de programas particulares.

Os programas de rádio são todos apresentados no formato "relógio", o que não contabiliza os programas reais, mas sim os períodos informativos. A Band News FM atualiza sua página inicial e insere notícias locais a cada vinte minutos. Quando se trata de uma grade generalista ou das mudanças nas fórmulas do relógio, "a organização da programação implica definir e desenvolver os princípios e estruturas sobre os quais os métodos de inserção dos vários programas são formados" (ADAMI; DIAS, 2019, p. 22).

Vale mencionar, entretanto, que mesmo que a estação adote o padrão do relógio, é necessário que a grade de programação não seja construída como uma colcha de retalhos, todavia tenha um fio comum que comunique algo ao ouvinte e promova a identificação temática, narrativa e estrutural. Uma preocupação quando uma emissora não cria sua própria história em sua programação é a pasteurização do material e a conseqüente perda de devoção da audiência. "Portanto, a imagem contemporânea pode ser caracterizada por uma crescente homogeneidade de oferta e modelos de programação na maioria das nações onde a radiodifusão foi lançada" (ADAMI, 2019, p. 28).

O plano da Band News FM, como lembra Jambeiro (2008), é identificar-se com seu público consciente das notícias e da sociedade. Os editoriais costumam coordenar a programação em bloco, o que significa que eles apresentam ideias para exposições que mostram certos especialistas, tópicos e veículos de mídia. Ao utilizar vários meios, os comunicadores podem fornecer novos ângulos sobre assuntos familiares, desenhando paralelos entre ocorrências aparentemente não relacionadas, acrescentando camadas de profundidade a fatos e números, e assim por diante. Eles demonstram melhor a editorialização

e a distinção na construção da história da rádio porque "[...] esta variável leva em consideração os hábitos auditivos da audiência como ingrediente crucial para criar a grade" (SANT'ANNA, 2016, p. 31).

Os programas da estação têm mais alcance e incluem mais comentários editoriais do que costumavam ter. Tecnologia da informação, justiça e cidadania, turismo e gastronomia, e as especialidades de numerosos artigos, apresentados na grade de programação e no site da estação como séries, grandes coberturas e eventos, são todos exemplos do aumento do foco do canal em determinados tópicos. Além disso, semelhante à Band News FM, as notícias no site são categorizadas de acordo com os editoriais aos quais pertencem. É a indicação mais clara de um foco de gênero nas transmissões de rádio. Por outro lado, "[...] a especialidade concentra-se em informações gerais, um cenário no qual todo o conteúdo é útil, seja no tratamento de notícias, reportagens, entrevistas ou documentários" (KISCHINHEVSKY *et al.*, 2019, p. 13). Todos os veículos de notícias, que visam divulgar tanto notícias de última hora como fatos em profundidade, compartilham um enfoque no fornecimento de informações amplas. Este tipo de transmissão de rádio informativa amadureceu muito no Brasil.

Nas últimas décadas, a seção de *All News* tem sido um dos pilares do noticiário radiofônico brasileiro. Em outubro de 1991, um dos precursores do setor, a Central Brasileira de Notícias (CBN), foi criada, inaugurando uma nova era no desenvolvimento da cobertura jornalística radiocomunicadora do país. A estação começou a transmitir sua programação em formato AM e depois acrescentou a FM no *dial* de sua programação, em novembro de 1995, o que lhe permitiu alcançar uma audiência mais abrangente. Quando se trata de radiodifusão FM, a CBN é amplamente considerada a estação pioneira de noticiários no Brasil. Sua competidora direta é a Band News, que visa a mesma população — ouvintes com mais de trinta anos, a maioria das classes A e B — e segue uma programação formatada de forma semelhante.

Existem outras estações de rádio/redes brasileiras que se dedicam a nada mais que notícias: Rádio Bandeirantes AM, Rádio Jovem Pan AM, Rádio Gaúcha AM, Rádio Guaíba AM, Rádio Eldorado AM, entre outras. Todas estas estações têm uma característica de programação semelhante: a temática nacional serve de espinha dorsal, enquanto segmentos e componentes locais são aspergidos em vários pontos durante o dia. Este material local é “borrifado” através de pequenos pedaços de informações locais que duram de três a seis minutos a cada hora. As transmissões de notícias de rádio, que normalmente ocorrem duas vezes por dia, também podem ser usadas para incluir informes regionais. Cada emissora tem seu próprio formato exclusivo para isso. As expectativas do público e os objetivos da

emissora de rádio em termos de tratamento de informações servem como critério para sua definição (MOREIRA, 1999).

A entrega de notícias de última hora e seu crescimento em um programa linear que não seja interrompido por uma programação especializada é o que dá às emissoras brasileiras a maior estabilidade. Em vinte e quatro horas de jornalismo radiofônico, estações especializadas que cobrem uma ampla gama de tópicos são raras. Esta situação é retratada por meio do domínio de notas e notícias — consideradas aqui como um gênero —, e informações de agenda, que busquem acrescer debates, como documentários e reportagens que efetivamente realizam uma abordagem profusa, com uma variedade de vozes e triangulação de fontes. Para melhor acomodar a crescente necessidade de informação do público, há um esforço para reforçar a quantidade de dados disponíveis (DE BARROS; BRUM; MACEDO, 2015).

Os rádios precisam ir além da simples transmissão de som através de ondas eletromagnéticas, a fim de acompanhar as exigências da moderna tecnologia de informação e comunicação. O público espera que os veículos de notícias estejam disponíveis vinte e quatro horas por dia, setes dias por semana, e ao adotar este perfil, estes veículos assumem a obrigação de manter seu público a par de todos os últimos desenvolvimentos em áreas que possam ser de seu interesse ou ter um impacto em suas vidas (ORTRIWANO, 2022).

Portanto, as emissoras povoam a internet através de redes sociais, sites oficiais, blogs de comentaristas e jornalistas; Twitter (X), newsletters, podcasts, *gadgets* que permitem a incorporação do conteúdo da estação em qualquer outro site, em celulares, PDA, MP3, computadores etc. Cada dia traz consigo uma série de novas exigências para a criação e distribuição de material factual, que a indústria da comunicação gradualmente se adapta para atender (PERUZZO, 1998).

O alcance das ondas de rádio não está mais limitado às frequências eletromagnéticas. O uso atual vai muito além de seu propósito inicial explicativo. É uma fonte de informação com imagens, sons e palavras. E para fazer isso, ela deve reavaliar seus métodos e padrões. De acordo com Falciano (2001, p. 20), os jornalistas de rádio devem estar sempre na vanguarda do desenvolvimento tecnológico. Os suportes para divulgação e apresentação de informações proliferam, diversificam, incluem novas formas de criação e administração, e impõem novos parâmetros de consumo. É uma luta para que os profissionais acompanhem o fluxo constante de novos informes que são produzidos pelas evoluções tecnológicas. Como ressaltam De Barros; Brum; Macedo (2015), "o verdadeiro problema do rádio de hoje está mais uma vez no conteúdo e nos meios de entrega ao público" (p. 20).

A estrutura de programação das redes de notícias vinte e quatro horas também reflete estas dificuldades. Embora Poletto *et al.* (2015) não se concentre apenas nestas rádios, propõe que categorias de programação podem ser adaptadas a elas. O autor afirma que os métodos e conexões desenvolvidos entre as emissoras e os principais meios de comunicação da rede moldam os programas que elas produzem. Observa que as cadeias de rádio são formadas por estações afiliadas ou relacionadas que assinam acordos para estabelecer horários para a programação da rede e programas locais produzidos pelas próprias associadas. Quando se trata de estações de notícias, os acordos normalmente envolvem um nível de padronização no esquema desta produção local, com o objetivo global de atribuir e manter uma identidade de rádio para a rede como um todo e, por extensão, impedir o surgimento de identidades regionais mais potentes do que a nacional. Acordos deste tipo frequentemente especificam os programas aos quais pertencem, bem como o subsídio que fornecerão aos outros programas da rede (KISCHINHEVSKY *et al.*, 2019).

Além disso, as emissoras desenvolvem sua programação a partir de um paradigma definido antes mesmo de formar seus acordos com as sucursais. O modelo especializado, que pode tanto lidar com um tema no decurso de toda a grade — dedicando-se a um estilo de música ou mesmo à transmissão de informações — ou durante uma parte da programação que transmite, é o mais adequado ao padrão de jornalismo radiofônico de vinte e quatro horas apresentado por Jambeiro (2008, p. 07).

Foi demonstrado que o segundo cenário é mais restrito, e que o maior interesse do público pelo tema — como no caso de transmissões de desastres, eventos ou informações de utilidade pública — é necessário para que ele cresça e assuma um espaço maior. Os jornalistas frequentemente empregam uma gama maior de gêneros e recursos para realizar coberturas específicas durante esses tempos, a fim de reduzir a monossensorialidade característica do rádio, apelando para um conjunto maior de expedientes.

2.5. Formato e características do gênero *All News*

O termo *All News* tem uma tradução direta, porém é mais utilizada nos círculos acadêmicos brasileiros quando escrita em inglês. Sua conotação pretendida é uma espécie de rádio e televisão que se limita à transmissão de noticiários. A literatura atual da América do Norte também não foi detalhada. Assim, inicia-se com uma pesquisa nos anos 1980, de Phillip Keirstead, que ainda tem percepções úteis, particularmente para resgatar a história do modelo.

Sua motivação em escrever o trabalho deriva de sua experiência trabalhando em estações de rádio de notícias e de sua consciência do modelo como uma seção elementar da indústria do jornalismo radiofônico (KISCHINHEVSKY *et al.*, 2019 p. 13).

O autor explica que o formato serve a duas funções, e que fazê-lo é essencial para criar uma programação radiofônica eficaz. A primeira é garantir que o programa continue como planejado, e a segunda é fornecer um roteiro para o apresentador seguir. Cabral (2017) argumenta que o padrão de todas as notícias enfatiza ainda mais uma explicação completa do formato *All News*, devido à regularidade com que sua programação segue um esquema pré-determinado. Acrescenta-se a estas considerações a imagem que a estação cria para seus ouvintes e que forma demonstra sua identidade em relação às emissoras rivais, resultando na fidelidade do público.

Os estudos sobre o modelo de *All News* ainda não apresentaram um conceito capaz de delimitar as especificidades da categoria, apesar do fato de que eles estão se movendo na direção da atualização temporal. No entanto, foram feitos progressos ao ponto de ser agora classificado como rádio temático. (SANT'ANNA, 2016).

Cem anos de rádio no Brasil: o modelo All News



Portal MPA

De acordo com o estudo de Moreira (1999) o objetivo do formato *All News* é fornecer os eventos mais recentes de maneira confiável e consistente ao longo do tempo, produzindo assim um ciclo de notícias. Pode-se tirar a conclusão de que a configuração de todas as notícias permite a organização sequencial do conteúdo. Para evitar que o ouvinte perceba uma mudança no ritmo entre os programas, Ortriwano (2002, p.93) afirma que "é necessário

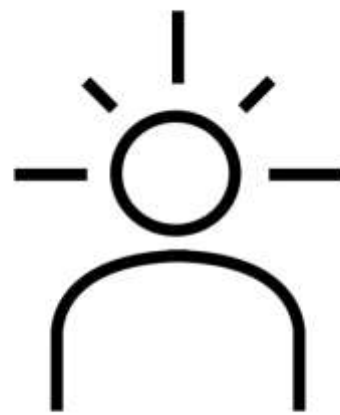
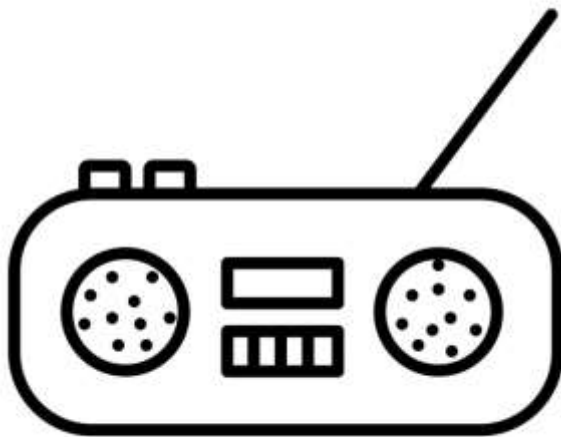
substituir uma série de programas de unidades sequencialmente cronometradas por uma série de unidades ligadas em fluxo, nas quais a verdadeira estrutura interna não é declarada".

Como a estruturação deste tipo de saída depende da repetição, infelizmente é um subproduto inevitável com características *All News* (PERUZZO, 1998). Este paradigma está mudando as ideias das pessoas sobre o que constitui notícia e pode aborrecer aqueles que se sintonizam por mais tempo.

O fluxo projetado é o que separa a transmissão de ser apenas uma tecnologia ou uma expressão cultural (Williams, 1990, p.86). Utiliza-se o conceito de rádio informativo do De Barros; Brum; Macedo (2015). Dentro dos subgêneros que evoluíram nas últimas duas décadas, observa-se que o rádio informativo não aparece como o desenvolvimento do rádio, mas como uma das evoluções. Ao fazer isso, a definição moderna de rádio informativo procura acompanhar os progressos na reportagem jornalística que a diferenciam do jornalismo radiofônico adaptado da mídia impressa. Informações oportunas, tais como programas de discussão, podem agora ser ouvidas no rádio.

A distinção entre notícia e informação é um fator fundamental para estabelecer uma programação *All News*. Analisando a tradução exata e os modelos iniciais deste segmento radiofônico, é possível observar que a proposta está fundamentada neste tipo de transmissão de informações, quer ela tome um formato mais expansivo como uma reportagem ou um formato mais condensado como uma nota.

3. OS PRISMAS FILOSÓFICOS PERTINENTES ÀS TRANSMISSÕES RADIOFÔNICAS



Após serem verificados no capítulo e subcapítulos anteriores, toda a trajetória do rádio desde a sua invenção até a sua propagação pelo mundo, as interferências sociopolíticas e culturais experimentadas e o modo técnico e persuasivo de como as informações, o noticiário e o entretenimento são elaborados e difundidos para o público, serão investigados e analisados a partir de agora, os prismas filosóficos pertinentes às transmissões radiofônicas.

Do ponto de vista filosófico, a popularidade das transmissões de rádio ao vivo e o uso de orquestras e auditórios para difundir essas apresentações refletem a importância da cultura popular e do entretenimento na sociedade. O rádio permitiu que as pessoas tivessem acesso a música e ao entretenimento ao vivo em suas próprias casas, o que democratizou o alcance a essas formas de arte.

O rádio foi um dos primórdios feitos de mídia eletrônica de massa, e seu renome impulsionou o desenvolvimento de tecnologias como amplificadores, transmissores e receptores. Refletem a dimensão da conexão humana e da experiência compartilhada. O fato das pessoas poderem sintonizar suas estações de rádios prediletas, independentemente de onde estiverem, cria uma sensação de comunidade e correlação. Essa filosofia de compartilhamento epistêmico e de se conectar um com os outros ainda é uma parte fundamental da cultura (FILHO, 2004).

A filosofia por trás do rádio e das transmissões ao vivo pode ser vista como um reflexo da criatividade e da expressão artística na sociedade. Por meio da radiodifusão, músicos, artistas e escritores expressam-se e compartilham suas obras com uma audiência ampla e diversa. Isso leva a uma maior apreciação artístico-cultural de modo geral, e estabelece o rádio como uma plataforma relevante para a divulgação e expansão do populário. Oportuniza a educação e a informação na sociedade, sendo que as estações de rádio frequentemente fazem uso de programas educacionais, notícias e discussões políticas, auxiliando na conscientização do público sobre questões imprescindíveis para o pensamento crítico e o debate. Filosoficamente tem-se também a ideia de que a tecnologia deve ser usada para a melhoria de vida dos cidadãos e viabilizar novas chances de conexão e expressão (DE QUADROS; LOPEZ, 2014).

3.1. Teorias filosóficas a respeito do rádio

Theodor Adorno, filósofo e sociólogo alemão que escreveu sobre a indústria cultural e a padronização da cultura popular, argumentou que a indústria do entretenimento era uma forma de controle social que mantinha as pessoas passivas e acríticas. Jean Baudrillard,

filósofo francês que escreveu sobre a sociedade pós-moderna e a hiper-realidade, propôs que a cultura popular de entretenimento criava uma realidade simulada que era mais atraente do que a realidade real, levando as pessoas a perderem o senso realístico.

Marshall McLuhan, teórico da comunicação canadense que escreveu sobre o impacto da tecnologia na sociedade, teorizou que a tecnologia de comunicação, incluindo a rádio e a televisão, criava uma "aldeia global" que conectava os indivíduos e transformava a cultura. Já Walter Benjamin, filósofo alemão que registrou acerca da arte e da cultura de massa, alegou que a cultura popular de entretenimento era uma forma de arte que refletia a experiência da vida moderna, mas que também tinha o potencial de ser cooptada pela indústria cultural e desprovida de seu valor artístico (CARDOSO; CASTELLS, 2006).

Esses são apenas alguns exemplos de autores que discutiram a relação entre a filosofia e a cultura popular de entretenimento. Suas ideias, assim como as de muitos outros, influenciaram a maneira como se pensa sobre a temática e seu impacto na sociedade. No entanto, à medida que a tecnologia do rádio tornou-se mais difundida e acessível, as transmissões radiofônicas começaram a atingir uma plateia mais global, incluindo pessoas que nunca haviam acessado os meios de comunicação de massa, o que levou a um *boom* na programação radiocomunicadora, com as estações experimentando novos formatos e gêneros, como drama, comédia e *talk shows*. Desde o início, o rádio tem sido um poderoso meio de comunicação e de disseminação de informações, com potencial para moldar a opinião pública e influenciar mudanças sociopolíticas (CABRAL, 2017).

A evolução da técnica do rádio e suas interações com o público levantaram importantes questões filosóficas sobre comunicação, poder e ética:

- I. Quais são as considerações éticas da programação tendenciosa?
- II. Como a radiocomunicação reflete e reforça as estruturas de poder na sociedade?
- III. Qual é a epistemologia do ouvinte?
- IV. Qual é a natureza da comunicação na era interativa do rádio?

À medida que se explora cada um desses temas com mais detalhes, observa-se como eles se concatenam a debates mais abarcantes sobre a filosofia e os estudos midiáticos.

3.2. A analogia com a metafísica

A comparação entre a comunicação por ondas de rádio e a metafísica pode ser realizada nos termos do conceito de transmissão e recepção. Na comunicação radiofônica, as informações são veiculadas através das ondas de rádio de um transmissor para um receptor. Da mesma forma, na metafísica, ideias e conceitos são transmitidos por meio de comunicação e comutação de definições.

Em ambos os casos, a transmissão e a recepção de informações carecem de certas condições. Na comunicação por ondas radiofônicas, a qualidade da conexão depende de fatores como a distância entre o transmissor e o receptor, a ausência de interferência e a frequência e amplitude do sinal. Da mesma forma, na metafísica, a transmissão e a recepção de ideias e conceitos necessitam de elementos como clareza e coerência da mensagem, disposição e capacidade do ouvinte de entender e envolver-se com o conteúdo, e do contexto e do ambiente em que a comunicação ocorre (BONIXE, 2010).

Ademais, tanto na comunicação por ondas de rádio quanto na metafísica, a natureza da informação transmitida pode ter um impacto significativo no receptor. Na comunicação radiofônica, o teor informativo que se propaga afeta na compreensão de mundo do receptor, em suas opiniões, crenças e comportamento. Da mesma forma, na metafísica, as ideias e conceitos transmitidos podem induzir a visão do receptor, e tal como, suas crenças e seu comportamento (CABRAL, 2017).

No geral, a comparação entre a comunicação por ondas de rádio e a metafísica destaca a importância da comunicação eficaz e o efeito que a transmissão e a recepção das informações podem ter nos indivíduos e na sociedade como um todo. Também enfatiza a necessidade de uma comunicação clara e coerente, bem como a relevância contextual e a ambiência na geração interlocutiva (JAMBEIRO, 2008).

Se Sócrates tivesse a possibilidade de transmitir suas ideias através da rádio, é possível que sua filosofia tivesse uma repercussão ainda maior. A rádio é uma forma de comunicação que permite que ideias sejam transmitidas para um vasto e diversificado público em um curto espaço de tempo. Isso significa que Sócrates teria alcançado uma audiência mais numerosa comparada com a que ele interagiu pessoalmente em suas discussões filosóficas nas ruas de Atenas. Além disso, a rádio igualmente permite que uma mensagem possa ser transmitida de forma clara e direta, com pouca ou até nenhuma exigência interpretativa de terceiros. Tal analogia dá a entender que as ideias de Sócrates por meio de uma imaginável locução radiofônica em tempo real, teria recepção direta por seus ouvintes sem serem filtradas ou alteradas por intermediários (HAUSSEN, 2004).

No entanto, vale ressaltar que a filosofia de Sócrates foi desenvolvida em uma conjuntura específica da história e da cultura da Grécia antiga. Certamente algumas de suas ideias não teriam a mesma relevância em um contexto moderno e globalizado. Ainda assim, se Sócrates tivesse esta chance de transmitir suas ideias através da radiocomunicação, é provável que o seu ensinamento alcançasse e rompesse fronteiras mais longínquas, influenciando ainda mais o pensamento humano.

3.3. O discurso das massas e a clarividência na comunicação

Como já dito, na comunicação por ondas radiofônicas, o processo de transmissão e recepção depende da qualidade do sinal transmitido. Fatores como distância, interferência e intensidade da conexão acometem na qualidade do sinal e na capacidade do receptor de interpretar e entender efetivamente as informações transmitidas. Também mencionado foi que na metafísica, o processo de comunicação e transmissão de ideias e conceitos depende da clareza e coerência da mensagem difundida. Se a mensagem for mal articulada, pouco clara ou ambígua, o receptor pode ter dificuldade com a compreensão e com o envolvimento acerca do conteúdo.

Em ambos os casos, a capacidade do receptor de interagir-se e de abranger efetivamente as informações disseminadas está condicionada a vários aspectos, que inclui seu conhecimento e sua experiência anteriores, sua aptidão de focar e concentrar-se na mensagem e a circunstância em que a comunicação está ocorrendo. Tanto na comunicação por ondas radiofônicas quanto na metafísica, o conteúdo da informação transmitida detém um impacto significativo no receptor. Estes componentes, dentre outros, podem moldar a compreensão de mundo pelo receptor e impactar seu comportamento e ações; tal como na metafísica, as ideias e conceitos disseminados engendram uma visão de mundo, as crenças e a conduta do receptor (FRANCISCO; VALENTE, 2016).

A analogia entre a comunicação por ondas radiofônicas e a metafísica não evoca necessariamente nenhuma filosofia específica. No entanto, o conceito de comunicação eficaz e clarividente e seus efeitos podem remeter-nos ao discurso das massas de Aristóteles, descrito em sua obra "Retórica", que trata da persuasão como uma técnica de convencimento da maioria das pessoas em uma sociedade. Ele destaca que, para persuadir uma audiência, é necessário utilizar três elementos: *ethos*, credibilidade do orador; *pathos*, sentimentos ou emoções do público e *logos*, argumentos lógicos.

A radiodifusão, por sua vez, pertence a um modo de comunicação e oratória que utiliza técnicas radiofônicas para transmitir informações por meio de ondas no ar. Possui frequências receptadas por dispositivos, como rádio, televisão, telefonia celular, entre outras. Em se tratando da relação entre o discurso das massas de Aristóteles e a radiocomunicação, observa-se que a radiocomunicação trata-se de uma ferramenta muito propícia para propagar discursos persuasivos para uma grande audiência. Ao utilizar a radiodifusão, um orador atinge um espantoso número de público, se comparado com a quantidade alcançada por meio de mensagens divulgadas pelos meios de comunicação impressos, como jornais e revistas (CAPINUSSÚ, 1988).

De acordo com Fleck (2022), radiocomunicação é uma das formas mais eficazes de alcance simultâneo. Divulga discursos para uma massiva audiência em um curto período de tempo. Isso é especialmente verdadeiro em contextos em que a transmissão de informações em tempo real é crucial, como em emergências, crises políticas ou em coberturas de grandes eventos. O discurso das massas de Aristóteles, por outro lado, é uma técnica de persuasão que se dedica em como convencer a maioria das pessoas em uma sociedade. Aristóteles demonstra que a persuasão é uma habilidade substancial para o sucesso na vida pública e privada, e que ela é concebida por meio do uso de argumentos lógicos, sentimentos e credibilidade (ética). Ao utilizar a radiocomunicação, os oradores devem empregar essas mesmas técnicas de persuasão para agregar uma plateia maior. Por exemplo, eles podem empregar a linguagem persuasiva para evocar emoções, como medo, esperança ou indignação, e usar argumentos lógicos para apoiar sua posição. Além disso, os oradores atestam sua credibilidade praticando ética ao exteriorizar sua experiência ou habilidades.

Todavia tanto no discurso das massas de Aristóteles como na radiocomunicação também há a possibilidade de ocorrências de práticas para fins negativos, como propaganda enganosa ou manipulação de informações. Portanto, é crucial que as mensagens transmitidas através da radiocomunicação sejam precisas e confiáveis, e que os oradores respeitem os princípios éticos da persuasão.

3.4. Ação comunicativa de Habermas e a tendencialidade na programação midiática

O filósofo Jürgen Habermas desenvolveu uma teoria da ação comunicativa, que enfatiza a importância da comunicação efetiva na formação de instituições sociais e políticas. Habermas apontou que a comunicação eficaz requer uma compreensão compartilhada da

linguagem e do significado, e que essa compreensão participada é necessária para a formalização de consenso e acordo. A teoria do filósofo alemão é uma das suas principais contribuições para a filosofia contemporânea e baseia-se na ideia de que a comunicação é um modo de coordenação social que permite aos indivíduos cooperarem uns com os outros de forma mais eficiente (ARAGÃO, 1997).

O germânico faz uma apuração de que a comunicação é uma espécie de ação que pode diferir da ação instrumental ou estratégica. A ação instrumental é aquela que é realizada no intuito de alcançar um objetivo específico, como obter dinheiro ou poder. Já a ação comunicativa realiza-se dentro de um contexto com fins de estabelecer-se entendimento mútuo e cooperação. A ação comunicativa tem duas dimensões relevantes: a dimensão pragmática e a dimensão normativa. A pragmática refere-se aos aspectos da comunicação que visam estabelecer um entendimento bilateral entre as partes envolvidas. A dimensão normativa concerne aos aspectos da comunicação que envolve a criação e a aplicação de normas reguladoras da interação social (FERRARETTO, 2012).

O filósofo indica que a ação comunicativa é base da formação de instituições sociais e políticas, porque permite que os indivíduos coordenem suas ações e estabeleçam normas que governem a interação social. Acredita que as instituições sociais e políticas são construídas por meio de um processo de diálogo e negociação, em que os participantes buscam estabelecer um entendimento mútuo e chegar a acordos sobre normativas que regerão sua interação.

Outra contribuição de Habermas para a teoria da ação comunicativa é a diferenciação de um duplo sentido de racionalidade: a racionalidade instrumental e a racionalidade comunicativa. Na racionalidade instrumental é constatada a capacidade de utilização de meios eficazes para finalidades predeterminadas, enquanto que na racionalidade comunicativa a capacidade é de definição do entendimento mútuo e da cooperação. A racionalidade comunicativa é posta como a forma mais avançada de racionalidade, pois permite que os indivíduos resolvam problemas complexos e alcancem objetivos coletivos de forma mais significativa.

Com isso, Habermas acredita que a racionalidade comunicativa é uma espécie de racionalidade que cultiva e aprimora o método do diálogo e da negociação, o que conduz a uma maior cooperação e solidariedade entre as pessoas (GUERRA, 2019).

A racionalidade comunicativa assim proposta não pode ser atribuída exclusivamente a uma programação radiofônica, mas aplica-se ao contexto da produção e do consumo de conteúdo midiático em geral, incluindo programas de rádio. No entendimento da teoria da

ação comunicativa, a produção e o consumo de conteúdo na mídia devem ser orientados pela preferência de tais entendimentos mútuos e da regulamentação da interação social.

Nesse sentido, um programa de rádio que promovesse a comunicação efetiva entre os partícipes — incluindo os ouvintes —, com o objetivo de estabelecer uma inteligência bilateral, seria considerado um instrumento de aplicação da racionalidade comunicativa (FERRARETTO, 2012). Por outro lado, um programa de rádio que buscasse apenas o aumento da audiência a qualquer custo, sem preocupar-se com a implicação que isso possa ter na qualidade da comunicação e na formação de normas sociais, não seria instrumento de aplicação da racionalidade comunicativa. Ressalta-se que a aplicação da racionalidade comunicativa na mídia é um processo complexo que envolve múltiplos fatores, como a qualidade do conteúdo, a diversidade de vozes e perspectivas, a acessibilidade e a participação do público. Ademais, a aplicação da racionalidade comunicativa na mídia corre o risco de ser afetada por agentes externos, como interesses políticos e econômicos (COLFERAI, 2021).

A tendencialidade na programação radiofônica se sobressai como uma possível ameaça à execução da racionalidade comunicativa, porque compromete a procura pelo entendimento mútuo e pela geração de normas sociais que vão regular a interação social. Casos de tendencialidade dissimulam-se em diversos aspectos da programação radiofônica, como na seleção de pautas, nas escolhas dos convidados, na forma de entrega das informações e na maneira como o programa é conduzido. Quando uma programação de rádio é tendenciosa, reforça preconceitos e estereótipos, comete parcialidade e distorção e exclui vozes e perspectivas divergentes. Essa ação prejudica a virtude no ato de comunicar-se, dificulta a formação de normas sociais autênticas, com a restrição da participação do público. Por exemplo, se um programa de rádio apresenta apenas uma visão sobre um determinado tema, sem permitir o contraditório ou apresentar outras concepções, os ouvintes podem ser levados a crer que aquela é a única verdade, sem ter a oportunidade de questionamentos ou reflexão acerca de outras possibilidades (DE BARROS et al., 2015).

Conclui-se então que, uma programação radiofônica orientada pela demanda do entendimento mutual e pela constituição de normas reguladoras da interação social — que evita a tendencialidade e promove a diversidade de vozes e perspectivas — contribui para uma comunicação mais efetiva e para a formação de uma sociedade mais justa e democrática.

3.5. A ética na radiodifusão — responsabilidade social e a formação da opinião pública

A radiodifusão é capaz de alcançar bilhões de pessoas com informações e entretenimento em tempo real, mostrando-se como meio difusor que não se isenta de responsabilidades éticas e sociais. Os comunicadores que se utilizam da radiodifusão contraem ônus e cuidados relativos ao conteúdo que transmitem, e isso é importante para que não ocorra a disseminação de discursos falsos que prejudiquem a sociedade.

A responsabilidade social dos comunicadores de rádio é uma temática que a filosofia pode auxiliar a esclarecer. A ética na radiodifusão está relacionada ao modo como os comunicantes prestam a informação que detêm para influenciar a opinião pública. Com o poder de formar pontos de vista e moldar a cultura de uma sociedade, o rádio deve ser um dispositivo que desperte consciência e lucidez, acima de tudo (CANAVILHAS, 2012). Para garantir a ética na radiodifusão, faz-se necessária a condução de um conjunto de regras e princípios éticos: imparcialidade, veracidade dos discursos, respeito à pluralidade e à privacidade, promoção do bem-estar da sociedade e outros mais. Esses princípios éticos devem ser aplicados em todas as áreas da radiocomunicação, desde a produção de notícias e programas de entretenimento até a veiculação da publicidade. A formação da opinião pública é um aspecto moral da radiocomunicação que reivindica uma abordagem mais laboriosa. Todos os comunicadores de rádio deveriam obrigar-se a transmitir informações precisas e imparciais, que permita às pessoas moldarem suas opiniões de modo consciente e esclarecido.

Uma radiodifusão como fonte confiável para um abastecimento conhecedor da plateia livra a mesma da manipulação e da influência de interesses escusos (COLFERAI, 2021). A ética na radiodifusão igualmente relaciona-se com a diversidade cultural e com os direitos individuais. Os comunicadores devem respeitar a heterogeneidade pública, fugindo da veiculação de conteúdos que discriminem determinados grupos.

3.6. Os desafios éticos da radiodifusão

A radiodifusão e sua ampla atuação apresentam desafios éticos para os comunicadores da área, e a questão da objetividade e da imparcialidade produz opiniões e crenças em seus espectadores a ponto de trazer subjetivas visões de mundo e ideologias. (TRAQUINA, 2005). A responsabilidade social que os comunicadores da radiodifusão têm com a sociedade reflete no bem-estar comum.

Esquivar-se da propagação de informações que levem à discriminação e à injustiça, estimular o discernimento da distinção cultural e da tolerância são pontos desafiadores que

vão proteger os direitos individuais e autorais da propriedade intelectual, impedindo até a reprodução e distribuição não autorizada de material protegido por lei (SILVA, 1999).

A filosofia da privacidade ganhou destaque especialmente a partir do século XX, com o desenvolvimento de tecnologias de vigilância e coleta de dados em massa. Hoje em dia, a privacidade é um tópico central em debates políticos e sociais, desde questões relacionadas ao âmbito online, à vigilância governamental e à proteção de dados pessoais (RANGEL, 2018). Esta área filosófica — que explora demandas fundamentais relacionadas ao conceito de privacidade e suas implicações éticas e políticas — apresenta pensadores que se dedicaram ao estudo como Alan Westin⁶, que desenvolveu uma teoria da privacidade e a definiu como direito ao controle da informação sobre si mesmo (PERUZZO, 1998).

Se a radiodifusão for capaz de lidar com o seus desafios éticos de maneira adequada, instrumentalizará um poder de promoção do bem-estar da sociedade e alavancará uma melhoria na opinião pública — informada e consciente. Caso contrário, não abordados corretamente tais desafios, será observada uma propagação de informações falsas ou errôneas, e conseqüentemente, uma aparição de prejuízos ao corpo social. As organizações radiofônicas, comprometidas em proporcionar padrões éticos elevados em suas práticas e incentivos pertinentes a seus profissionais, implantam uma ideologia assertiva na constituição moral da opinião coletiva, sem a ameaça de programações preconceituosas e enganosas (MODESTO; GUERRA, 2010).

Outro ponto a se discutir é a filosofia da música que tem uma ligação intrínseca com a radiodifusão. A música, como notável fonte de entretenimento e transmitida através das ondas radiofônicas, mostra-se também como uma poderosa forma de comunicação. Ao motivar emoções, ideias e valores, deve ser tratada com o máximo de cuidado ético. Um exemplo prático dessa relação entre filosofia e radiodifusão pode ser visto na questão da diversidade, onde há o empenho para promover o diálogo intercultural, respeitando as diferentes culturas e tradições musicais.

3.7. O jabaculê — payola, ou simplesmente, jabá musical

⁶ Alan Westin em sua obra “Privacy and Freedom” (1967), demonstra as origens naturais da ideia de privacidade, onde aponta que virtualmente toda espécie animal busca períodos de reclusão individual ou de intimidade em pequenos grupos, e que de certa forma, alguns aspectos da privacidade não são de concepção exclusiva do ser humano. Do mesmo modo, não é só a necessidade natural por privacidade que é compartilhada entre humanos e outros animais. Há uma necessidade de estímulos sociais durante a vida, através de contato com outros e compartilhamento de sensações — não só para fins de reprodução. A luta para atingir um balanço entre privacidade e participação social constitui um processo básico da vida animal.

O jabá é um ato comum na indústria musical em que as gravadoras oferecem benefícios aos veículos de comunicação, como rádios e TVs, para que favoreçam a execução de determinadas músicas ou artistas. Esses privilégios incluem desde ingressos para shows até subornos em troca da veiculação intencionada. A tendencialidade está presente nesse contexto, já que as gravadoras tendem a investir mais em artistas que acreditam ter maior potencial comercial, em detrimento de outros que podem ter melhor qualidade artística, entretanto, sem “geração de lucro”. O jabá ou jabaculê leva a uma homogeneização da programação de rádio, com a predominância de estipulados estilos musicais ou artistas em desfavor de outros, o que influencia na seleção de repertórios musicais tocados, algumas vezes contrariamente ao gosto e preferência dos ouvintes. Com isso, afeta o teor da comunicação e da formação de normas sociais que regulam a interação social, já que a programação da rádio não refletirá necessariamente as demandas e interesses do público (LIMAVERDE, 1999).

Contudo, salienta-se que nem todos os veículos de comunicação aceitam o jabá e que existem iniciativas para combatê-lo como a aplicação da diversidade de vozes e perspectivas na programação radiofônica, como a inclusão de trabalhos independentes e de novos artistas. Assim, cria uma orientação na persecução do entendimento mútuo, evitando a tendencialidade e possibilitando a alteridade e condições mais justas de oportunidades (KISCHINHEVSKY et al., 2019).

A prática de pagar por jabá, *airplay* ou "payola", como é também conhecida, não é exclusividade das rádios do Brasil e tem sido um assunto polêmico no campo da mídia e da indústria fonográfica em todo o mundo. O processo corruptivo de satisfazer estações de rádio, DJs ou outros curadores musicais para colocar uma estabelecida música ou artista no ar, e aumentar suas chances de tornar-se um sucesso foi um grande problema nas décadas de 1950 e 1960, nos Estados Unidos (SANT'ANNA, 2016). Quando foi descoberto que muitos locutores e emissoras de rádio estavam aceitando propina de gravadoras em troca de tal ação, a atividade acabou tornando-se ilegal e regulamentos foram implementados para impedir o jabá. Porém, sua realização continuou a evoluir com a utilização de táticas mais sutis, como oferecimentos de itens promocionais, ingressos para shows ou outros modos de compensação. Em outras partes do mundo, o jabá também é motivo para supervisionamento jurídico. Nos países, como Índia e Nigéria, a *payola* é amplamente difundida e considerada uma parte normal do negócio da música. No Reino Unido e Canadá, o jabá é ilegal e controlado por organizações do setor (KISCHINHEVSKY et al., 2019).

Apesar dos esforços para reprimir o jabaculê, a prática persiste sendo uma preocupação para setores menos pomposos da indústria da música, pois concede a certas canções ou artistas uma vantagem injusta no mercado, além de dificultar a exposição de músicos emergentes. Traz repercussões significativas na formação esclarecedora e conduz a um comportamento popular com tomadas de decisão tendenciosas. Como já dito, distorce e limita a diversidade artística e de estilos, restringindo também a gama de experiências e visões culturais disponíveis, o que ocasiona um estreitamento da compreensão e apreciação cultural. Compromete a percepção da plateia ao ter-se uma exibição forçada e repetida de obras musicais, gerando uma sensação de familiaridade e popularidade que não reflete o verdadeiro apelo musical coletivo. O jabá acarreta uma influência na maneira de como o público se comporta no dia a dia, em seus hábitos e opções de entretenimento (SANT'ANNA, 2016).

O jabaculê pode impactar em importantes decisões sociais, como votar em eleições ou apoiar certas causas. Isso ocorre porque a música geralmente está entrelaçada com questões socioculturais mais abrangentes, e as mensagens e ideias promovidas por meio da música popular suscitam consequências complexas e de longo alcance para a conduta da sociedade. É valoroso que as organizações do setor, os reguladores e o ouvinte em si estejam cientes dos possíveis preconceitos e disformidades que resultam da prática da *payola*, e encarreguem-se da elaboração e cobrança de uma indústria fonográfica mais equitativa e de uma radiodifusão diversificada que espelhe a autêntica agregação experimental e de perspectivas culturais.

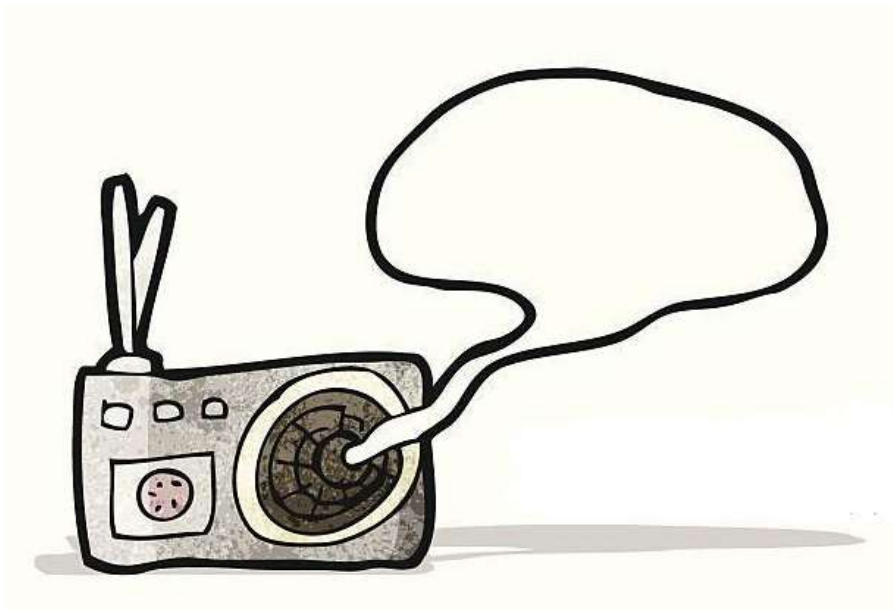
Inúmeros casos existiram na história da programação radiofônica tendenciosa, com manipulação da opinião pública e interferência na vontade popular. Um exemplo é o papel da *Radio Télévision Libre des Mille Collines* no genocídio de Ruanda em 1994. A RTLTM era uma estação de rádio que pertencia e era operada pelo governo extremista *hutu* e desempenhou um papel significativo ao incitar a violência contra a etnia *tutsi*. Transmitia repetidamente músicas, discursos de ódio e propaganda que desumanizavam e demonizavam o povo *tutsi*, encorajando os ouvintes a pegar em armas contra eles. Esse tipo de programação tendenciosa ajudou a criar um clima de medo e hostilidade e, por fim, perpetrou condutas que conduziram aos assassinatos em massa ocorridos durante o extermínio (THOMPSON, 1995).

Outro fato foi da atribuição de uma parte da radiodifusão estadunidense em moldar a opinião pública sobre questões sociopolíticas. Apresentadores de rádio conservadores, como Rush Limbaugh e Sean Hannity, foram acusados de usar suas plataformas para promover informações tendenciosas e enganosas, assim como, uma grade onde a musicalidade era recorrente e continuada e que sustentavam suas agendas políticas. Esse tipo de programação

reproduzia uma concepção deturpada da realidade e induziu a audiência a adotar determinados pontos de vista ou votar em certos candidatos (POLETTTO et al., 2015).

Em síntese, a prevenção de programação de rádio tendenciosa traz consigo um público ciente dos possíveis vieses e mecanismos que têm riscos de manipulação da audiência — por meio da mídia consumida —, e devidos monitoramentos são armas indispensáveis no combate a essas tendencialidades na programação radiofônica.

4. REFLEXO DA RADIOCOMUNICAÇÃO NAS ESTRUTURAS DE PODER NA SOCIEDADE



www.istockphoto.com

O filósofo Michel Foucault explorou as formas pelas quais o poder é efetivado por meio da linguagem e do discurso. Foucault alegou que o uso da linguagem e do discurso molda a maneira como os indivíduos compreendem a si mesmos e seu lugar na sociedade, e que esse entendimento é influenciado por relações de poder e estruturas sociais. Que o poder não é algo que as pessoas possuem, mas sim algo que é exercido em relações sociais e que se manifesta em várias vertentes, incluindo através do discurso (BOAS, 1993).

A radiocomunicação é um exemplo de como o poder é exercido por meio do discurso, onde se transmitem informações e ideias para um grande nível de audiência. Isso demonstra que aqueles que controlam a radiocomunicação têm o poder de determinar quais e para quem as informações são disseminadas. Foucault teorizou que as formas pelas quais as pessoas se expressam influenciam profundamente nas relações sociais e nos sistemas de poder. Em outras palavras, o poder é efetuado não apenas por meio da força física, como também através do controle discursivo. Na radiodifusão, esse elemento é percebido no modo que as emissoras radiofônicas coordenam a narrativa em torno de eventos e questões políticas; é igualmente identificado na escolha de quais histórias e concepções que serão apresentadas e quem, por conseguinte, terá o acesso a elas. As estações de rádio podem usar técnicas de linguagem persuasiva para influenciar a opinião pública (KISCHINHEVSKY et al., 2019).

O filósofo menciona que o poder é inerente a todas as relações sociais e que é exercido em todos os níveis, desde os elos interpessoais até as estruturas sociais mais amplas. Na radiocomunicação, isso é evidente no fato de que os controladores de tal setor da mídia têm o poder de suggestionar a opinião pública e induzir no formato de como as pessoas pensam sobre demandas sociopolíticas. O francês identificou três possíveis meios de exercício de poder: a repressão, a disciplina e a governança. Na radiocomunicação, observam-se essas linhas de poder se manifestando (KISCHINHEVSKY et al., 2018).

A repressão é uma forma direta de dinâmica de poder que é usada para limitar ou coibir certos comportamentos ou pensamentos. Na radiodifusão, isso pode ser visto na conduta do Estado em censurar conteúdo que considere ofensivo ou ameaçador para a salvaguarda nacional. A repressão também pode ser empregada para suprimir a dissidência política ou para silenciar vozes críticas.

A disciplina é uma forma mais sutil de prática de poder que tem influência ao moldar ações e atitudes, surgindo no caso da mídia radiofônica, como instrumento de certa aptidão à subordinação, e como já descrito anteriormente, na radiocomunicação atua ao tendenciar o comando das escolhas das histórias e perspectivas que são apresentadas ao público.

A governança é o exercício de poder que serve para regular o comportamento humano em níveis mais abrangentes, como na gestão de instituições sociais ou no controle da economia. Na radiodifusão, a governança viabiliza a regulamentação das empresas de rádio, podendo colocá-las sob um manejo do Estado e seu poder regulatório, com isso intermedia o mercado radiofônico de forma a atender aos seus interesses políticos e econômicos.

Os controladores da transmissão de informações, podendo adulterar a narrativa em torno de eventos e fatos, propiciam um fenômeno que artificializa comportamentos, atitudes e até mesmo identidades individuais, pois a linguagem e o discurso não são apenas componentes da comunicação, sendo também condutores da compreensão de mundo do indivíduo (RANGEL, 2018).

As operadoras de radiodifusão delinham a identidade cultural de um país ou região por meio da música, programas de rádio e outros conteúdos divulgados. Possuem o poder de estabelecer crônicas e interpretações para um público-alvo estipulado, desencadeando manifestações sociais em uma comunidade. Portanto, o poder exercido através do controle do discurso e da linguagem na radiocomunicação pode ter um impacto significativo na formação da opinião pública e na construção de identidades individuais e coletivas. É importante estar ciente dessas dinâmicas de poder, ser crítico em relação ao discurso que é transmitido via rádio e como ele é construído por interesses políticos, econômicos e culturais em jogo.

4.1. Breves relatos históricos do poder do discurso radiofônico

Em países como a Alemanha nazista e/ou a Itália fascista, a programação radiofônica desempenhou um papel crucial na divulgação da propaganda e na formação da opinião pública em apoio aos regimes autoritários de governo.

Na Alemanha nazista, o Ministério da Propaganda liderado por Joseph Goebbels, controlava todos os meios de comunicação, incluindo a programação de rádio. O nazismo usou as difusões de rádio para espalhar propaganda manipuladora em favor do Partido Nazista e sua ideologia. Amostras disso foram transmissões radiofônicas de Adolf Hitler promovendo mensagens antissemitas e antidemocráticas. O regime nazista também se utilizou de dramas e sessões de notícias para reforçar suas ideias de uma sociedade alemã racialmente pura (PERUZZO, 1998).

Da mesma forma, na Itália fascista, a programação de rádio era controlada pelo governo e propagava a ideologia tirana ao glorificar a gestão de Benito Mussolini. O

Primeiro-Ministro italiano regularmente apresentava uma atração de rádio — A Voz do Imperador —, no qual falava diretamente ao povo, exaltando as virtudes do regime fascista e motivando o enaltecimento do país europeu como uma grande potência. Outros programas de rádio da Itália divulgavam ideais fascistas de nacionalismo, militarismo e antissemitismo (TINHORÃO, 1981).

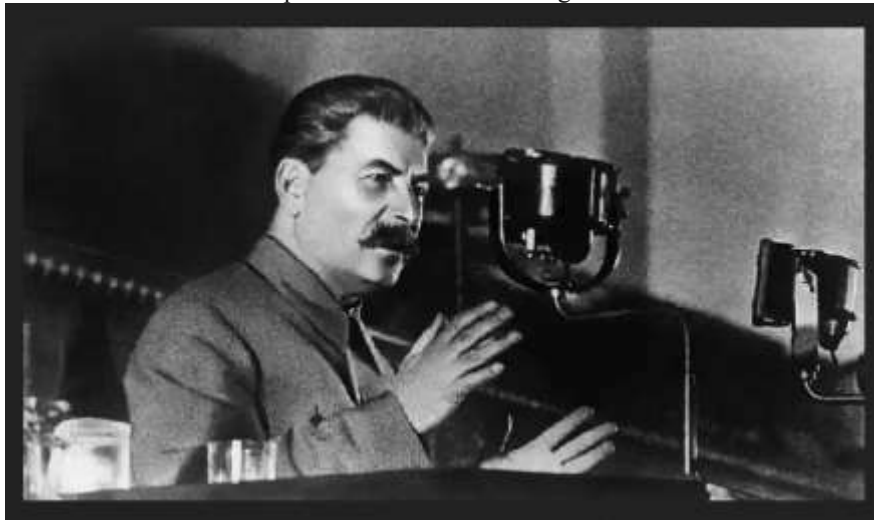
Tanto na Alemanha nazista quanto na Itália fascista, as ondas radiofônicas foram um meio de manipulação da opinião pública que criava um senso de lealdade ao regime governamental. Por meio do uso de propaganda e programação tendenciosa, esses comandos autoritários foram capazes de gerar um clima de medo e obediência que lhes permitiu manter-se no poder. Na extinta União Soviética, a programação de rádio igualmente funcionava como ferramenta de propaganda na divulgação da doutrina do Partido Comunista e na disseminação dos interesses do governo. O regime soviético estabeleceu um sistema de transmissão centralizado, que era controlado pelo Comitê Estadual de Radiodifusão e Recepção de Rádio — *Goskomradio* —, e mais tarde pelo Comitê de Toda a União para Televisão e Rádio — *Vsesoyuznyi Komitet po Televideniyu i Radioperedache* —, ou VKTR. O comando utilizou a radiodifusão para lançar propaganda política, publicar as conquistas da União Soviética e reforçar a ideologia do comunismo. O exemplo mais famoso disso foram as exibições na rádio dos discursos de Joseph Stalin (SAROLDI; MOREIRA, 2005).

No autoritarismo soviético, a transmissão radiofônica — estritamente controlada pelo Estado — contava com a organização central de radiodifusão denominada “*All-Union Radio*”, empresa estatal dirigida pelo Partido Comunista. A programação era rigidamente dominada e qualquer conteúdo considerado crítico ao governo ou que se desviasse da linha oficial era censurado. O acesso à transmissão de rádio era visto como um privilégio e não como um direito. Notícias e informações ao público, bem como programação cultural e educacional, era neste formato a radiocomunicação de Stalin. Cidadãos comuns não usufruíam do sistema de radiocomunicação e apenas emissoras com aprovação estatal podiam produzir e distribuir material midiático. Isso significava que a maior parte da programação concedia muito pouco espaço para vozes independentes ou perspectivas alternativas (KOCHHANN et al., 2011).

Stalin — líder da União Soviética de 1924 até sua morte, em 1953 —, era conhecido por suas aparições na rádio, cuidadosamente roteirizadas e altamente monitoradas pelo governo soviético e ouvidas por milhões de pessoas em todo o país. Os discursos stalinistas via rádio eram tipicamente longos e fortemente carregados de ideologia comunista, com ataques a supostos inimigos da URSS, tanto dentro do país quanto no exterior. Suas

transmissões radiofônicas também aglutinavam apoio à nação comunista durante a Segunda Guerra Mundial. O líder georgiano promovera um famoso discurso no rádio em 3 de julho de 1941, no qual convocou o povo soviético a resistir à invasão nazista e lutar para defender sua pátria. Este discurso, conhecido como "Nenhum passo para trás!", tornou-se um grito de guerra para os soldados durante as batalhas, um slogan da resistência antifascista soviética (KISCHINHEVSKY et al., 2018).

O líder soviético Joseph Stalin discursa no Congresso da União Soviética



Fonte - <https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/>

Em síntese, as transmissões de rádio soviéticas vigoraram como uma ferramenta relevante para dispersar a publicidade comunista e manter o controle sobre o povo. Desempenharam um papel expressivo na formação da opinião pública e na propagação das políticas e ideologia do governo, sendo utilizadas principalmente para fomentar a propaganda stalinista e dirigir o discurso público.

4.2. Normas combativas à manipulação midiática e a adoção ao pensamento crítico da audiência

Theodor Adorno criticou fortemente a atribuição da radiodifusão na sociedade moderna e a seu ver, a programação radiofônica era um mecanismo de dominação empregado pelos detentores do poder para reger a manipulação das massas. O alemão apontou que a programação do rádio era tendenciosa em favor dos interesses da classe dominante, servindo para proporcionar uma falsa sensação de consenso e unidade entre a população, além de acreditar que a natureza padronizada e produzida em massa da programação radiofônica

convinha para suprimir a individualidade e a criatividade, e com isso, encorajar a conformidade com as normas e valores culturais dominadores.

Ainda, segundo Adorno, as normas e valores culturais dominantes que eram promovidos por meio da programação do rádio eram favoráveis aos objetivos dos donos do poder ao reforçar as estruturas existentes, marginalizando e silenciando pontos de vista alternativos. Ele alegou que as emissoras radiofônicas não eram disseminadoras neutras de informações, mas sim agentes ativos na propagação de ideologias e valores dominantes.

Outra visão mais sutil do poder da transmissão de rádio pode ser usada para divulgar alternativas e temáticas, como a que aponta exemplos de rádios independentes e comunitárias que têm desempenhado uma tarefa fundamental na promoção da justiça social, da diversidade cultural e da participação democrática.

Uma análise filosófica desta questão deve suscitar o pensamento de uma interação complexa e dinâmica entre mídia, cultura e poder, e procurar entender como diferentes formas de mídia propiciariam um senso crítico da sociedade, realizando um papel importantíssimo no combate às tentativas de manipulação por meio de ondas radiofônicas, bem como outras formas de mídia de massa (KISCHINHEVSKY et al., 2018).

Ao desenvolver uma perspectiva crítica sobre as mensagens e imagens que circulam pelos meios de comunicação de massa, os indivíduos resistiriam à influência de ideologias e valores dominadores e desenvolveriam uma compreensão mais independente do mundo ao seu redor. Um senso crítico da sociedade pode ser fomentado por meio da alfabetização midiática, que auxiliaria os cidadãos a entender como os informes da comunicação social são produzidos, circulados e interpretados. Ensinar a análise do conteúdo de mídia na triagem de elementos que gerem preconceitos, estereótipos e manipulações, desenvolvendo habilidades para criação de um conteúdo midiático que seja ético, preciso e envolvente (KISCHINHEVSKY et al., 2019).

Além da alfabetização midiática, técnicas de raciocínio crítico também são relevantes para rechaçar tentativas de dominação por meio de ondas radiofônicas. O pensamento crítico abrange a capacidade de avaliar informações, identificar suposições e vieses e fazer julgamentos fundamentados. Ao fortalecer seus conhecimentos de natureza crítica, os indivíduos avaliam com mais eficácia a veracidade e a credibilidade dos conteúdos encontrados na mídia e resistem à atuação influenciadora da propaganda (KISCHINHEVSKY, 2017).

Por fim, o senso crítico da sociedade também pode ser estimulado por meio da ação coletiva e da mobilização social, que traz a motivação acerca de estudos de questões imprescindíveis para os cidadãos e as comunidades, fazendo-os desafiar os valores dominantes com a promoção de visões alternativas do mundo. Por meio da ação coletiva, os indivíduos exercem sua agência e expressam suas preocupações, além de trabalharem para gerar uma sociedade mais justa e equitativa (PIMENTEL; VARGAS, 2019).

Algumas medidas se fossem adotadas, articulariam o senso crítico da população e evitariam a manipulação por ondas radiofônicas:

- I. Escolas e organizações comunitárias com o oferecimento de programas de alfabetização midiática que ensinassem os cidadãos a analisarem criticamente o conteúdo da mídia. Esses programas estimulariam o reconhecimento do viés da comunicação radiofônica, identificando técnicas de propaganda e interpretando mensagens de maneira diferenciada e independente;
- II. Apoio aos meios de comunicação independentes, livres de influência corporativa ou política, propiciando assim o pensamento crítico e a análise autônoma. Os meios de comunicação independentes ofertariam uma variedade de opiniões, auxiliando os indivíduos a desenvolverem uma compreensão mais aguçada do mundo;
- III. A radiodifusão financiada com incentivo público forneceria uma alternância à programação comercial e constituiria um pensamento crítico e a análise autônoma. A radiodifusão pública priorizaria a temática educacional e informativa, dispondo diversos pontos de vista que refletissem toda a gama de opiniões da sociedade;
- IV. Regulamentação governamental do conteúdo da programação de rádio que garantisse a precisão, a veracidade e a liberdade de expressão. Os regulamentos preveniriam a disseminação de informações falsas ou enganosas, com uma cultura de pensamento crítico e análise independente;
- V. Fomentos à mobilização social em torno de questões importantes para a população, tencionando o pensamento crítico e a resistência à manipulação. A mobilização social faria com que as pessoas exercessem a ação de se expressar e de projetarem uma sociedade mais justa e igualitária (KISCHINHEVSKY et al., 2018).

A seguir, alguns modelos adotados em diferentes países na disseminação do senso crítico e prevenção da manipulação por ondas radiofônicas:

- I. Educação em alfabetização midiática — nos Estados Unidos, a Associação Nacional para Educação em Alfabetização em Mídia (NAMLE) desenvolveu diretrizes e padrões para educação em alfabetização midiática nas escolas e nas organizações comunitárias. Na Finlândia, a alfabetização midiática está integrada ao currículo nacional e é lecionada como disciplina separada nos ginásios;
- II. Mídia independente — meios de comunicação autônomos, como *Democracy Now!*, *The Intercept* e *The Tyee* surgiram como alternativas à grande mídia, oferecendo análises críticas e diversos prismas. No Brasil, a Agência Pública, Mídia Ninja e Jornalistas Livres foram idealizadas no intuito de propiciar o jornalismo investigativo e responsabilizar o poder;
- III. Radiodifusão pública — a *British Broadcasting Corporation* (BBC) é um exemplo de emissora com financiamento público que prioriza a programação educacional e informativa, além de oferecer muitas perspectivas sobre uma série de questões. No Canadá, a *Canadian Broadcasting Corporation* (CBC) é uma estação de rádio com financiamento estatal que privilegia os assuntos nacionais e dispõe de programações nos dois idiomas oficiais;
- IV. Regulamentação — no Reino Unido, o *Office of Communications* (Ofcom) tem a competência de regimentar a programação de rádio que garanta uma autenticidade e liberdade. No Brasil, a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) normatiza a programação radiofônica para que esteja em conformidade com as leis e regulamentos nacionais de radiodifusão;
- V. Mobilização social — o movimento *Black Lives Matter* é um modelo de mobilização social impulsionada pelo pensamento crítico e pela resistência à manipulação. O movimento desafiou as narrativas dominantes sobre raça e policiamento e impulsionou milhões de pessoas em todo o mundo para exigir mudanças sistêmicas. A organização *#MeToo* é outro exemplo de mobilização social instigada pelo senso crítico e pela disposição em resistir à doutrinação, ao resistir às narrativas dominadoras sobre gênero e assédio sexual (KISCHINHEVSKY et al., 2019).

Ademais, essas providências demonstram a importância da promoção do pensamento crítico e da análise independente diante da manipulação por ondas radiofônicas e outras formas de mídia. Na adoção dessas medidas, indivíduos resistem à influência de princípios e valores dominantes e impulsionam a formação de um corpo social antiautoritário e mais justo.

4.3. A mediação entre a informação do rádio e a epistemologia do ouvinte

O rádio é um meio de comunicação social que serve como suporte para a informação e na relação entre a emissora radiofônica e a audiência, há algumas mediações envolvidas: a pessoal, a grupal, a organizacional, a tecnológica e a do público.

Essas harmonizações formam a estrutura material do conjunto auditivo, onde a dimensão ou interferência subjetiva é evidente. Ou seja, os operadores intelectuais com suas experiências de vida — princípios, interesses, necessidades, crenças, opiniões, motivações, expectativas e repertório cultural — consistem em fatores importantes na interpretação dos fatos.

No entanto, nem todos os indivíduos na coletividade possuem entendimento e tempo suficiente para compreender, assimilar e fazer uso dos argumentos transmitidos pelo rádio. Os ouvintes, que são praticamente invisíveis aos produtores radiofônicos, podem não ter a mesma capacidade de interpretação, e isso influencia na recepção das mensagens transmitidas⁷.

A radiodifusão ideal deve ter como objetivo educar, entreter e instruir o coletivo social, mesmo que a mensagem transmitida por meio de anúncios — tanto orais quanto sonoros — possua algumas limitações se comparada a outros meios de comunicação. Contudo, ressalta-se que o som radiofônico não é captado da mesma maneira por todos, já que existem atributos fisiológicos que compõem a receptibilidade.

Além disso, o condicionamento cultural pode influenciar na escolha dos programas ou na aceção do conteúdo. A informação no rádio é planejada pelo radialista, que é o primeiro intérprete e processador das temáticas inseridas nos roteiros dos programas. Essa função requer uma diversidade de ações, envolvendo a intervenção humana no manuseio de técnicas e na realização de processos cognitivos de percepção, transformação, armazenamento, recuperação e utilização. O papel do locutor ou apresentador é de extrema relevância nessa prática intelectual, já que ele exerce um poder efetivo e uma responsabilidade social significativa na manifestação do rádio e no dia a dia das pessoas. Também é necessário manter

⁷ “[...] pessoas que não partilham os mesmos códigos e não atribuem, por exemplo, às regras de organização do espaço e da administração do tempo, a mesma significação simbólica (MATTELART, 1999, p.69)”.

uma relação fiel com as fontes de notícia e seus interesses. Porém, mesmo assim, a subjetividade do público receptor, a captação sonora, a ausência deste público no campo visual do locutor e a absorção instantânea são elementos que intervêm na compreensão dos informes veiculados.

Quais fatores influenciam na propagação das ondas de rádio?



<https://teletronix.com.br/>

A plateia que recebe a informação, por meio da sonoridade e da fala do radialista, é composta por indivíduos de distintas classes sociais, com diferentes níveis intelectuais, ideologias, práticas religiosas e outras dessemelhanças, o que afeta a apreensão do comunicado. Há uma relação entre a epistemologia e a experiência humana em que os processos mentais internos na construção do conhecimento guiam o pensamento, e isto tende a levar a uma vivência de mundo própria, caracterizando-se, assim, como uma mediação pessoal.

[...] precisamos estar inseridos em um novo paradigma que pressupõe educar sempre dentro de uma visão de totalidade. Educar pessoas inteiras que integrem todas as dimensões: o corpo, a mente, sentimentos, espírito, psiquismo; o pessoal, o grupal e o social; que tentem encontrar as pontes, as relações entre as partes e o todo (MORAN, 1994, p. 233).

O que se demonstra latente nesta reflexão sobre a radiofonia e seu papel na formação epistemológica dos ouvintes é a importância que este meio de comunicação atinge ao educar, entreter e instruir, mesmo com as limitações impostas pela sua natureza sonora. A participação do público na programação radiofônica, especialmente com o desenvolvimento de recursos interativos que ampliem a geração do saber, faz do radiouvinte um agente de interposição na

programação e não apenas um receptor passivo. Vale destacar a facilidade, nos dias atuais, que a tecnologia digital entrega para a montagem de programas radiofônicos e para a abrangência da acessibilidade do rádio por meio de diversos dispositivos eletrônicos.

A informação radiofônica é efêmera e pode ser facilmente esquecida pelo ouvinte assim que ele deixa de ter o contato com o rádio. O modo como os conteúdos são disseminados variam e dependem do contexto econômico e social em que se encontram. A radiodifusão virtual, por exemplo, é facilmente acessada pelo usuário por meio de links, permitindo a interação com as informações disponibilizadas e suas apropriações.

A mediação entre a epistemologia do público e as mensagens radiofônicas acontece através da participação de várias pessoas envolvidas no processo de produção e divulgação dos programas, como o roteirista, o produtor, o editor, o locutor e a própria audiência. A interatividade entre a rádio e a plateia é fundamental para que as programações atendam às necessidades e desejos do público e para isso é preciso que a grade programática esteja alinhada com as raízes culturais e as demandas dos radiouvintes (RANGEL, 2018).

A relação entre a rádio e a audiência deve ser de interdependência com a estação radiofônica se adaptando ao seu público e sempre em busca da verdade situacional na elaboração dos seus programas. A edição de dados exige não apenas a utilização de conteúdo, mas também certa criatividade para apresentá-los de forma inovadora e atraente. Ao escrever para rádio, é indispensável ter em mente que a informação será ouvida e não lida, o que requer uma estruturação simbólica do discurso que seja consistente e capaz de prender a atenção do público. Para isso, as sentenças radiofônicas sendo empáticas e atrativas criam um vínculo emocional com o radiouvinte e possibilita a geração epistemológica.

O conhecimento precisa da ação coordenada de todos os sentidos, caminhos externos, combinando o tato (o toque, a comunicação corporal), o movimento (os vários ritmos), o ver (os vários olhares) e o ouvir (os vários sons). Os sentidos agem complementarmente, como superposição de significantes, combinando e reforçando significados (MORAN, 1994, p. 233).

Um programa radiofônico terá sucesso se contemplar uma experiência auditiva fácil de ser compreendida e que estimule os sentidos das pessoas sem requerer uma grande concentração, já que o público geralmente estará realizando outras atividades ao mesmo tempo. Para alcançar uma comunicação mais coesa no rádio, é preciso um planejamento prévio da mensagem. Um roteiro que permita ao locutor sentir-se seguro e confiante do que está enunciando, com uma abordagem artística e utilitária, técnica e acessível, e um

aprimoramento estético que o torne atraente e informativo. Todavia nem sempre esse processo ocorre, o que indica uma falta de sintonia entre a proposta do emissor e as necessidades da audiência, onde a estação não conhece o perfil e as reivindicações básicas de seus radiouvintes.

Como já dito, os informes são interpretados e assimilados pelo indivíduo de acordo com suas experiências e interações com o mundo, sendo um processo de construção individual que pode resultar na geração epistemológica (RANGEL, 2018).

Além de informar, o rádio tem o poder de capacitar e constituir pontos de vista, influenciando a cultura e a realidade social. Ao fazer uso da palavra neste meio de comunicação, é possível moldar pensamentos, transformar emoções e até mesmo provocar ações. Entender que a produção de programas de rádio tem um papel crucial na geração de conhecimento e na formação da opinião pública é de suma importância.

Durante a Segunda Guerra Mundial, quando o triunfo da Grã-Bretanha encontrava-se em jogo, a locução radiofônica do Primeiro-Ministro e também orador, Winston Churchill, contribuiu para alterar a vontade dos cidadãos ingleses, de tal modo, a resultar em uma coragem incomparável nos soldados, algo que cooperou para acabar com a pretensão do ditador alemão Adolf Hitler de conquistar a Europa (SILVA, 1999).

Na radiodifusão, uma seleção eficaz de vocábulos para realizar a locução pode, posteriormente, expandir os sentimentos mais fortalecedores ou destruidores; neste último caso, até mesmo causar pânico coletivo. Em outubro de 1938, um programa de rádio simulando uma invasão alienígena desencadeou desespero na costa leste dos Estados Unidos. A rede CBS interrompeu sua programação musical para noticiar uma suposta invasão de marcianos. A notícia em edição extraordinária, na verdade, era o começo de uma peça de radioteatro, que não só ajudou a CBS a bater em audiência a emissora concorrente NBC, como também eclodiu terror em várias cidades norte-americanas. "A invasão dos marcianos" durou apenas uma hora, no entanto marcou definitivamente a história do rádio. Dramatizando o livro de ficção científica — *A Guerra dos Mundos* —, do escritor inglês H. George Wells, o programa relatou a chegada de extraterrestres. Os méritos da genial adaptação, produção e direção da peça eram do então jovem e quase desconhecido ator e diretor de cinema Orson Welles (ORTRIWANO, 1985).

Profissionais experientes no campo da radiodifusão estão cientes do grande poder que as mensagens de rádio possuem em termos de inspirar, desafiar, fortalecer e mobilizar os ouvintes para a ação. Quando o rádio é manuseado adequadamente, atendendo às

necessidades dos usuários, desempenha uma função relevante no estímulo ao debate público e na divulgação de uma vasta gama de assuntos e temas que têm grande impacto na sociedade. Ao estar em sintonia com a rotina do público, o rádio é capaz de transmitir informações que levam a uma reflexão mais profunda por parte dos ouvintes — desenvolvimento epistêmico —, incentivando-os a participar de questões significativas do seu cotidiano social.

A apropriação da informação é um processo transformador que atinge profundamente a vida das pessoas. Para que o rádio possa promover a disseminação da epistemologia de maneira eficaz, é necessário que haja uma execução interativa e colaborativa do diálogo com o público. Essa interação permite que a população se apodere do conhecimento de forma mais efetiva e sem obstáculos.

4.4. O feedback do público — o outro caminho da bidirecionalidade da metafísica do rádio

Fala-se muito sobre o poder de influência dos meios de comunicação sobre a sociedade espectadora. Porém existe um caminho contrário nesta metafísica onde o ouvinte tem também intervenção sobre a programação de uma emissora de rádio. De fato, existe uma relação bidirecional entre a programação de uma estação de rádio e o seu público. Os radiouvintes são uma parte fundamental da audiência radiofônica, e suas opiniões, preferências e demandas podem ter influxos consideráveis na programação.

Um dos principais mecanismos pelos quais os ouvintes podem influenciar a programação radiofônica é por meio do feedback e da interação com a emissora. As rádios geralmente possuem canais de comunicação com seu público, como linhas telefônicas, redes sociais e formulários de apreciação em seus sites, e encorajam os radiouvintes a enviarem sugestões, críticas e comentários sobre a grade. Esses feedbacks são utilizados pela emissora para entender as preferências de seus audientes e adaptar sua exibição de acordo. Por exemplo, se uma rádio recebe muitos pedidos de uma determinada música ou de um determinado programa, pode decidir incluí-los mais frequentemente em sua produção. Ademais, as rádios igualmente realizam pesquisas de opinião com seus ouvintes para obter feedback mais estruturado e sistemático. Essas pesquisas são utilizadas para identificar as predileções da audiência em relação a diferentes gêneros musicais, programas de entretenimento, noticiários, entre outros. Os ouvintes exercem influência sobre a programação da rádio por meio de sua própria participação ativa na produção de conteúdo.

Muitas rádios possuem programas em que o público envia suas próprias idealizações, como músicas, poesias, crônicas e opiniões sobre diferentes temas. Essa interação ativa do público enriquece a programação radiofônica e a torna mais diversa e representativa das diferentes vozes da sociedade (PIMENTEL; VARGAS, 2019).

Esse caminho bidirecional entre a rádio e seus ouvintes pode ser vista como uma forma de democratização da mídia e de valorização da participação social na produção de conteúdo. O feedback do ouvinte é extremamente relevante para a execução de uma emissora radiofônica, pois fornece informações valiosas sobre as escolhas e desejos do público-alvo. Os radiouvintes são a razão pela qual as estações de rádio existem, portanto, é primordial que suas vontades sejam levadas em consideração ao criar a grade de conteúdos. Porém o feedback consegue ser tanto positivo quanto negativo, e ambos os aspectos devem ser analisados. A vistoria cuidadosa do feedback do ouvinte auxilia os programadores de rádio a determinar quais tópicos são mais populares e, da mesma maneira, a identificar áreas que precisam de melhorias ou mudanças. Por exemplo, se a maioria do público solicita mais música de certo gênero ou artista específico, a emissora ajusta a sua programação para incluir mais desse estilo musical. Da mesma forma, se os ouvintes se queixam de longos intervalos comerciais, a estação pode considerar encurtá-los ou mudar sua posição na programação (KOCHHANN et al., 2011).

Ao mostrar aos radiouvintes que suas opiniões são valorizadas, as emissoras radiofônicas constroem um relacionamento fortificado com a plateia e aumentam a fidelidade à marca. Isso se traduz em uma maior audiência, bem como em maiores oportunidades de publicidade e patrocínio.

Em resumo, o feedback do ouvinte é substancial para a programação de uma estação radiofônica bem sucedida. Permite que os programadores de rádio compreendam melhor os pontos de vista de seu público, o que consolida transformações e refinamento no roteiro da grade programática, tal qual uma proximidade com a sua audiência.

4.5. A natureza da interatividade na radiodifusão — a indefinição das fronteiras entre comunicação e interação social

A natureza da comunicação na era interativa do rádio é um tópico com implicações filosóficas para a compreensão comunicativa, tecnológica e social. Tradicionalmente, a radiodifusão tem sido vista como um meio de comunicabilidade unidirecional, com as

emissoras transmitindo mensagens para um público passivo. Porém, com o advento de tecnologias interativas, como chamadas, salas de bate-papo e mídia social, o rádio tornou-se um recurso mais participativo, permitindo que os ouvintes se envolvam e forneçam feedbacks às emissoras em tempo real. Essa mudança em direção à interatividade levantou questões sobre a natureza da própria comunicação. Alguns teóricos têm debatido que a radiodifusão interativa confunde as fronteiras entre comunicação e interação social, criando uma dinâmica mais conversacional e colaborativa entre transmissores e receptadores. Outros sugerem que a era interativa do rádio desafia as noções convencionais de autoria e propriedade, pois os radiouvintes são cada vez mais capazes de conceber e moldar as temáticas da programação radiofônica (SANT'ANNA, 2016).

Ao mesmo tempo, a era interativa do rádio também levanta preocupações acerca da qualidade e da precisão do conteúdo divulgado. Com o público apto em fornecer feedbacks e comentários de modo instantâneo, existe o risco de que informações falsas ou enganosas se espalhem rapidamente pelas mídias sociais ou outros canais interativos. No geral, a natureza da comunicação na era interativa do rádio é um assunto recorrente, e à medida que se dá continuidade na exploração desse tema, observa-se como ele se conecta a debates mais amplos sobre o papel da tecnologia na formação de nossas interações e relacionamentos sociais (PIMENTEL; VARGAS, 2019).

Existem alguns pesquisadores que assinalaram a respeito da indefinição das fronteiras entre comunicação e interação social no contexto do rádio interativo. Aqui estão alguns exemplos:

- I. Klaus Bruhn Jensen, em seu livro "*A Handbook of Media and Communication Research*", aponta que o rádio interativo permite uma dinâmica mais conversacional e colaborativa entre emissoras e ouvintes, criando um senso de propriedade compartilhada sobre o conteúdo que está sendo produzido;
- II. Em sua obra "*The Mediated Construction of Reality*", Nick Couldry registra que a mídia interativa, incluindo o rádio participativo, possibilita uma experiência mais direta e imediata de interação social, apagando os limites entre comunicação online e off-line.

Tais especialistas e seus escritos oferecem diferentes perspectivas sobre o assunto. Uma compreensão mais aprofundada das implicações filosóficas desta tendência na

radiodifusão — nomeadamente a indefinição das fronteiras entre comunicação e interação social no contexto da radiocomunicação interativa — pode ser obtida através da análise das suas ideias e argumentos:

- I. A natureza da comunicação do rádio interativo — contesta as noções tradicionais de comunicação como um processo unidirecional de transmissão de mensagens. Em vez disso, cria uma dinâmica mais colaborativa e participativa entre emissoras e ouvintes, onde as linhas entre produtores e consumidores tornam-se cada vez mais tênues;
- II. A ética da propriedade e controle da mídia — à medida que as fronteiras entre produtores e consumidores tornam-se mais indistintas, surgem inquições a respeito de quem tem propriedade e controle sobre o conteúdo fornecido. O rádio interativo permite que os ouvintes se envolvam de modo mais assíduo, levantando questões éticas sobre a responsabilidade dos proprietários de mídia e emissoras na garantia da qualidade das informações disseminadas;
- III. A relação entre tecnologia e sociedade — o rádio interativo é um produto da inovação tecnológica e seu surgimento reflete tendências mais abrangentes na sociedade em direção a formas de comunicação mais abertas e participativas, alavancando indagações sobre a atribuição da tecnologia em avivar interações e relacionamentos sociais e o impacto dessas mudanças nas normas e culturas;
- IV. O caráter da interação social — a indistinção das fronteiras entre comunicação e interação social no rádio participativo cria uma experiência mais direta e imediata de interação social, refutando os exames habituais sobre a natureza da interatividade (RANGEL, 2018).

Ao sondar essas inferências, obtém-se uma apreensão mais detalhada das demandas sociais, culturais e éticas, vastamente levantadas por essa disposição na comunicação radiofônica. Dentro da questão da interatividade entre o público e a programação de rádio, alguns elementos destacam-se como benéficos para uma sociedade democrática e pacífica, tais como:

- I. Participação cidadã — a interatividade permite que os ouvintes relacionem-se ativamente com a programação, expressando suas opiniões e sugestões,

estimulando a participação cidadã em abordagens relevantes, possibilitando uma cultura mutuante e democrática;

- II. Ampliação do diálogo e do debate — a interação social propicia o diálogo e o debate entre diferentes perspectivas e pontos de vista, enriquecendo a discussão pública, o que conduz a uma sociedade mais informada e crítica, capaz de tomar decisões mais fundamentadas e consensuais;
- III. Fortalecimento da transparência e da responsabilidade — a interatividade auxilia na propagação da transparência e da responsabilidade, já que os ouvintes podem interpelar e cobrar conteúdos das emissoras e dos apresentadores, contribuindo para uma cultura mais translúcida e atinada, com instituições mais eficazes e legítimas;
- IV. Combate à desinformação e às fake news — a inter-relação favorece para o combate à desinformação e às fake news, visto que os radiouvintes dispõem de uma cultura mais crítica e responsável relativa à informação, identificando falsos e imprecisos conteúdos e compartilhando dados corretamente.

Nesse sentido, estes critérios são componentes essenciais para assegurar a credibilidade e a confiança do público no que se refere à programação radiofônica. A divulgação clara e objetiva sobre a origem e a veracidade das notícias e informes, bem como acerca da linha editorial e da seleção de tópicos, contribui para que o cidadão possa avaliar de forma crítica e consciente a qualidade programática. Ademais, a interatividade entre o público e a programação radiofônica tem uma atribuição expressiva na promoção da responsabilidade social das emissoras de rádio (POLETTI et al., 2015).

A responsabilidade social traz não apenas a oferta de conteúdo categórico, mas também o compromisso com a comunidade e a difusão de ações que amparam o desenvolvimento social e sustentável. Mediante a interatividade, os radiouvintes expressam suas necessidades e expectativas, como também reconhecem problemas e desafios locais que precisam ser abordados. As emissoras de rádio, por sua vez, podem utilizar essas temáticas para desenvolver programas e iniciativas que atendam às reivindicações comunitárias e reafirmem o desenvolvimento social.

Outro aspecto relevante da interatividade entre o público e a programação radiofônica é o papel que ela desempenha no impulso da diversidade e da inclusão. Através da interação com o público, as estações radiofônicas rastreiam as carências de diferentes grupos sociais, da

mesma maneira que incitam a participação e a representação desses grupos na programação. Estabelecendo a promoção da liberdade de expressão e do acesso à informação, e permitindo que o público participe ativamente do processo de produção de conteúdo, as emissoras de rádio cooperam para a democratização da comunicação e para o fortalecimento da sociedade civil (PIMENTEL; VARGAS, 2019).

Além dos enfoques já mencionados, destacam-se outros temas importantes relacionados à interatividade entre o público e a programação radiofônica, como a seguir:

- I. Criação de comunidades — a interatividade também intensifica a criação de comunidades em torno da programação radiofônica. Quando os ouvintes conectam-se entre si e com a emissora, é gerado um senso de pertencimento e identidade em relação à programação, o que aumenta o engajamento e a fidelização do público;
- II. Promoção da educação e cultura — por meio da interação, as emissoras de rádio sentem-se mais atraídas a ofertar programação educativa e informativa, bem como eventos e iniciativas que incentivem a aprendizagem e a cultura;
- III. Facilitação da inovação — a interatividade é uma fonte de inspiração para a criação de novos formatos e tópicos inovadores. Ao ouvir o feedback e as sugestões dos ouvintes, as estações de rádio assimilam novas vocações, e utilizam esses conteúdos em uma produção mais chamativa para o público.

Essas são algumas referências concernentes à interatividade entre o público e a programação radiofônica. Ressalta-se que a interação pode ter diferentes formas e graus de intensidade, dependendo do contexto e da estratégia adotada pelas emissoras de rádio. Em todo caso, é inegável que a interatividade é uma poderosa ferramenta para a transparência, a responsabilidade e o engajamento do público na produção temática radiofônica.

5. A PLURALIDADE NA RADIOFONIA — COMUNITARISMO, RESISTÊNCIA E EMANCIPAÇÃO



A pluralidade na radiodifusão propõe uma incumbência substancial na construção de uma sociedade inclusiva e com senso crítico. A radiodifusão, como meio de comunicação de massa, tem a responsabilidade de oferecer uma plataforma diversificada que represente diferentes vozes, perspectivas e culturas. Disponibilizar a oferta ampla de variedades na programação — comprometida com diferentes gêneros musicais, debates políticos, culturas locais e temas sociais — reflete não somente o sortimento da audiência, mas também desenvolve o discernimento mútuo e o respeito às diferenças. Essas ações trazem a emancipação relacionada à competência de instruir as pessoas, fornecendo informações relevantes, educando e oportunizando a resistência perante aos formalismos parciais da mídia. Quando a radiodifusão permite que os ouvintes acessem conhecimento e se envolvam em discussões informadas, ela contribui para a autonomia intelectual e social.

A pluralidade na radiofonia, principalmente, no domínio não comercial é princípio essencial que diferencia esta categoria de rádios das emissoras comerciais. Rádios não comerciais têm maior liberdade e compromisso com a profusão autônoma informativa. Neste caso, destacam-se alguns aspectos específicos como: a riqueza de conteúdo desde música alternativa até discussões políticas profundas, literatura, poesia e os programas educacionais; abertura às vozes marginalizadas; evidenciação da cultura local, o apoio a artistas regionais e eventos culturais da comunidade; possibilidade de uma independência editorial sem a subordinação às pressões comerciais; o incentivo ao envolvimento da comunidade na construção de uma cidadania ativa; livre-arbítrio em opiniões contextualizadas em um convívio social ético e oportunidades iguais para o debate público e a crítica construtiva.

Em síntese, a pluralidade que as rádios não comerciais e seus conteúdos independentes promovem traz o elemento emancipativo que encoraja e produz a resistência diante os meios de comunicação mercadológicos e convencionais.

5.1. As rádios comunitárias

As rádios comunitárias são emissoras de rádio de baixa potência que operam em uma área restrita, geralmente com alcance de algumas dezenas de quilômetros. Normalmente são operadas por organizações sem fins lucrativos, como associações de bairro, grupos religiosos, sindicatos e outras entidades comunitárias, e têm como objetivo oferecer uma programação voltada para as necessidades e interesses comunitários locais.

Destacam-se como forma de mídia alternativa que busca a participação ativa da comunidade na produção e disseminação de conteúdo, oferecendo diversificação e representatividade das diferentes vozes e perspectivas presentes na comunidade. Seus estatutos devem prever abordagens sobre temas pontuais, como questões de segurança, saúde, educação, cultura, esporte e lazer, além de oferecer espaço para a divulgação de eventos e de iniciativas comunitárias (MODESTO; GUERRA, 2010).

As rádios comunitárias são reconhecidas como um instrumento importante para a promoção da liberdade de expressão, da diversidade cultural e da participação cidadã. No entanto, também enfrentam desafios como falta de recursos financeiros, dificuldade de acesso a equipamentos e tecnologias de ponta, interferência de sinal de outras emissoras e a regulamentação restritiva por parte do poder público. Em muitos países, tais estações têm enfrentado impasses para obter licenças de operação e para garantir a sua sustentabilidade financeira. Algumas organizações lutam por uma regulamentação mais favorável e pela criação de mecanismos de apoio às rádios comunitárias, a fim de fortalecer a função dessas emissoras como agentes de transformação social (PINTO, 2007).

Certas ações específicas que as rádios comunitárias realizam incluem a formulação de programas de debate e discussão sobre questões locais e nacionais, propiciando a participação da comunidade na elaboração de soluções para problemas específicos, além de oferecerem espaços para divulgação de eventos culturais, esportivos e sociais da comunidade, integrando e fortalecendo os laços sociais. Projetos educativos e de formação, como oficinas de comunicação e jornalismo, visam capacitar membros da comunidade para produzir e disseminar conteúdo de forma crítica e consciente. Campanhas sociais e políticas, como mobilizações em prol dos direitos humanos, da igualdade de gênero e da preservação do meio ambiente, solidificam a cidadania e a democracia (KISCHINHEVSKY et al., 2018).

Em muitas partes do planeta, a rádio comunitária atua como um veículo para a comunidade e o setor voluntário, para a sociedade civil, as agências, ONGs e cidadãos; um fio condutor para o trabalho parceiro na promoção dos objetivos de desenvolvimento da comunidade e, é claro, da radiodifusão em si. Eis algumas estações de rádios comunitárias ao redor do mundo e suas ações singulares realizadas:

- I. Radio Okapi (<https://www.radiookapi.net/>) — República Democrática do Congo —, criada em 2002, após a guerra civil no país, tem como objetivo propiciar a paz e a reconciliação entre as diferentes etnias e regiões do país,

ofertando uma programação diversificada, que aborda temas como política, cultura, esportes e entretenimento;

- II. Radio La Colifata (<https://lacolifata.com.ar/en/>) — Argentina —, atua em um hospital psiquiátrico em Buenos Aires e se oferece como uma plataforma para que os pacientes possam expressar-se e comunicar-se com o mundo exterior, ocasionando a sua inclusão social e a sua recuperação;
- III. Radio Sagarmatha (<https://radiosagarmatha.org.np/>) — Nepal —, fundada em 1996, após a queda do regime autoritário no país, articula a democracia e os direitos humanos com uma programação que interpela assuntos de política, direito da mulher, meio ambiente e cultura.

5.2. Algumas ações das rádios comunitárias brasileiras

As rádios comunitárias brasileiras são regulamentadas pela Lei 9.612/1998, que estabelece as condições para a obtenção de concessões e autorizações de funcionamento. Determina que tais emissoras devam ser operadas por associações sem fins lucrativos, terem um limite máximo de contorno de serviço de um quilômetro em circunferência a partir de sua torre de transmissão, além de estarem submetidas a controle social e sendo obrigadas a prestar contas à comunidade.

No Brasil, as rádios comunitárias têm um papel relevante na promoção da cidadania e da participação popular, possibilitando espaços para a divulgação de informações e de cultura local, além de viabilizar debates e discussões acerca de temáticas comunitárias essenciais em que estão inseridas. Seguem abaixo, algumas rádios comunitárias expressivas em nosso país:

- I. Rádio Comunitária Rocinha (<https://radiorocinha.org/>) — Rio de Janeiro —, trata-se de uma das mais antigas e conhecidas rádios comunitárias brasileiras. Fundada em 1992, é operada pela Associação de Moradores da Rocinha e possui uma programação diversificada que aborda temas como educação, cultura, esporte e política;
- II. Rádio Comunitária Zumbi dos Palmares (<https://www.zumbidospalmaresfm.com.br/>) — Potengi, Ceará —, traz à população uma programação que inclui música, poesia, debates e entrevistas acerca de temas sociopolíticos;

III. Rádio Comunitária Voz do Gueto (<https://www.youtube.com/@radiovozdogueto>) — São Paulo —, administrada pela Associação Comunitária Voz do Gueto na zona leste da capital paulista. Articula a cultura e a participação popular, disponibilizando pontos de vista acerca da educação, da saúde, cultura e política.

É de praxe que entre as atividades realizadas pelas rádios comunitárias no Brasil, esteja previsto em seus estatutos: a realização de programas de discussões de assuntos regionais e nacionais, a participação da comunidade na constituição de soluções para problemas peculiares, o oferecimento de espaços para divulgação de eventos culturais, esportivos, tal como a integração e o fortalecimento dos laços sociais. Conjuntamente a estas ações, são somados também os compromissos de: programas educativos e de formação — vide oficinas de comunicação e jornalismo —, visando capacitar membros da comunidade a assimilar e divulgar conteúdos de forma crítica e consciente, e a consolidação do significado da cidadania e da democracia.

Entretanto certas rádios de cunho e de natureza jurídica comunitária distorcem sua atribuição e aplicam a função lucrativa. Geralmente são cedidas a políticos locais que fazem uso deste setor midiático para se fortalecerem popularmente, principalmente em cidades do interior. É corriqueiro que algumas rádios comunitárias, que deveriam servir ao interesse da comunidade, acabem sendo utilizadas como ferramentas de aliciação pessoal e política (PIMENTEL; VARGAS, 2019).

Essas emissoras são concedidas politicamente a aliados ou partidários, que passam a controlar o planejamento e a pauta editorial da estação de rádio, muitas vezes utilizando o espaço para veicular propaganda política camuflada e favorecer seus próprios interesses. Isso viola a legislação que regula as rádios comunitárias no Brasil, a qual prevê a exigência de que as mesmas tenham cunho não lucrativo e que sejam controladas pela comunidade. Essa distorção da verdadeira função das rádios comunitárias é preocupante, pois prejudica a pluralidade e a diversidade de vozes na mídia, além de deslegitimar o relevante papel que essas emissoras têm na promoção da cidadania e do diálogo social.

É imprescindível que a sociedade e as autoridades fiscalizem e combatam esse tipo de prática, garantindo que as rádios comunitárias cumpram seu papel social e sirvam ao comunitarismo o qual devem estar inseridas.

5.3. Visões filosóficas extraídas das ações das rádios comunitárias

Há algumas perspectivas filosóficas que podem ser derivadas das ações das rádios comunitárias, dependendo do enfoque que se deseja adotar. Por exemplo, a filosofia comunitarista que realça a importância da coletividade como fonte de valores, de solidariedade e de identidade.

Nesse sentido, as rádios comunitárias são vistas como uma forma de fortalecimento das relações e da participação da comunidade na vida sociopolítica. Ao articular a diversidade de vozes e expectativas dentro da comunidade, as rádios comunitárias contribuem para o desenvolvimento de uma sociedade mais democrática e pluralista.



Um dos estudiosos no campo do comunitarismo, o filósofo norte-americano Michael Walzer, que escreveu a respeito da filosofia política e moral, traz em um de seus trabalhos mais conhecidos — *Esferas da Justiça: Uma Defesa do Pluralismo e da Igualdade* —, o apontamento de que a justiça não pode ser reduzida a um único princípio abstrato, como a igualdade ou a liberdade. Entretanto deve ser entendida como uma pluralidade de esferas sociais, culturais e políticas que são regidas por normas e preceitos diferentes. Defende que cada esfera carece de suas próprias regras e princípios de distribuição que reflitam suas respectivas necessidades e padrões.

Walzer utiliza de arquétipos como a família, o mercado, o Estado e as comunidades locais para ilustrar a complexidade e a diversidade das esferas sociais que compõem uma sociedade justa e pluralista. Argumenta que as rádios comunitárias, como instituições que surgem e são sustentadas pela comunidade local, podem ser notadas como um exemplo de

uma esfera social que requer sua devida forma de justiça e distribuição, diferindo das esferas do mercado ou do Estado.

A obra do estadunidense é considerada uma significativa contribuição para o comunitarismo, um movimento filosófico que ressalta a dimensão da comunidade como fonte identitária, valorativa e solidária (SANT'ANNA, 2016).

Outra fonte filosófica apta de ser absorvida neste contexto da atuação das rádios comunitárias é o utilitarismo, corrente de pensamento que considera e avalia as ações de acordo com sua capacidade de produzir felicidade ou bem-estar. Desta forma, as rádios comunitárias possui uma visualidade de melhoria do bem-estar da comunidade, ao fornecer informações, entretenimento e oferta de valores e ideias que contribuam para a constituição de uma sociedade mais justa e equitativa.

O filósofo utilitarista Jeremy Bentham — considerado o fundador do utilitarismo clássico —, embora não tenha escrito especificamente sobre rádios comunitárias, tece suas ideias sobre utilidade e bem-estar, elementos cabíveis de serem aplicados a esta contextura. Em sua obra "Uma Introdução aos Princípios da Moral e da Legislação", o britânico argui que as ações devem ser avaliadas nos termos de sua utilidade ou capacidade de promover a felicidade ou o bem-estar geral. Bentham sustenta uma forma de utilitarismo conhecida como "utilitarismo hedonista", que afirma que o bem-estar humano consiste na maximização do prazer e na minimização da dor. Essa ideia pode ser adotada no âmbito das rádios comunitárias ao fornecer uma base teórica para avaliar o impacto de tais emissoras na sociedade, que muitas vezes têm como objetivo propiciar o bem-estar e a felicidade da comunidade local (POLETTO et al., 2015).

A filosofia da ética da responsabilidade notabiliza-se por apreender a relevância da ação responsável e consciente em relação às consequências dos atos individuais ou coletivos. Dessa maneira, as rádios comunitárias assumem a responsabilidade pelo beneficiamento da comunidade, estimulando a cidadania, o diálogo social e o respeito às diferenças. As rádios comunitárias assumem uma posição de comprometimento referente aos seus ouvintes, informando e obtendo recursos que auxiliem na construção de uma sociedade mais democrática e igualitária.

O filósofo Hans Jonas expõe a responsabilidade no que refere aos impactos da tecnologia e do progresso científico na sociedade e no meio ambiente. Em "O Princípio Responsabilidade: Ensaio de uma Ética para a Civilização Tecnológica", Jonas descreve a tecnologia e o progresso científico como potencialidades causadoras de danos consideráveis à humanidade e ao meio ambiente, e que os seres humanos devem assumir a responsabilidade

por esses efeitos. Para o alemão, a responsabilidade ética não se limita apenas ao presente, porém é devido levar em consideração as consequências em longo prazo das ações humanas. Ao se falar das rádios comunitárias, isso poderia significar que os operadores dessas emissoras têm o encargo de considerar cuidadosamente os resultados de suas transmissões na comunidade local e no meio ambiente circundante. Disso resulta-se uma reflexão ética acerca das rádios comunitárias e outras tecnologias que possam afetar a sociedade e a ambiência.

As alusivas visões filosóficas demonstradas nos parágrafos anteriores têm condições de serem investigadas mais minuciosamente, por meio de análises das ações das rádios comunitárias. É importante notar que esses panoramas não são mutuamente excludentes e podem se complementar em diferentes graus. Atingem o sentido da complementaridade e a ideia de que diferentes perspectivas ou abordagens combinam entre si para formar uma compreensão mais robusta do tema.

As linhas de pensamentos mencionadas — comunitarismo, utilitarismo e ética da responsabilidade — podem ser entendidas como complementares, pois oferecem diferentes modos de avaliação e entendimento sobre o papel dessas emissoras na sociedade, permitindo um estudo mais crítico e cientificado das contribuições sociais das rádios comunitárias no Brasil e ao redor do mundo (MODESTO; GUERRA, 2010).

5.4. A liberdade de expressão — resistência e clandestinidade

Na obra “Rádio Guerrilha — Rock e Resistência em Belgrado” é narrada a história da rádio sérvia B92, formada por um corajoso grupo de jovens que travou uma batalha de dez anos pela liberdade e manteve viva a voz da dissidência ao regime de Slobodan Milosevic, principalmente durante a Guerra da Bósnia⁸. Jovens que sonhavam com uma vida nova, mas se deparavam com uma realidade difícil. Munidos de um transmissor, alguns discos e o desejo de verdade e justiça, eles começaram a rádio com o simples intuito de tocar boa música, porém tiveram de enfrentar duas guerras, duras sanções econômicas, violência da polícia, gângsteres armados e políticos neonazistas. Autointitulados de “geração perdida” e acusados de traição, espionagem e terrorismo pelo governo de Milosevic, suas transmissões radiofônicas anárquicas tornaram-se a boia de salvação diante da propaganda governista que

⁸ A Guerra da Bósnia foi uma consequência da fragmentação territorial da Iugoslávia e das rivalidades entre as diferentes etnias que formavam a região. Ocorreu de 1992 a 1995 após a declaração de independência da Bósnia-Herzegovina.

inundava a mídia controlada pelo Estado. Enquanto o *turbofolk*⁹ — um híbrido de péssimo gosto de *europop* e *folk* sérvio — emergia como trilha sonora do nacionalismo, o rock, o *techno* e o rap uniam-se para representar a voz da resistência. Até que Milosevic fosse finalmente derrotado em outubro de 2000, a B92 foi fechada e reaberta quatro vezes. Apesar da repressão, a emissora não se deixou derrotar, e sua inspirada combinação de coragem, criatividade e humor ácido refletiam em som e espírito a luta nas ruas (RANGEL, 2018).

O livro do autor Matthew Collin, que aborda o papel da rádio durante a guerra e a resistência ao regime autoritário na região dos Bálcãs, é um retrato da Iugoslávia na década de 1990, uma paisagem violenta e tomada pelo medo na qual qualquer perspectiva de futuro além da ditadura de Milosevic parecia um sonho distante e proibido. A estação B92 transformou-se em um símbolo renitente à opressão e censura, e foi uma das principais fontes de informação independente durante a guerra em meio às mudanças políticas que ocorreram na região nos anos noventa. Collin conheceu bem os fundadores da rádio e teve um acesso relevante às principais figuras da B92 e aos seus arquivos. O britânico também examinou as dificuldades enfrentadas pelos jornalistas e DJs da referida rádio, incluindo ameaças de morte, cerceamento e ataques violentos (PINTO, 2007).

"Rádio Guerrilha" é emblemático ao trazer o entendimento da função das rádios independentes como fontes referenciais de cultura em ambientes políticos hostis. Destaca-se o papel da liberdade de expressão e do acesso à informação em cenários de conflito e autoritarismo, e como a música pode ser usada como forma de solidariedade e resistência ao controle estatal da mídia. São temas que têm implicações filosóficas importantes.

Por exemplo, essas temáticas podem ser exploradas no contexto da ética política, que se preocupa com questões relacionadas ao poder, autoridade, justiça e liberdade em sociedades democráticas e não democráticas. A ética política questiona a legitimidade da censura e do controle estatal da mídia em regimes déspotas, e defende a significância da liberdade de expressão e do acesso a conteúdos como direitos fundamentais. Além disso, a filosofia pode discutir como a música e a cultura são empregadas como instrumentos de estratégia de resistência e solidariedade em conjunturas de opressão e guerras.

Adorno argumentou que a música tem um papel crítico na sociedade, porque ela contesta a ordem estabelecida e desafia as normas sociais. A filosofia também pode analisar

⁹ Turbofolk é um estilo de música dançante servo-croata, muito popular entre as repúblicas da ex-Iugoslávia. Caracteriza-se pela fusão de ritmos tradicionais com batidas eletrônicas sintetizadas modernas.

como a cultura é usada como um elemento de objeção contra a autoridade, como aconteceu com a rádio B92 em Belgrado (MOREIRA, 1999).

"*Good Morning, Vietnam*" é um filme de comédia-drama lançado em 1988, dirigido por Barry Levinson e estrelado por Robin Williams. Baseado em fatos reais, conta a história de Adrian Cronauer, um locutor de rádio do exército norte-americano que é enviado para Saigon durante a Guerra do Vietnã em 1965. Cronauer é um DJ irreverente e carismático, que traz uma nova energia para a rádio do exército, apresentando uma programação que mistura música, comentários políticos e sátiras humorísticas. No entanto suas críticas ao governo e à guerra desagradam às autoridades militares e o apresentador torna-se alvo de uma investigação. O longa aborda temas como a censura, a liberdade de expressão e a tensão entre militares e civis durante a guerra no sudeste asiático. Evidencia a atribuição da música como forma de conexão e comunicação em meio ao conflito. A programação da rádio em Saigon consistia principalmente de música pop e rock da década de 1960.

Robin Williams no papel do DJ Adrian Cronauer



<https://verdadesdeumser.com.br/>

Cronauer era conhecido por sua audácia e seu estilo de apresentação animado e descontraído, que contrastava com o conservadorismo que a emissora costumava transmitir. O filme aponta diversas questões filosóficas, como a autodeterminação da imprensa, a censura, a ética na guerra, a responsabilidade social e a função da arte como meio de conexão e comunicação (TINHORÃO, 1981).

O personagem interpretado por Williams é um defensor da liberdade de expressão e usa seu programa de rádio para criticar a guerra e o governo norte-americano, enfrentando o controle e a oposição das autoridades militares. O roteiro contesta a atribuição da censura em tempos de guerra e o equilíbrio entre a segurança nacional e a liberdade individual. Também destaca a importância da música e da cultura como formas de resistência e solidariedade, capazes de conectar pessoas de diferentes culturas e contextos em torno de valores compartilhados.

Além do mais, a história de Cronauer levanta questões éticas sobre a guerra, a responsabilidade social dos soldados e o impacto psicológico do conflito na vida dos combatentes.

5.4.1. Rádios universitárias

As rádios universitárias são emissoras radiofônicas vinculadas a instituições de ensino superior, como universidades e faculdades. Sua missão envolve a promoção da cultura acadêmica e da interlocução. Geralmente geridas por estudantes, professores e funcionários da instituição, elas operam de forma independente e servem como um campo prático de aprendizado para aqueles interessados em comunicação e mídia.

A característica mais marcante dessas rádios é sua diversidade de temáticas, que pode abranger música, notícias, debates, entrevistas e programas educacionais. Isso proporciona uma ampla variedade de opções para seus ouvintes, além de permitir que estudantes obtenham experiência na prática em produção e transmissão de conteúdo. Assim como as estações comunitárias, as rádios universitárias desempenham um papel crucial na divulgação da cultura local e no apoio a talentos emergentes, dando voz a artistas independentes. Isso contribui para a cena cultural e artística da região.

Outro aspecto relevante é a tarefa dessas estações em servirem como laboratórios para estudantes de comunicação e mídia, oferecendo oportunidades de aprendizado em operações de rádio, produção de tópicos, edição de áudio e gestão de programação.

Ademais, essas rádios têm um impacto nas propagações da pesquisa acadêmica e do debate intelectual, difundindo palestras, conferências universitárias e entrevistas com professores e pesquisadores, tornando o conhecimento academicista acessível a um público mais amplo.

Eis algumas rádios universitárias no Brasil e no mundo:

- I. CiTR 101.9 FM (<https://www.citr.ca/>) — Vancouver, Canadá —, a rádio da Universidade da Colúmbia Britânica é conhecida por apoiar a cena musical local e oferecer programação variada;
- II. Diario y Radio Universidad Chile (<https://radio.uchile.cl/>) — Santiago, Chile —, rádio universitária chilena é conhecida por seu compromisso com a opinião cidadã, política, esporte, cultura e assuntos diversos;
- III. Universitária FM (<http://www.universitariafm.ufu.br/>) — Uberlândia, Brasil — a emissora produz e veicula programas de diversos gêneros: entrevistas, boletins informativos, jornalismo, mesa-redonda, reportagens especiais, prestação de serviços, debates e programas educativos. Na programação musical da emissora predominam os estilos MPB, jazz, roda de samba, músicas internacionais, cinema, dentre outros;
- IV. Rádio USP FM (<https://jornal.usp.br/radio/>) — São Paulo, Brasil — comandada pela Universidade de São Paulo, é uma das mais antigas e renomadas rádios universitárias do país, ofertando uma abrangente variedade de programas culturais e educativos.

5.4.2. Rádios piratas

Uma quantidade enorme de rádios piratas está espalhada pelo mundo afora. São emissoras radiofônicas que operam sem uma licença legal dos órgãos reguladores, muitas vezes manuseadas por grupos ou indivíduos que desejam transmitir sua mensagem sem restrições ou arbítrio.

A sua clandestinidade pode ser vista como uma forma de resistência contra o controle e a censura da mídia por parte das autoridades governamentais ou corporativas. No entanto, a falta de regulação e supervisão leva a problemas de segurança, especialmente quando essas estações interferem nos comunicados da aviação. Geralmente processam em frequências não atribuídas para radiodifusão, o que pode causar interferência com outras comunicações, como o tráfego aéreo. Com isso, a atuação amadora das rádios piratas é ilegal na maioria dos países e pode resultar em multas e outras penalidades.

"*Pirate Radio — The Boat that Rocked*", filme de comédia britânico de 2009 dirigido por Richard Curtis, é ambientado na década de 1960 durante o auge do rock and roll, e gira em torno de uma estação de rádio pirata que transmite música para o Reino Unido a partir de

um navio no Mar do Norte, escapando das leis que proibiam a propagação do rock, na época em que a BBC ainda não contava com uma programação roqueira regular. Embora o filme tenha um enredo cômico, apresenta algumas reflexões interessantes sobre a essência da música e da liberdade de expressão na cultura popular. Mostra como a radiodifusão consiste em um aparato poderoso de conexão entre as pessoas e de disseminação de conteúdos significativos, mesmo quando as autoridades tentam impedir a transmissão desse tipo de mensagens (POLETTO et al., 2015).

Além disso, "*Pirate Radio*" pode ser visto como uma crítica ao controle governamental da radiodifusão e a censura midiática. Aponta a dimensão da liberdade de expressão e da diversidade de vozes na mídia, temas que também são abordados na filosofia política e na ética da comunicação. Em termos filosóficos, é possível associar a obra cinematográfica a ideias libertárias, tanto individuais quanto coletivas.

A liberdade de expressão é um valor fundamental em sociedades democráticas, e o filme mostra como a música — em especial o rock — tem o poder de expressão e subversividade contra regimes opressores ou mesmo contra monitoramentos oficiais. Levanta questões sobre a ética no desempenho da desobediência civil. Os personagens são, em caráter, criminosos ao violar as leis de radiodifusão britânicas. Entretanto, justificam sua ação como um ato de obstinação contra uma legislação considerada injusta, o que leva à ponderação acerca da natureza da justiça e da lei, e se é possível ou mesmo desejável, infringir as normas consideradas improcedentes ou que transgridam os padrões morais (RANGEL, 2018).

Por fim, o roteiro igualmente aponta assuntos como identidade e a cultura do gênero musical rock and roll que constitui um elemento de expressão da juventude, o qual desafia as barreiras convencionais impostas pela sociedade.

5.5. A era democrática dos streamings e a liberdade de escolha

Em livre tradução, “streaming” significa transmissão e apesar de ter se popularizado apenas nos últimos anos, o serviço de difusão teve seu advento na década de 1990. Nessa época, a internet ainda era lenta e não conseguia transmitir conteúdos em alta definição.

O sinal de streaming foi criado para superar a necessidade de aquisição de aparelhos de rádio e ajudar na disseminação da informação radiofônica. Isso reflete, particularmente, importante em locais onde os dispositivos de rádio físicos podem ser caros ou difíceis de adquirir, ou onde a infraestrutura usual de transmissão de rádio é limitada.

Ao disponibilizar conteúdo de rádio online, o streaming auxilia na superação dos obstáculos de acesso, como custo e disponibilidade. Democratiza o alcance a diferentes culturas e impacta na globalização dos interesses universais, como os direitos humanos, o ingresso em portais de informações dos gastos públicos, o combate à fome e a pacificação dos povos. Contribui ao fornecer uma plataforma de diálogo e entendimento, reduzindo inconformidades e estabelecendo empatia e cooperação. Ao possibilitar inúmeros tópicos culturais para um público mais amplo, promove a compreensão e a comunicação interculturais e reduz o preconceito e a discriminação.

As estações de rádio streaming que apresentam programação em várias línguas auxiliam na propagação do aprendizado de idiomas e do intercâmbio cultural (KISCHINHEVSKY, 2017).

Há possíveis interpretações acerca, onde a liberdade de escolha do ouvinte perante as programações radiofônicas via streaming e seu contexto democrático geram diferentes perspectivas filosóficas dependendo do enfoque dado à matéria. A questão envolve tanto o direito à liberdade individual como a dimensão autônoma da escolha dos teores a serem acessados. De acordo com esta visão de flexibilidade, a liberdade de escolha do ouvinte é um direito fundamental do indivíduo e deve ser protegida pelo Estado.

Desta forma, a oferta de diferenciadas programações por meio de streaming é uma forma de viabilizar a diversidade cultural e avultar as chances na obtenção da informação e do entretenimento.

Autores como Isaiah Berlin¹⁰ defenderam o princípio da liberdade individual como um valor intrínseco à sociedade democrática, destacando a magnitude da pluralidade de opiniões e da proteção aos direitos individuais. Por outro lado, a visão comunitarista enfatiza o aspecto coletivo da primazia dos conteúdos, destacando a importância da participação do indivíduo na construção de uma cultura distribuída.

Segundo essa visão, a liberdade de escolha deve ser balizada pelos valores e interesses comuns, de forma a garantir a coesão social e a construção de uma identidade cultural compartilhada (PIMENTEL; VARGAS, 2019).

A liberdade de escolha na conjectura dos streamings radiofônicos também compreende as esferas da tecnologia e da mídia. A crescente oferta de opções de programação e a conexão facilitada aos informes geram novos desafios para a sociedade democrática, que precisa lidar

¹⁰ Isaiah Berlin — judeu, de nacionalidade russa, veio a naturalizar-se britânico — foi um teórico social, filósofo e historiador das ideias que se destacou por seus escritos sobre filosofia política e o conceito de liberdade.

com a complexidade e a velocidade das transformações tecnológicas. Nesse sentido, Marshall McLuhan¹¹ destacou a importância de se compreender o impacto das tecnologias da mídia na cultura e na sociedade como um todo. O espaço virtual permitiu que a transmissão de rádio se tornasse mais ágil e personalizada, dando aos ouvintes um maior poder seletivo. Esta liberdade de decisão do espectador pode ser vista como um reflexo do ideal democrático de escolha e liberdade.

Na filosofia política, a democracia é baseada na ideia de que as pessoas devam ter a liberdade e a autonomia para definir resoluções que afetem suas próprias vidas. Isso inclui o direito de decidir-se acerca da informação que desejam consumir. A liberdade de escolha do ouvinte, portanto, é um aspecto primordial democrático ao permitir que os indivíduos deliberem e participem plenamente do corpo social.

A emancipação da predileção do radiouvinte em relação aos streamings abrange questões fundamentais da cultura contemporânea. Hoje em dia, é possível ouvir estações de rádio de qualquer lugar do mundo e escolher entre uma variedade de gêneros musicais e programas radiofônicos (KISCHINHEVSKY et al., 2018).

Foucault teorizou que a tecnologia de comunicação desempenha uma função relevante na construção do poder e do controle social. Em sua obra "Vigiar e Punir", o filósofo francês explora como as tecnologias modernas de vigilância — como as prisões e os hospitais — são usadas para regular o comportamento humano. No contexto da radiodifusão, as estações de rádio reposicionam-se como uma forma de controle social, já que os indivíduos podem ser expostos a ideias e conteúdos definidos pela emissora.

No entanto, a liberdade de escolha do ouvinte — permitida pela tecnologia do streaming — desafia essa diretriz. Ao invés de serem expostos apenas a ideias e informações selecionadas pela estação radiocomunicadora, os ouvintes têm a liberdade de decidir o que desejam ouvir, logo possuem um maior comando sobre sua própria exposição a diferentes perspectivas e pensamentos (KISCHINHEVSKY; CHAGAS, 2017).

Outro filósofo que aborda o tema da liberdade de escolha é John Stuart Mill. Em seu trabalho "Sobre a Liberdade", o britânico aponta que a liberdade individual é essencial para a realização do bem-estar humano e da criatividade. Defende que a liberdade de escolha é uma das formas mais consideráveis de liberdade individual e que as pessoas devem ter o direito de escolher o que almejam para as suas próprias vidas. Em relação às programações radiofônicas,

¹¹ Herbert Marshall McLuhan foi um destacado educador, intelectual, filósofo e teórico da comunicação canadense, conhecido por vislumbrar a internet quase trinta anos antes de ser inventada. Ficou também famoso por sua máxima de que o meio é a mensagem e por ter cunhado o termo aldeia global.

isso pode significar que os ouvintes pleiteiam do direito de optar por suas preferências e que as emissoras de rádio não podem limitar a escolha dos indivíduos. A tecnologia de streaming permite que os radiouvintes exerçam essa liberdade de escolha de forma mais ampla e, por conseguinte, pode ser analisada como uma extensão da filosofia de Mill em relação à liberdade individual (KISCHINHEVSKY et al., 2019).

Sintonizando a unidade – comemorando o dia mundial da rádio



<https://br.freepik.com/>

Para mais, vale destacar que a liberdade de escolha do público quanto às programações radiofônicas via streamings também é inerente à ideia de autonomia, que é um valor muito presente nas sociedades democráticas. A autonomia refere-se à capacidade de cada sujeito tomar suas próprias decisões, sem a influência ou a coação por parte de terceiros.

Ao determinar livremente as programações radiofônicas que deseja ouvir, o espectador torna-se autônomo e assume o comando de sua própria experiência auditiva. Isso é especialmente relevante em um contexto onde o acesso à informação é cada vez mais vasto e dissimilar, e onde a possibilidade de escolha é vista como uma condição substancial para o exercício da cidadania (KISCHINHEVSKY, 2017).

Por outro lado, ressalta-se que a liberdade de escolha do ouvinte “antenado” por meio do streaming acarreta outros desafios e dilemas éticos. Por exemplo, como garantir que o espectador tenha o alcance de uma variedade de fontes de informação e opiniões, evitando o risco de fechar-se em bolhas informativas e reforçar preconceitos e estereótipos? A solução para esse problema pode existir na promoção da diversidade e pluralidade de vozes e

oportunidades no campo da mídia. Para isso, assegurar o alcance à informação de qualidade, propiciar o debate público e estimular a participação cidadã mostram-se substanciais para que a mídia seja regulada de forma adequada, de modo a dificultar a concentração de poder em poucas mãos e garantir a livre concorrência entre os diversos veículos de comunicação (KISCHINHEVSKY; CHAGAS, 2017).

Sumariamente, a liberdade de escolha do ouvinte em relação às programações radiofônicas via streamings é uma temática envolvida por questões éticas e sociopolíticas de apreciável ponderação. Ao mesmo tempo em que representa uma conquista para a democracia e a cidadania, é preciso estar atento aos reveses e impasses que tal liberdade proporciona, buscando sempre sustentar a diversidade, a multiplicidade e a efetividade da informação.

5.6. A radiodifusão e a filosofia da música

A filosofia da música é uma área de estudo dentro da filosofia que se concentra no entendimento da natureza da música e o papel que ela desempenha na vida humana. Explora argumentos como: o que é música e de que modo ela relaciona-se com outras formas de arte? Um dos pontos analíticos na filosofia da música é a natureza da beleza musical. O que torna uma peça musical bonita ou agradável de ouvir-se?

Alguns filósofos apontam que a beleza musical é subjetiva, dependendo das inclinações individuais e culturais. Outros alegam que a beleza musical é objetiva, baseada em certas qualidades formais e estruturais da música. Essa vertente filosófica também examina o espírito comovedor musical.

Por que a música tem o poder de suscitar fortes emoções, como tristeza ou alegria? A música consegue evocar emoções por causa de sua estrutura harmônica e rítmica e arremeter a sentimentos por meio de associações culturais e experiências pessoais. No contexto da radiodifusão, a filosofia da música é útil para entender como a música é selecionada e transmitida pelas estações de rádio. De que maneira a música escolhida pela emissora afeta o público que a ouve e de que forma os repertórios musicais das rádios são influenciados por fatores culturais, econômicos e políticos. Essas são apenas algumas das temáticas que podem ser exploradas e que têm implicações interessantes para o mundo da radiodifusão e da produção musical em geral (PIMENTEL; VARGAS, 2019).

A seleção de músicas para performance em uma emissora radiofônica é uma decisão abrangente que atinge a experiência auditiva dos ouvintes. A filosofia da música cai como um

instrumento de pesquisa sobre as escolhas musicais das estações de rádio e por quais critérios elas são guiadas. Pode ser que as emissoras talvez priorizem músicas que sejam populares entre seu público-alvo ou que estejam de acordo com a cultura musical da região onde atuam. As influências às vezes vêm de fatores econômicos, como acordos de licenciamento com gravadoras ou interesses de patrocinadores, como já se viu anteriormente.

A música inspira a plateia que a ouve e possui efeitos poderosos no comportamento das pessoas. Quando efetiva o “alto astral” e a criação de uma beneficidade comum causa efeitos vantajosos; ou negativos, quando ocasionam surtos de aumento de certa condição de ansiedade e agressividade individual ou coletiva. A música cria conexões enternecedoras entre o público e a difusora de rádio, o que pode ter consequências para a lealdade do radiouvinte e o engajamento com a programação (POLETTO et al., 2015).

Assim como a música gera atmosferas emocionais em filmes ou para acompanhar movimentos de dança, de natureza igual, explora temas e questões sociais — a política, a identidade cultural —, quando combinada com a transmissão via rádio. As canções difundidas expressam sentimentos coletivos — a solidariedade ou o egoísmo —, é ferramenta de resistência e protesto contra injustiças sociopolíticas (seria ferramenta também para produção das injustiças?), e isso faz com que a compreensão do papel da música na sociedade seja objeto para as emissoras de rádio criar suas programações que atendam às necessidades e desejos de seus ouvintes (ou a manipulação dos mesmos), ao mesmo tempo em que oferece uma contribuição significativa para a cultura local e global.

A relação entre a radiocomunicação e a filosofia da música explora áreas como a estética, a epistemologia e a ética. A estética consiste em um campo que estuda a natureza do belo e do gosto em relação às artes. Na radiodifusão, a estética pode ser usada para apreender o modo de como as seleções musicais são realizadas e se tais escolhas corrompem o dia a dia do público (RANGEL, 2018).

Adorno criticou a música popular por ser padronizada e comercializada. Segundo ele, este aspecto na música propicia a perda da capacidade de demonstrar sentimentos genuínos. O musicólogo e compositor alemão também afirmou que a música popular na rádio era prejudicial para a cultura, pois perpetuava a conformidade e a falta de reflexão crítica.

Por outro lado, Kant constatou que a beleza da música é baseada na harmonia, na proporção e na estrutura. Na forma ideal de arte desinteressada, apreciada pelo puro prazer estético e não por algum interesse prático. Essa visão, se aplicada à radiodifusão, deve ser

vista como princípio de oferta de um prazer estético desinteressado que determine uma escolha de músicas que possam agradar o ouvinte, contemplativamente e com isenção.

A ética, por sua vez, estuda a moralidade e a conduta humana. Na radiodifusão, a opção por um acervo musical com conteúdo violento, duvidosamente persuasivo ou sexualmente explícito pode ser vista como eticamente questionável, por aparentar-se negativa perante a cultura e aos preceitos morais da sociedade em questão (SANT'ANNA, 2016). As primazias dedicadas à música têm interferências éticas na sociedade como um todo. Escolhas musicais que apoiam a igualdade, a justiça e a paz, seguem um percurso fundamentalmente mais ético que as predileções que alavancam a discriminação, a violência e a injustiça.

Na política e na epistemologia, a justificação de certas crenças conduz para um entendimento de como as escolhas musicais das emissoras de rádio atingem a percepção dos ouvintes sobre o mundo e indicam estereótipos ou preconceitos que influenciam a forma como as pessoas veem grupos sociais específicos. Nietzsche aponta que a música tem a capacidade de moldar as pessoas e suas visões mundanas: “*carrega um poder emocional e psicológico apto de transformar a percepção humana*”¹². Esse contexto aplicado à radiodifusão vai ao encontro das escolhas musicais das estações radiofônicas e como estas impactam na apreensão dos espectadores acerca da cultura, da sociedade e do mundo em geral.

A filosofia da música igualmente serve como busca do entendimento da relação entre a radiodifusão e a exibição musical. Ao explorar as implicações existentes nas escolhas dos repertórios musicais das rádios, intercepta um profundo parecer sobre a função da música na sociedade e como ela pode ser usada para influenciar a opinião pública.

5.7. O surgimento das rádios rock no Brasil e no mundo

A música rock and roll surgiu nos Estados Unidos na década de 1950, combinando elementos de blues, *rhythm and blues*, *country music*, jazz e outros estilos. A tendência rapidamente ganhou popularidade entre os jovens, que foram atraídos por sua batida enérgica e espírito rebelde. À medida que o rock and roll tornou-se mais popular, as estações de rádio começaram a reconhecer seu apelo e a incluí-lo em suas listas de reprodução.

Alan Freed foi um dos primeiros DJs que ajudou a disseminar o estilo no rádio. Freed tocava discos de *rhythm and blues* em seu programa — *The Moondog House* — transmitido

¹² “Sem a música, a vida seria um erro”, escreveu Nietzsche em *Crepúsculo dos Ídolos* (1888). Em seu “poder de dizer sim ao mundo”, a música constitui para Nietzsche uma tripla iniciação: à felicidade, à vida e à filosofia. Na música, “as paixões gozam a si mesmas”, ele escreveu em *Para Além do Bem e do Mal* (1886).

pela rádio WJW. Logo foi percebido que os mancebos ouvintes, atraídos por esse novo gênero musical, multiplicavam-se. Daí, Freed começou a usar o termo "rock and roll" para descrever o estilo musical, o que fez divulgar massivamente e popularizar a expressão entre o público.

A performance de Alan Freed ficou famosa e então o mesmo começou a organizar shows ao vivo com artistas que se apresentavam na rádio. As exhibições eram frequentemente realizadas em salões de dança e atraíam multidões de fãs entusiasmados. A fama e a influência de Freed continuaram a crescer, e ele acabou mudando-se para a cidade de Nova York, onde estrelou como apresentador em um programa de televisão chamado "*The Alan Freed Show*", no qual continuou a propagar o rock (KISCHINHEVSKY et al., 2019).

Outros DJs e emissoras de rádio também desempenharam um papel na promoção do rock na década de 1950. Dick Clark, um DJ influente, levou o rock a uma plateia mais vasta. Clark apresentou um programa de rádio na Filadélfia e mais tarde tornou-se o showman da aclamada exibição televisiva "*American Bandstand*", que tinha shows ao vivo de artistas roqueiros de Nova York.

Alan Freed: O Senhor Rock and Roll



<https://wordpress.com/>

Com o crescimento do estilo musical agitado e acalorado, as estações radiofônicas começaram a especializar-se na música, com muitas emissoras dedicando programas inteiros ou formatos ao gênero. Tais emissoras criaram um senso de comunidade entre os fãs roqueiros e espalharam o rock and roll amplamente. Hoje, o rock continua sendo uma parte importante das programações radiofônicas e tocar o rock clássico e novos lançamentos do estilo ainda agrega um grande público.

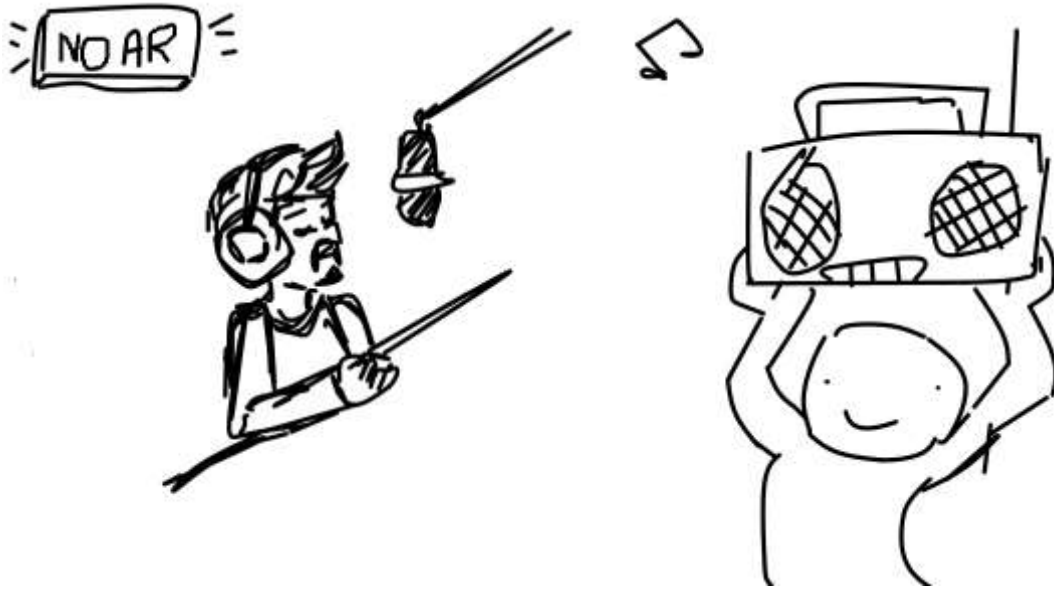
Na década de 1950, o Brasil era um país do samba e outros gêneros musicais tradicionais, entretanto o surgimento do rock nos Estados Unidos e na Europa rapidamente chamou a atenção dos jovens brasileiros. A Rádio Continental foi pioneira no país a reconhecer o potencial do rock e passou a incluí-lo em sua playlist, em São Paulo no ano de 1956.

O DJ brasileiro mais conhecido que executou o rock foi Big Boy¹³, cujo nome verdadeiro era Newton Alvarenga Duarte. Big Boy teve um prestígio por seu jeito contagiante no ar e seu amor pelo ritmo. Por onde passou — rádios ou TVs — vertiginosamente transformara-se em uma sensação entre a juventude deslumbrada por sua alta energia e dedicação pela música. Big possuía aprofundado conhecimento acerca do rock e sua marca também era a vontade de tocar artistas novos e menos conhecidos em seu show. Organizou apresentações ao vivo com bandas de rock and roll, que impulsionaram o ritmo em solo tupiniquim. Com o tempo, outras rádios passaram a incluir o estilo em seus repertórios e o rock firmou-se na cultura popular brasileira. (RICARDO, 2014).

O que é característico no rock é sua facilidade em assimilar alteridades e formar os mais variados grupos de pessoas (tribos, gangues, etc.) com uma atmosfera de comunidade. A radiodifusão — principalmente quando enquadra e encarna o rock —, traz e carrega consigo essa essência, que como dito acima “atrai multidões de fãs entusiasmados”, consoante com o caráter coletivista que o rock and roll tem no seu DNA.

¹³ Como locutor introduziu uma linguagem jovem, mais próxima do público que o ouvia. Costumava saudar seus ouvintes com a frase "Hello, Crazy People!", sua marca registrada.

6. METODOLOGIA



<https://letsdraw.it/>

Levando-se em conta os temas apresentados nas seções anteriores, este trabalho teve como principal objetivo investigar a interação entre a filosofia e as ondas radiofônicas, sobretudo sob o cunho do entretenimento e da informação, destacando seus encadeamentos para a cultura e o pensamento contemporâneo, a fim de responder à questão: como as ondas radiofônicas afetam a filosofia e vice-versa?

Assim, toda apuração científica — conforme Marconi e Lakatos (2010) —, pressupõe um conjunto de marcos doutrinários e procedimentos técnicos para o desenvolvimento da ciência. Portanto, a fim de realizar o percurso necessário da pesquisa, realizaram-se alguns apontamentos metodológicos básicos desta produção.

Dessa forma, a perquisição terá finalidade aplicada, visto tratar-se de um aspecto de natureza teórica e prática. Cabe ainda, destacar que o objetivo teórico-metodológico é explicativo, isto porque, o assunto é parte essencial da cultura e da sociedade contemporâneas, possuindo um alcance massivo que influencia a formação de valores, atitudes e ideias em todo o mundo. Compreender como a filosofia se relaciona com esse meio de comunicação é fundamental para analisar o impacto sociocultural das mensagens transmitidas via rádio.

A rádio desempenha uma função relevante na educação e conscientização pública. Ao apurar como a filosofia pode ser aplicada para avaliar criticamente o conteúdo radiofônico, é possível contribuir na promoção de uma sociedade mais ciente e capaz de discernir informações de qualidade, o que é expressivo em um cenário de desinformação generalizada.

A congruência entre a filosofia e as ondas radiofônicas oferece uma oportunidade singular para o desenvolvimento do pensamento crítico. A filosofia fornece ferramentas conceituais para questionar e averiguar profundamente as mensagens transmitidas pelo rádio, estimulando o raciocínio reflexivo e a tomada de decisões informadas. A relação entre a rádio e a filosofia também pode desempenhar um papel na constituição da identidade cultural pessoal. A radiodifusão muitas vezes apresenta análises, debates e expressões culturais que moldam a maneira como as pessoas se veem e se interagem com o mundo. Conceber essa dinâmica pode enriquecer nossa compreensão das identidades culturais individuais e coletivas.

O estudo dessa interseção colabora com o campo da filosofia aplicada, mostrando como o conhecimento filosófico não é apenas um exercício acadêmico abstrato, todavia um instrumento efetivo para o exame e cognição do espaço ao redor. Isso pode incentivar mais pesquisas e aplicação da filosofia em contextos do cotidiano. O relato empírico do autor adiciona uma dimensão única ao tema, permitindo uma absorção reveladora e pessoal das

complexidades da conexão entre filosofia e as ondas radiofônicas. Portanto, exalta as discussões acadêmicas com insights pessoais e experiências reais.

Em suma, este estudo é significativo porque explora uma área interdisciplinar que tem relações consideráveis para a cultura, a educação, a práxis direcionada e o senso crítico. Ademais, a combinação de pesquisa acadêmica e um relato empírico pessoal oferta uma perspectiva única e enriquecedora sobre a matéria. A abordagem da investigação consiste então no aspecto qualiquantitativo. E, por fim, o principal procedimento de coleta e análise de dados será relato empírico.

7. “YES, NÓIS TEM ROCK, UAI!”



Logo A Hora do Rock – Acervo Eduardo Melo Novais

7.1. A Hora do Rock — a tarde mais roqueira da região

Em 2005, fui convidado a ser locutor de rádio, mais especificamente para apresentar um programa de rock aos domingos em uma rádio comunitária. No início, imaginava que a atração não duraria mais que uma semana ou um mês, entretanto para o espanto de todos — inclusive para mim —, a estreia foi bem sucedida atraindo uma considerável plateia, o que resultou na permanência da exibição.

Fiquei à frente desse projeto chamado "A Hora do Rock" durante treze anos, em Prata, Triângulo Mineiro. Meu cognome era "Ed Mank" e ao longo do período de existência do programa, encontrei vários desafios, como por exemplo, alavancar e manter a audiência de um programa de rock em uma cidade com cultura puramente sertaneja e arcaica, no que diz respeito à ausência de movimentos alternativos de arte e música. Mas apesar de tantos obstáculos, "A Hora do Rock" conseguiu transformar-se em um êxito radiofônico pratense, na região, em diversos pontos do país e em alguns locais do mundo — principalmente onde moram conterrâneos — graças ao streaming.

Por um lado, alterou os hábitos de uma parcela de jovens e da população em si, com eventos como shows de rock e ações beneficentes que mobilizaram a sociedade. Isto demonstra a força da radiocomunicação e de como um programa de rádio — de início um tanto pouco atraente ao gosto da maioria — pôde obter aclamação e sucesso, evidenciando a eficácia de um conjunto de elementos que abrange a locução, a escolha da programação e a perspicácia na apresentação. Tal agregado transmitira ousadia, carisma e persuasão aos ouvintes. A história de "A Hora do Rock" é uma excelente validação da força da radiodifusão e do papel que ela desempenha na transformação da cultura de uma comunidade. Leva a refletir sobre a relação entre a arte, música e a cultura em geral, e como essas expressões podem ser utilizadas para estimular a sociedade e promover mudanças positivas.

Do ponto de vista da filosofia, essa narrativa associa-se a várias áreas, como a filosofia da música, a ética e a política. Na filosofia da música, é possível explorar como o programa "A Hora do Rock" utilizou a música de modo a se expressar artisticamente para propiciar alternâncias culturais na comunidade em que estava inserido. A filosofia da música permite a observação sobre a importância da diversidade cultural e a necessidade de valorizar diferentes formas de exteriorização artística. Na ética, pode-se pensar acerca do papel da radiocomunicação e da programação de "A Hora do Rock" na divulgação da cultura e da arte comunitária em um corpo social que, historicamente, não valorizava essas expressões.

Questionar se é ético utilizar a arte e a música como ferramentas de mudança cultural e como se deve lidar com as diferentes perspectivas e gostos culturais em uma sociedade. Já na política, induz ao pensamento sobre a relevância do acesso à informação e à cultura como um direito fundamental dos cidadãos. O sucesso de "A Hora do Rock" demonstra a radiodifusão como uma ferramenta poderosa para ofertar modificações sociopolíticas em uma comunidade, trazendo à análise a atribuição do Estado na serventia da cultura e na garantia da liberdade de expressão e multiplicidade cultural em uma sociedade democrática.

A brilhantura de “A Hora do Rock — a tarde mais roqueira da região!” —, através de mais de uma década de duração, não se limitou apenas à música e tornou-se também um catalisador para a transformação artística na comunidade. Desafiou a noção de que os programas radiofônicos devam ser populares se agradar a maioria, demonstrando assim a possibilidade de se ter vultoso alcance ao concentrar-se em um nicho específico, construindo uma base de fãs dedicada e apaixonada. Afrontou as convenções culturais da cidade natal do locutor e introduziu um gênero musical alternativo, evitando sempre a disseminação de mensagens que seriam prejudiciais ou ofensivas, impulsionando a sociedade em torno de questões sociais expressivas.

7.2. O dialogismo de Bakhtin associado ao programa A Hora do Rock

Mikhail Bakhtin foi um filósofo que desenvolveu a teoria do dialogismo, a qual se aprofunda na importância do diálogo como uma forma de comunicação significativa entre indivíduos. Enfatiza a compreensão do diálogo como um processo em constante mudança e evolução, em que cada indivíduo envolvido traz sua própria interpretação e experiência para a conversa (BICALHO, 2012). É possível validar o dialogismo de Bakhtin à história de "A Hora do Rock" de algumas maneiras.

Primeiro, nota-se que o programa de rádio funcionou como um espaço de diálogo entre o locutor e os ouvintes. Como Bakhtin teoriza todo diálogo é uma forma de interação social em que os participantes constroem significados compartilhados e negociam sentidos a partir de pontos de vista individuais. No caso de "A Hora do Rock", o programa permitiu que o público se expressasse por meio de pedidos musicais, recados e participações ao vivo, criando um espaço de interatividade e de constituição de percepções distribuídas. Entendem-se como um exemplo de práticas culturais dinâmicas as que se transfazem por meio do diálogo. Bakhtin argumenta que as práticas culturais são marcadas por uma tensão entre forças

centrípetas que buscam manter a estabilidade e a continuidade; e forças centrífugas, que buscam a inovação e a transformação. O programa de rock pratense foi capaz de criar um espaço de diálogo que consentiu que essas forças se manifestassem e se equilibrassem, gerando uma cultura musical alternativa na cidade.

Por outro ângulo, corrobora-se o dialogismo de Bakhtin à saga de "A Hora do Rock" por meio da ideia de polifonia. Para o russo, toda enunciação é permeada por vozes e discursos heterogêneos que se entrecruzam e se influenciam mutuamente. Neste caso, a programação musical e as conversações entre o locutor e os radiouvintes eram interpostas por vozes e discursos múltiplos, que produziam uma textura polifônica rica em significações. A polifonia permitia que diferentes entendimentos fossem representados e negociados no programa de rock, elaborando um espaço de diálogo e de concepção de noções compartilhadas.

Ed Mank – Apresentador do programa de rádio “A Hora do Rock”



Acervo - Eduardo Melo Novais

O que houve durante a permanência de "A Hora do Rock" no ar, por um longo tempo, foi que o apresentador utilizou o diálogo como um instrumento para a conexão com sua plateia. Através de suas difusões, oportunizou a interação do público mediante o diálogo, encorajando os espectadores a fazer pedidos musicais, enviar mensagens e até mesmo participar de entrevistas ao vivo. Tal diálogo, por sua vez, outorgou a cumplicidade de experiências diversas e o aprendizado bilateral, instaurando uma comunidade de adeptos do ritmo rock, que até então, não existia na cidade do Prata. Essa permuta constante de ideias e

perspectivas proporcionou ao programa que evoluísse e se adaptasse às necessidades de seus ouvintes, tornando-se cada vez mais popular.

A verificação do dialogismo de Bakhtin ajusta-se também à escolha da programação musical. Sendo um programa de rock em uma cidade tradicionalmente sertaneja, a seleção de músicas tinha que ser cuidadosamente definida para atrair e manter a audiência. Ed Mank constantemente dialogava com seus radiouvintes, solicitando sugestões musicais e feedbacks sobre as canções que executava. Esse diálogo permitiu que a programação musical desenvolvesse e combinasse ao gosto de seu público, evidenciando-se como uma marca registrada do programa.

7.3. A Hora do Rock — um fenômeno contracultural

Sócrates foi julgado e condenado por “corromper a juventude”. Como um programa de rádio se caracterizaria caso fosse considerado um modelo de voz socrática, uma forma de corrupção dos jovens por apenas "contemplar" a verdade e ousar ser diferente e contracultural? Se um programa radiofônico fosse criado para expressar as ideias de Sócrates e, posteriormente, acusado de corromper a juventude, certamente seria reputado como controverso e subversivo pelas autoridades e outros membros da sociedade. A filosofia de Sócrates questionava as tradições e normas sociais estabelecidas, e muitas vezes desafiava o arbítrio dos governantes e dos líderes religiosos de sua época. Por isso, o programa de rádio que difundisse as ideias de Sócrates, logicamente, poderia ser rotulado como uma voz contracultural, a qual buscaria instigar as convenções e os valores pactuados.

Em termos de conteúdo, o mesmo programa de rádio provavelmente teria uma abordagem crítica e questionadora da realidade social e política. Poderia retratar temas como justiça, moralidade, liberdade e cidadania, e almejaria inspirar os ouvintes a pensar de forma independente e a indagar os pensamentos pré-concebidos. Isso conseguiria ser encarado “corromper a juventude” pelos reguladores ou outros membros da sociedade que se sentissem ameaçados pela mensagem contracultural e contestadora.

No entanto, é importante lembrar que a filosofia de Sócrates igualmente se preocupava em promover a virtude e a sabedoria entre as pessoas. O programa de rádio que transmitisse suas ideias seria visto como um aparato para aprimorar o senso crítico e a educação dos jovens. Portanto, seria relevante avaliar o contexto e os objetivos do programa radiofônico, antes de rotulá-lo como corrompedor. A radiodifusão das ideias socráticas e um programa de

rádio roqueiro exibido em uma cidade do interior com preconceitos e concepções retrógradas são duas situações bastante diferentes.

A transmissão das ideias socráticas — formuladas há mais de dois mil anos — apresenta uma conduta filosófica que estimula o pensamento crítico e a reflexão sobre os juízos e a moralidade da sociedade. Essa propagação factualmente direciona-se para um público que sonda por conhecimento e está disposto a inquirir os costumes e dogmas deliberados.

Por outra perspectiva, um programa de rádio roqueiro em uma cidade do interior, impregnada de estereótipos e implicâncias anacrônicos, tem a chance de corresponder como um meio de divulgar ideias que privilegiem um corpo social justo onde as liberdades básicas são protegidas e os indivíduos têm igualdade de oportunidades. A liberdade de expressão é uma liberdade básica que deve ser resguardada em uma sociedade, onde os cidadãos necessitam do direito de expressar suas opiniões livremente, desde que isso não prejudique os direitos de outras pessoas.

Nesse sentido, uma possível tentativa de censurar ou silenciar o programa radiofônico de rock em Prata, Minas Gerais, pode ser vista como uma violação da liberdade de expressão e, portanto, uma violação da justiça. Essa reação das autoridades demonstraria um esforço de manter o *status quo* e impedir certa mudança sociocultural, o que é incompatível com a ideia de uma sociedade justa.

O conceito de democracia deliberativa¹⁴ de Habermas argumenta que a democracia baseia-se em um diálogo aberto e inclusivo, em que todas as vozes têm a oportunidade de serem ouvidas e consideradas. A tentativa de censurar ou silenciar “A Hora do Rock” condicionaria um agravo com a democracia deliberativa, pois impediria a livre troca de ideias e pontos de vista em uma rádio inscrita e concedida por lei com finalidades exclusivamente comunitárias.

7.4. A Hora do Rock — aspectos da conexão emocional subjetiva

Ocorria muito da audiência atenta na "A Hora do Rock" não estar familiarizada com os artistas do mundo do rock, ou por falta de conhecimento ou por não terem acesso a veículos de notícias e exibições dos mesmos. Só que um aspecto interessante acontecia, pois mesmo

¹⁴ A democracia deliberativa, idealizada pelo alemão Jürgen Habermas, constitui-se como um modelo ou processo de deliberação político-democrática caracterizado por um conjunto de pressupostos teórico-normativos que incorporam a participação da sociedade civil na regulação da vida coletiva.

sem estarem por dentro da esfera artística do rock, os ouvintes identificavam-se com a programação e simplesmente adoravam ouvir os sucessos do rock, perante várias circunstâncias — de climas românticos a atmosferas dançantes —, dependendo do ambiente de onde estavam ouvindo.

Os radiouvintes também tinham a vontade de escutar via rádio os oferecimentos dos pedidos musicais realizados à emissora no instante do programa roqueiro e apreciavam a ideia de "se ouvirem", "se reconhecerem" dentro da programação. O locutor igualmente, com o passar do tempo, já não tinha dificuldade de saber qual canção seria propícia para cada situação que o público se encontrava ao interagir-se com "A Hora do Rock".

Do ponto de vista filosófico e psicológico, interpreta-se a inclinação dos ouvintes de "A Hora do Rock" por um gênero musical que não é necessariamente parte de sua cultura, como expressão de um desejo humano universal por novas experiências e desafios. Nietzsche, por exemplo, defendeu que a vontade de poder¹⁵ é a força motivadora mais fundamental na vida humana, e que essa vontade pode manifestar-se em uma variedade de formas, incluindo o desejo de experimentar novas ideias, culturas e sensações. A atração dos ouvintes de "A Hora do Rock" pelo rock and roll pode ser analisada como uma manifestação dessa vontade de poder; a vontade de vivenciar algo novo e desafiador, mesmo que isso signifique romper com as tradições culturais locais.

Ademais, a psicologia da música auxilia-nos a entender a simpatia do público de "A Hora do Rock" pelo programa. Estudos mostram que a música é capaz de afetar nosso humor, emoções e percepções sensoriais de diversas maneiras, e que as preferências musicais podem ser influenciadas por fatores como idade, personalidade, experiências de vida e contexto cultural (PIMENTEL; DONNELLY, 2008). No caso da audiência de "A Hora do Rock", é possível que os radiouvintes tenham obtido na música um meio de expressão emocional e identidade cultural que não encontravam em outros aspectos de suas vidas, e que isso tenha gerado uma forte conexão afetiva com o programa e com o gênero musical apresentado.

Este fenômeno pode ser denominado de identificação subjetiva com o objeto cultural, ou seja, mesmo sem compreender completamente a esfera artística do rock, o público atingia uma conexão emocional e subjetiva com a programação, identificando-se com as mensagens transmitidas pelas canções e pelo próprio programa. Esse tipo de identificação é comum na

¹⁵ Nos primeiros trabalhos como "Humano Demasiado Humano" (1878), Nietzsche dedica muita atenção à psicologia. Ele não fala explicitamente sobre uma "vontade de poder", mas ele explica aspectos do comportamento humano em termos de um desejo de dominação ou domínio, sobre os outros, o eu ou o ambiente. Em "A Gaia Ciência" (1882), ele começa a ser mais categórico, e em "Assim falou Zaratustra" (1883), começa a usar a expressão "vontade de poder".

relação entre indivíduos e objetos culturais, como músicas, filmes, livros, entre outros, em que as pessoas projetam suas próprias emoções e vivências nas obras culturais, criando uma conexão subjetiva e pessoal com as mesmas.

O poder da música em transcender fronteiras culturais e geracionais é uma situação comum e fascinante. Esse poder é observado em diferentes contextos históricos, como na popularidade global do jazz ou na influência do hip hop em culturas ao redor do mundo. No entanto, também pode ser testemunhado em uma conjuntura mais local, como no sucesso de um programa de rádio de rock em uma cidade do interior do Brasil.

O rádio é um meio de comunicação que possibilita a disseminação da música rock para um público amplo e diversificado. Através da radiofonia, é presumível que pessoas de diferentes regiões e culturas tenham acesso às mesmas canções e criem laços emocionais em torno delas. Além disso, a transmissão ao vivo permite que os ouvintes participem ativamente do programa, enviando pedidos musicais e interagindo com o locutor.

O rock, por sua vez, é um gênero musical que possui uma forte carga emocional e identitária. Suas letras e ritmos expressam sentimentos de rebeldia, inconformismo e liberdade, que muitas vezes ressoam com as experiências de vida do público. A combinação desses dois elementos — o rádio e o rock — faz suscitar um fenômeno de identificação e pertencimento, onde a plateia sente-se parte de uma comunidade que compartilha os mesmos valores e gostos musicais.

Na parceria entre os filósofos Adorno e Max Horkheimer — “A Indústria Cultural” — é abordado que: *“a música ligeira, em virtude de sua estrutura técnica, é uma expressão da reificação social, e expressa a resignação daqueles que são entregues às suas leis.”* Todavia, os alemães da Escola de Frankfurt igualmente reconhecem que a música popular talvez seja um meio de resistência e crítica social, desde que não se submeta totalmente às exigências da indústria cultural.

Assim, entende-se que o fenômeno de identificação e pertencimento gerado pela combinação do rádio e do rock não é apenas uma questão de entretenimento, no entanto pode ter implicações políticas e sociais mais abrangentes.

7.5. O último spot

Em síntese, ao explorar a interseção entre as ondas radiofônicas e a filosofia, adentra-se em um universo complexo e multifacetado de reflexões que compreendem desde a ética da

responsabilidade até a natureza da interatividade com o público. Cada temática discutida — da epistemologia do ouvinte à ação comunicativa de Habermas — oferece conhecimentos ímpares sobre o papel da rádio na sociedade contemporânea.

A radiodifusão, como uma das formas mais influentes de comunicação em massa, desempenha uma função crucial na disseminação de informações, no desenvolvimento de opinião pública e na transmissão de cultura. Contudo, não se pode ignorar os desafios e os problemas inerentes a esse meio, a exemplos da concentração de poder na mídia, da manipulação da informação e da falta de diversidade.

A filosofia apresenta-se como uma ferramenta valiosa para a análise desses problemas e busca soluções que promovam uma radiodifusão mais democrática, plural e responsável. As diversas correntes filosóficas discutidas — desde o comunitarismo até o utilitarismo — oferecem abordagens variadas para entender e aprimorar a radiodifusão.

Nesse contexto, é imperativo considerar a necessidade de regulação, garantindo uma independência editorial, a diversificação de vozes e perspectivas, a proteção dos direitos humanos e da liberdade de expressão. Ademais, a conscientização sobre a importância da ética na programação do rádio e o engajamento comunitário é basilar na viabilização de uma radiodifusão que cumpra seu papel na sociedade de forma ética e consciente.

A radiodifusão consiste, portanto, em um espaço de estudo e ação, onde a filosofia pode prover moldes para um meio de comunicação que proporcione o bem público, a democracia e a pluralidade cultural.

Ao considerar todas as questões discorridas, condicionam-se recursos para o enfrentamento dos obstáculos e para a apuração das oportunidades que a radiodifusão oferta na construção de uma sociedade mais informada, engajada e reflexiva.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAMI, Antônio; DIAS, Lucia CM. **As Revistas de Rádio no Brasil, décadas de 1920 a 1950**. Educação, Cultura e Comunicação, v. 10, n. 19, 2019.

ADORNO, Theodor W. **Textos Escolhidos**. Trad. Luiz João Baraúna. (Os Pensadores). São Paulo: Nova Cultural, 1999.

ADORNO, Theodor W. **Mínima Moralía: Reflexões a partir da vida danificada**. Trad. Luiz Eduardo Bisca. São Paulo: Ática, 1992.

ALMEIDA, Alda de; MICELLI e Márcio. **Rádio e Futebol: Gritos de Gol de Norte a Sul**. In: II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. Florianópolis, 2007.

ARAGÃO, Lúcia Maria de Carvalho. **Razão Comunicativa e Teoria Social Crítica em Jürgen Habermas**. 2.ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

ARISTÓTELES. **Retórica**. São Paulo: Rideel, 2007.

BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. 5. ed. Trad. P. Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual do Radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade do consumo**. Lisboa: Edições 70, 2008.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. Obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política. 6 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BENTHAM, Jeremy. **Uma Introdução aos Princípios da Moral e da Legislação**. Editora: Abril Cultural, 1979.

BERLIN, Isaiah. **Quatros ensaios sobre a liberdade**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1981.

BICALHO, R. N. M.; OLIVEIRA, M. C. S. L. **O processo dialógico de construção do conhecimento em fóruns de discussão**. Interface: Comunicação, Saúde, Educação, 16 (41), 469-483, 2012.

BOAS, C. T. V. **Para ler Michel Foucault**. Ouro Preto: Imprensa Universitária da UFOP, 1993.

BONIXE, Luís. **A migração das rádios locais portuguesas para o digital: desafios e potencialidades**. II Seminário de I&DT - Consolidar o conhecimento, perspectivar o futuro, 2010.

- CABRAL, Eula Dantas Taveira. **Mídia concentrada no Brasil: até quando?** Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, v. 13, n. 24, 2017.
- CALABRE, Lia. **A Era do Rádio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- CAMPOS, Eduardo. **50 anos de Ceará Rádio Club**. Fortaleza: UFC, 1984.
- CANAVILHAS, João. **Da remediação à convergência: um olhar sobre os media portugueses**. Brazilian Journalism Research, v. 8, n. 1, p. 7-21, 2012.
- CAPINUSSÚ, J. M. **A Linguagem Popular do Futebol**. São Paulo: Ibrasa, 1988.
- CARDOSO, Gustavo; CASTELLS, Manuel. **Os Media na Sociedade em Rede**. Fundação Calouste Gulbenkian, Serviço de Educação e Bolsas, 2006.
- CARVALHO, Cid Sabóia de. **O rádio cearense**. 1979.
- CHANTLER, Paul. **Radiojornalismo**. Summus Editorial, 1998.
- COLFERAI, Gustavo. **Mudanças na Performance do Jornalista de Rádio Provocadas pela Transmissão por Vídeo: análise do programa Jornal da Manhã da Rádio Jovem Pan**. 2021.
- COLLIN, Matthew. **B92 Rádio Guerrilha Rock e Resistência Em Belgrado**. Editora: Barracuda, 2006.
- COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. **The mediated construction of reality**. Cambridge, Polity Press, 2017.
- DE BARROS, Antônio Teixeira; BRUM, Cristiane; MACEDO, Sílvia Mugnatto. **Comunicação, cultura e política nas rádios do poder legislativo no Brasil: identidade e perfil da programação da Rádio Senado e da Rádio Câmara**. Latin American Research Review, v. 50, n. 1, p. 207-227, 2015.
- DE QUADROS, Mirian Redin; LOPEZ, Debora Cristina. **Rádio e Redes Sociais: Novas Ferramentas para Velhos Usos?** Intexto, n. 30, p. 166-183, 2014.
- FALCIANO, Flávio. **Radiojornalismo no Brasil: Sexagenário e Revitalizado**. Comunicação & Inovação, v. 1, n. 2, 2001.
- FERNANDES, Paulo Irineu Barreto. **Ensaio sobre The Dark Side of the Moon e a Filosofia: Uma interpretação filosófica da obra-prima do Pink Floyd**. Editora Composer, 2009.
- FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio: O Veículo, a História e a Técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil**. Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, v. 14, n. 2, 2012.

FILHO, Dummar. **João Dummar: um pioneiro do rádio**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2004.

FLECK, Paloma da Silveira. **Segmentação e Convergência no Rádio: uma análise de conteúdo das redes sociais de emissoras comerciais dedicadas ao jornalismo e ao entretenimento**. 2022.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder Organização e tradução de Roberto Machado**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**. Petrópolis: Vozes, 1990.

FRANCISCO, Pedro Augusto P.; VALENTE, Mariana Giorgetti. **Da rádio ao Streaming: ECAD, direito autoral e música no Brasil**. Beco do Azogue, 2016.

GIRÃO, Blanchard. **Sessão das Quatro – Cenas e atores de um tempo mais feliz**. Fortaleza: ABC, 1998.

GUERRA, Paula. Rádio Caos. **Análise Social**, v. 54, n. 231 (2, p. 284-309, 2019).

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio brasileiro: uma história de cultura, política e integração. Rádio: sintonia do futuro**, v. 1, p. 51-62, 2004.

HORKHEIMER, M., e ADORNO, T. W., **Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos**. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

JAMBEIRO, Othon. **A regulação da TV no Brasil: 75 anos depois, o que temos?** Estudos de Sociologia, v. 13, n. 24, 2008.

JAMBEIRO, Othon. **Tempos de Vargas: o rádio e o controle da informação**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2004.

JENSEN, Klaus Bruhn. **A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies**. 3rd Edition. ImprintRoutledge: London, 2020.

JONAS, Hans. **O princípio responsabilidade: ensaio de uma ética para a civilização tecnológica**. Coedição: Editora Contraponto, 2006.

JÚNIOR, Lourival da Cruz Galvão. **O "Dizer" e o "Como Dizer": um estudo sobre a relação forma/conteúdo no manual de radiojornalismo**. Jovem Pan. Revista Alterjor, v. 2, n. 2, p. 1-13, 2010.

KANT, Immanuel. **Crítica da faculdade do juízo**. Tradução de Valerio Rohden e Antônio Marques. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; CHAGAS, Luãn. **Diversidade não é igual à pluralidade—Proposta de categorização das fontes no radiojornalismo 1**. Galáxia (São Paulo), p. 111-124, 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Mauad Editora Ltda, 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo et al. **Rádios universitárias no Brasil. Diferentes modos de endereçamento de programação em fluxo**. Letra. Imagen. Sonido: Ciudad Mediatizada, n. 20, p. 146-174, 2019.

KISCHINHEVSKY, Marcelo et al. **Rádios universitárias no Brasil: Um campo em constituição**. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 15, n. 29, 2018.

KOCHHANN, Roscéli; FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina. **Rádio: convergência tecnológica e a evolução dos dispositivos**. Guarapuava. VIII Encontro Nacional de História das Mídias, 2011.

LIMAVERDE, Narcélio. **Fortaleza, história e estórias – Memória de uma cidade**. Fortaleza: ABC, 1999.

MARCONI, MA LAKATOS; **CIENTIFICA, EM Metodologia**. 5ª edição. São Paulo, SP. Editora Atlas, 2010.

MATTELART, Armand. **História das teorias da comunicação**. Edições Loyola, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MILL, John Stuart. **Sobre a Liberdade**. Edição Português. Editora L&PM 2016.

MODESTO, Cláudia Figueiredo; GUERRA, Márcio de Oliveira. **A construção da identidade através das narrativas radiofônicas**. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE. 2010.

MORAN, José Manuel. **Influência dos meios de comunicação no conhecimento**. *Ciência da informação*, v. 23, n. 2, 1994.

MOREIRA, Sônia Virgínia. **Rádio@ internet. Rádio no Brasil: tendências e perspectivas**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, p. 185-204, 1999.

NIETZSCHE, Friedrich. **Crepúsculo dos ídolos**. Tradução de Paulo César de Souza. Edição Português. Companhia de Bolso; Edição de bolso, 2017.

NIETZSCHE, Friedrich. **Humano, Demasiado Humano. Um livro para espíritos livres**. Trad. de Paulo César de Souza. São Paulo: Cia. das Letras, 2000 (Vol. I) e 2008 (Vol. II).

NIETZSCHE, Friedrich. **PARA ALÉM DO BEM E DO MAL**. Editora: VOZES, 2012.

NIETZSCHE, Friedrich. **A gaia ciência**. Trad. Jean Melville. São Paulo: Martin Claret, 2005.

NIETZSCHE, Friedrich. **Assim falou Zaratustra**. Trad. Mario da Silva. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

ORTRIWANO, Gisela S. **A Informação no Rádio**. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história.** Revista USP, n. 56, p. 66-85, 2002.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Participação nas rádios comunitárias no Brasil.** Acedido através de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-radio-comunitaria-br.pdf>, 1998.

PIMENTEL, C. E. e DONNELLY, E. D. O. P. **A relação da preferência musical com os cinco grandes fatores da personalidade.** Psicologia: Ciência & Profissão, 28: 682-713, 2008.

PIMENTEL, Lucas Rodrigues; VARGAS, Renata. **A convergência do rádio para a internet uma análise da rádio Jovem Pan.** Caderno de Estudos em Publicidade e Jornalismo, v. 1, n. 1, 2019.

PINTO, Rodrigo M. S. **A formação dos times de futebol proletário e as intervenções das elites: a construção da história do futebol cearense e os conflitos sociais em torno da bola.** (1919 – 1938). In: XXIV Simpósio Nacional de História. Fortaleza: 2007.

PLATÃO. **Apologia de Sócrates.** Editora: L&PM. Edição de Bolso, 2008.

POLETTI, Thays Renata et al. **O RADIOJORNALISMO NO BRASIL.** Anais do EVINCI-Uni Brasil, v. 1, n. 2, p. 208-208, 2015.

RANGEL, Caroline Barbosa. **Rádio para ouvir e assistir: a experiência da rádio Jovem Pan no Facebook.** In: XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Belo Horizonte. Anais. Belo Horizonte: Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 2018.

RICARDO, Alexandre. **89 FM. A História Da Rádio Rock Do Brasil.** Editora Tambor Digital, 2014.

RODRIGUES, Francisca Íkara Ferreira; SILVA, Erotilde Honório. **A popularização do Rádio no Ceará na década de 1940.** História da mídia sonora, p. 106, 2009.

SANT'ANNA, Francisco. **Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas.** LÍBERO, n. 22, p. 75-92, 2016.

SAROLDI, Luiz Carlos; MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio Nacional, o Brasil em sintonia.** Zahar, 2005.

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

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna – Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa.** Petrópolis: Vozes, 1995.

TINHORÃO, J. R. **Música popular: do gramofone ao rádio e TV.** São Paulo, Ática, 1981.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo. A Tribo Jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Insular, 2005.

WALZER, Michael. **Esferas da justiça: uma defesa do pluralismo e da igualdade**. Série: Coleção justiça e direito: Editora: São Paulo: Martins Fontes, 2003.

WESTIN, Alan F. **Privacy and Freedom**. New York: Atheneum, 1967.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão e rádio: tecnologia e forma cultural**. Boitempo Editorial, 1990.
