



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

RÁDIO E POLÍTICA: DA CRÍTICA DO OUVINTE À CONSTRUÇÃO DO CIDADÃO¹

Sandra de Deus¹

“Nas coisas da política, a versão muitas vezes vale mais do que a verdade.”
Gustavo Capanema

RESUMO

Esta reflexão é parte de uma pesquisa de doutorado que aborda o uso do rádio como uma das estratégias de governo e a relação com o cidadão adotadas pelo Partido dos Trabalhadores, no final dos anos 80, ao assumir a Prefeitura Municipal de Porto Alegre (PMPA). Aborda alguns exemplos históricos e outros atuais do uso político do rádio. Particularmente no caso da Prefeitura de Porto Alegre foi elaborado um projeto de monitoramento de seis emissoras de rádio durante 24 horas. Este monitoramento se configurou como o primeiro diagnóstico real da situação da cidade naquele início de governo. Esta reflexão permite, também, traçar um perfil do ouvinte que busca no rádio uma resposta para questões que extrapolam o núcleo doméstico e passam a ser públicas. Define-se por um tipo de ouvinte que procura participar da atividade pública.

No rádio, as palavras constroem diferentes apelos e dão mais densidade para o discurso. Os apelos e a densidade do discurso justificam o fato do rádio ser o meio de comunicação que melhor reflete a relação entre mídia e política. A mensagem radiofônica é resultado de um conjunto de técnicas e operações complexas que implicam o conhecimento da força das palavras e a utilização de recursos técnicos. Em Porto Alegre, o PT ao implantar uma forma diferenciada de administrar a cidade no final dos anos 80 adotou um projeto de comunicação que priorizou a população e se apropriou de técnicas como o monitoramento de emissoras de rádio para responder aos cidadãos e à própria mídia. Estas respostas se tornaram possíveis através de um sistema de “*escuta*” do que era veiculado nas emissoras de rádio da Cidade.

¹ doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da UFRGS.

¹ Trabalho apresentado no NP06 – Núcleo de Pesquisa Mídia Sonora, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Esta reflexão se circunscreve no contexto brasileiro, especificamente, no Rio Grande do Sul com a utilização do rádio feita pelo Partido dos Trabalhadores ao assumir a prefeitura municipal de Porto Alegre (PMPA) na década de 80, portanto, analisa o forte apelo do veículo rádio que permite não apenas pautar os demais meios de comunicação mas fornecer argumentos para o modo de governar. No caso da PMPA, o que se denominou de “*Administração Popular*” foi marcado já no início pela resposta imediata às reivindicações do cidadão. Para dar credibilidade a estas respostas o monitoramento- audiência permanente e obrigatório das emissoras de rádio foi decisivo.

01. Usos político do rádio

Nesta revisão histórica e política são encontradas situações no Brasil em que as lideranças fizeram uso do rádio como forma de contato com os eleitores, seja para prestar contas, seja para exercer o poder. São, no entanto, significativos os casos no cenário mundial em que líderes políticos utilizaram o rádio para divulgar seus projetos, estabelecer vínculos com os eleitores ou mantê-los sob controle de seus discursos. A identificação destes casos permite refletir sobre o uso do rádio como canal de conquista, de manutenção e de sobrevivência no poder político. Hitler e Mussolini usaram o rádio e os jornais para fazer propaganda visando sustentar um projeto político. Hitler só avançou em sua ação a partir do momento em que conseguiu dominar os microfones. Quando iniciou a ascensão a t.s.f. (telefonia sem fio) estava com os adversários. No entanto, ao acessar os microfones fez propaganda pelo rádio e tentou influir na indicação dos diretores das emissoras² em 1931. Em “*Minha Luta*”, Hitler reconhece que o rádio é uma arma terrível nas mãos de quem dela fizer uso.

O rádio utilizado pelo Estado apresenta outros exemplos além de Mussolini na Itália e Hitler na Alemanha. O General De Gaulle, em 1940, fez pelo rádio um chamado à resistência durante a II Guerra Mundial quando a França foi invadida pela Alemanha. Franklin Roosevelt, nos Estados Unidos de

² Haussen, Doris. Rádio e política: tempos de Vargas e Perón. Edipuc,1999.Porto Alegre.

1 Trabalho apresentado no NP06 – Núcleo de Pesquisa Mídia Sonora, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



1933, manteve no ar o programa “conversas ao pé do fogo” no qual vendia a idéia do *New Deal* e Juan Domingos Perón, na Argentina de 1943, passou a controlar as emissoras de rádio. Haussen destaca que foi o próprio Perón quem considerou o rádio como importante meio de governar ao afirmar que :

os políticos nunca haviam utilizado o rádio para a sua ação. Utilizavam mais os comícios onde as pessoas os viam {...} A ação da presença e a influência direta do condutor é importante, mas a maior parte das massas já me havia visto e eu, então, lhes falei pelo rádio, que era como se me seguissem vendo. De maneira que eu falava a todos. Quando atuamos num único ato único, nos basta falar a todo o país pelo rádio e não fica nenhum argentino sem conhecer o que terminamos de dizer. Isto era impossível antes, hoje o fazemos em um minuto. (Perón apud Haussen, 1999, p. 70).

A guerrilha Cubana comandada por Che Guevara fez uso do rádio, também, como forma de propagar suas idéias. A Rádio Rebelde transmitiu, a partir da Sierra Maestra, em 1958 e no final da Revolução chegou a ser a rádio mais ouvida de Cuba.

No Brasil, a implantação do rádio se dá no contexto das comemorações do centenário da Independência. Mas o rádio como “*uma arma de governar*” só foi efetivamente reconhecido por Getúlio Vargas, que nos anos 30 criou o



programa “A Hora do Brasil”, mais tarde “A Voz do Brasil”, denominação que se mantém até os dias atuais, com o objetivo de promover a integração nacional, estabelecer uma identidade política e divulgar as idéias que pregava. Ao ser designado como interventor no Estado de São Paulo, Adhemar de Barros, durante o Estado Novo (1937- 1945), adotou como forma de ampliar suas bases estaduais um programa denominado “Palestras ao pé do fogo”³.

Já nos anos 80, o presidente José Sarney (1985-1989)⁴ adotou o programa “*Conversas ao pé do rádio*” onde prestava contas, respondia perguntas, dava recados e pedia sugestões. O primeiro programa foi ao ar sete meses após a posse, sendo apresentado todas as sextas-feiras em dois horários. Moreira (1998, p. 89) lembra que o “*Conversas ao pé do rádio*” deu origem a outros programas e foi “*sucesso no Maranhão*”, tanto que “*falar ao microfone de uma rádio havia se transformado em uma espécie de epidemia no Estado*”. Também foi no governo de Sarney que um número muito grande de deputados, prefeitos e governadores obtiveram concessões de canais de emissoras de rádio e televisão.

O presidente Fernando Henrique Cardoso aborda os mais diferentes assuntos no “*Palavra do Presidente*”. O Programa tem três minutos de duração. É gerado pela estatal Radiobrás todas as terças-feiras, três vezes no dia, para que as rádios que se interessarem tenham o programa à disposição. O “*Palavra do Presidente*” não é um programa obrigatório, o que determina dificuldade para saber que emissoras fazem a retransmissão.

No Rio Grande do Sul, na década de 60, o rádio foi usado por Leonel Brizola na chamada Rede da Legalidade. Em 27 de agosto de 1961, o governador determinou que fosse requisitada a Rádio Guaíba para o governo do Estado como meio de informar os

³ Vale lembrar que em 1933 nos Estados Unidos Franklin Roosevelt criou “*Conversas ao pé do fogo*”. A denominação do programa fazia referência às pessoas que ouviam rádio próximos aos fogões à lenha.

⁴ Chaia, Vera. Mídia e Política: complementaridade e tensões. Seminário Internacional de Política. Porto Alegre, outubro 2001.



seus seguidores sobre as diferenças entre o governo central do Major Henrique Lott e o governo do Rio Grande do Sul.

São muitos os comunicadores eleitos em vários locais do País para cargos legislativos e executivos contando com os votos de suas audiências. Este é o caso do ex governador do Rio de Janeiro, Anthony Garotinho, que mantinha dois programas de rádio. O “*Fala, Governador*” na Rádio Tupi e “*A paz do senhor Governador*” com o objetivo de evangelizar na Rádio Melodia. O “*Fala governador*” iniciou em 1999 e saiu do ar em 2001 quando foi “*suspenso por uma liminar que considero injusta do Tribunal Eleitoral*”⁵. O exgovernador comandava o programa com duas horas de duração nas manhãs de sábado ouvindo “*queixas e denúncias da população, entrevistava secretários de Estado e outras autoridades*”. Garotinho explica que o “*Fala Governador*” era uma maneira, “*por um lado, de prestar contas à população do trabalho realizado e, por outro, ouvir o eleitor*”. Para o exgovernador do Rio, o espaço de duas horas no microfone era tão significativo que

as denúncias dos ouvintes me levaram até a demitir cinco médicos que faltaram a um plantão em um hospital estadual, deixando a população na fila. Os pacientes, revoltados, ligaram para o programa, eu liguei para o chefe de plantão, a denúncia foi confirmada e eu anunciei a demissão dos médicos faltosos no ar. (depoimento por e-mail em 23 de outubro de 2001)

Na Rádio Melodia, uma emissora evangélica de propriedade do deputado Francisco Silva, o ex-governador tratava de temas administrativos mas “*respondia principalmente as cartas dos ouvintes*”. O deputado Sergio Zambiasi ,do PTB do Rio Grande do Sul, mesmo presidindo a Assembléia Legislativa mantém pela Rádio

⁵ Resposta do ex-governador do Rio de Janeiro, Anthony Garotinho , por e- mail, em 23 de outubro de 2001.

¹ Trabalho apresentado no NP06 – Núcleo de Pesquisa Mídia Sonora, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Farroupilha o programa “*Comando Maior*”. Esta reflexão, é importante reafirmar, não pretende dar conta de todos os casos. Aponta algumas situações que foram importantes para mostrar como se dá a relação rádio e política e se concentra na forma como, a partir da primeira administração, o Partido dos Trabalhadores, na cidade de Porto Alegre, monitorou a ação da mídia através da escuta das emissoras de rádio para responder imediatamente ao cidadão e à própria mídia.

02. Rádio e ouvinte-cidadão

O ouvinte de rádio pode ser dividido em duas categorias: passivo, que simplesmente ouve o rádio, e ativo, que procura interferir no que está ouvindo. Trata-se aqui da segunda categoria, do ouvinte que participa da programação do rádio seja por telefone, e-mail, carta ou fax não apenas para buscar assistência ou por fascinação com o que está sendo veiculado. É aquele que expressa uma necessidade de ser escutado e de exercer o direito de participar, esperando assim uma resposta ou a solução do problema narrado. Este ouvinte se auto-denomina ouvinte-cidadão e participa no rádio por diferentes motivações. O impulso tem a mesma origem, ou seja, a necessidade de ultrapassar o espaço doméstico para ser reconhecido.

A relação rádio/ouvinte nem sempre tem objetivos claros o que remete a uma reciprocidade que é própria do veículo. Paiva (1997, p.551) lembra que a mensagem do rádio “*é uma construção múltipla, fruto dos diferentes papéis que ao longo da sua história o rádio cumpriu e cumpre*”. A relação rádio/ouvinte pode ser vista por dois lados: da perspectiva do ouvinte, que diante da incapacidade do poder público procura o rádio onde busca auxílio, quem sabe uma mediação diante deste poder público; da perspectiva do rádio, que transforma a angústia, o problema individual em acontecimento, notícia, espetáculo, retorno econômico e disputa de poder. O desafio que se coloca para o ouvinte é o mesmo que se colocou para o Partido dos Trabalhadores quando assumiu a prefeitura de Porto Alegre: como se apropriar do espaço e fazer valer o discurso quando está inserido em uma disputa que envolve poder local e compromissos econômicos. Interpelam-se as dificuldades da relação entre cidadania e os espaços radiofônicos.



Este ouvinte que participa da programação do rádio busca espaço para opinar, para se fazer ouvir por razões variadas como solicitar informações, pedir assessoramento legal, realizar denúncia sobre ausência de um serviço público ou opinar sobre política. São participações individuais e raramente em nome de uma comunidade, organização ou movimento. Esta relação do rádio com os cidadãos pode ser pontuada pelo exercício da cidadania e pela linguagem do veículo. Winocur (2000, p. 38) alerta que " *las audiencias pueden participar en la producción de los mensajes de comunicación, cambiando sus significados* ". O que o ouvinte quer, não importa a classe social, é transcender o espaço doméstico com o objetivo de ser reconhecido. Esta é uma análise que remete a interpelações ideológicas diferentes. O rádio e a televisão são concessões públicas de um bem coletivo. É provável que esta relação determine campos problemáticos, uma vez que estabelecidos no espaço dos vínculos entre Governo e sociedade.

A participação do ouvinte no rádio está diretamente vinculada à inserção do cidadão no poder local que representa a sociedade, considerado o responsável pelo atendimento, pela guarda do serviço público. O rádio aparece, então, como uma alternativa para canalizar o descontentamento e denunciar a precariedade dos serviços públicos ou para se contrapor à forma diferenciada de gestão pública. Como o rádio é um meio, significa se debruçar sobre a penetração deste na sociedade, sobre a sua história e sobre a sua linguagem.

O que motiva o ouvinte a procurar o rádio para solicitar, denunciar, reivindicar direitos? O rádio disputa espaços de poder com o Poder público? Como o ouvinte aparece neste discurso radiofônico? O problema está em compreender o discurso radiofônico que procura fazer frente às formas diferenciadas de gestão pública adotadas pelos poderes locais para atender as expectativas do cidadão cada vez mais exigente de seus direitos. Winocur assegura que :

los participantes se caracterizan porque recurren com frecuencia a la radio o a otros medios para realizar personalmente o por teléfono algún tipo de denuncia, reportar



un abuso de autoridad (...) o simplesment expresar opinión
(Winocur, 2000, p. 40).

O rádio descobriu, nos últimos anos, que abrir seus microfones para os ouvintes e dar espaço para as reivindicações é um grande negócio. Estes espaços dão retorno econômico, o que parece ser a primeira motivação, e poder político, onde se assenta esta reflexão. Estes espaços que se abrem ao cidadão são de grande importância porque se constituem em oportunidades de pressão e de expressão.

03. O rádio e o PT em Porto Alegre

Qualificados os ouvintes de forma superficial e compreendendo que o rádio, segundo Dines (2001) não tem matiz político, “favorece quem sabe usá-lo, gosta de usá-lo e nele acredita”, é possível buscar explicações para a forma como o Partido dos Trabalhadores usa o rádio no final dos anos 80 em Porto Alegre. Estruturar uma forma diferenciada e participativa de comunicação era parte do programa de governo do PT sendo implantada no governo de Olívio Dutra⁶ e se mantendo até hoje. O Documento “Política de Comunicação e estratégia”⁷ elaborado nos encontros coletivos dos profissionais de comunicação do Partido valoriza a humanização das relações. O sistema de monitoramento das emissoras de rádio faz parte deste projeto de comunicação para administrar a cidade. A Coordenação de Comunicação Social foi orientada pelo Conselho Municipal de Comunicação e estruturada para respaldar o “executivo e traduzir o projeto político partidário”⁸. para avaliar, explicar e conclamar o cidadão a participar. O documento que define a *Coordenação de Comunicação Social – estrutura, funções produtos e serviços* atribui como uma das funções da coordenação de jornalismo “monitorar as manifestações dos meios de comunicação de massa sobre temas que envolvem interesses do município e da Prefeitura”. Ao apontar

⁶ Primeiro prefeito eleito pelo PT em Porto Alegre. Em 2000 foi eleito Tarso Genro como o quarto prefeito do PT em Porto Alegre.

⁷ Herz, Daniel et alli. política de Comunicação e estratégia. Porto Alegre: Prefeitura Municipal, 1989.

⁸ Weber, Maria Helena. Comunicação como estratégia de compartilhar o poder. Mimeo, 2001

1 Trabalho apresentado no NP06 – Núcleo de Pesquisa Mídia Sonora, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

os produtos e serviços a serem oferecidos e/ou realizados pela coordenação fica estabelecido o monitoramento das emissoras como:

produção e monitoração de áudio e vídeo. Acompanhamento dos principais programas de rádio e televisão das 07 às 24 horas. Resposta imediata a denúncia e/ou crítica mediante localização e contato com os dirigentes. Gravação e transcrição das matérias de interesse com posterior distribuição aos setores interessados.(documento da Coordenação de Comunicação Social)

Em 1989 o Setor realizava o monitoramento de seis emissoras de rádio (Gaúcha, Guaíba, Farroupilha, Pampa, Bandeirantes e Princesa) que destinavam mais espaço da programação para o jornalismo ou serviço. As solicitações dos cidadãos eram muitas, conta Patrícia Duarte⁹, porque se constatava a demanda reprimida no que se referia aos serviços essenciais como saneamento, limpeza e iluminação. A prática adotada no início do monitoramento de rádio foi de ouvir, gravar e decupar a informação. Quando a solicitação era mais urgente, também o retorno ao cidadão era imediato, com a Coordenação mantendo contato com a produção do programa para dar respostas. Esta prática dava conta que uma secretaria do município estaria à disposição para responder, dar explicações ao cidadão. Esta “*escuta*”, segundo Patrícia Duarte, era entendida por alguns comunicadores como patrulhamento.

A relação era tão complexa que algumas emissoras apresentavam a solicitação do ouvinte e chamavam a atenção para o setor de rádio, anunciando que a resposta seria imediata porque o programa estava “*sendo gravado pela Prefeitura*”. Para a

⁹ Patrícia Duarte é jornalista, trabalhou no setor de rádio da Prefeitura de Porto Alegre entre 1989 e 1997. Concedeu entrevista à autora em janeiro de 2002.

¹ Trabalho apresentado no NP06 – Núcleo de Pesquisa Mídia Sonora, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



jornalista, o que se configurava era uma falta de compreensão sobre o trabalho da Prefeitura que procurava exclusivamente dar retorno ao cidadão. Weber (2001), em estudo mais amplo denominado “*A comunicação como modo de governar- estudo sobre a Prefeitura Municipal de Porto Alegre*”, diz que:

Na contemporaneidade, a política é, agendada pela mídia, dominada pela sua estética e seu tempo, tendo em vista a formação da opinião pública favorável. O movimento da comunicação da PMPA estrategicamente planejou e implementou processos de comunicação adequados ao princípio da representação plural, estimulando a capacidade crítica individual e a participação de entidades representativas, tendo em vista o caráter antidemocrático das mídias, sem espaço para a pluralidade da sociedade. (2001, p. 06)

As rádios passaram a utilizar o monitoramento como um “*serviço*”, lembra Patrícia Duarte, que não se destinava ao patrulhamento da programação porque oferecia “*pautas de qualidade para os veículos, o que foi garantindo a credibilidade do setor*”. Esta estratégia de ouvir a rádio, por mediação ouvir o cidadão, dar o retorno para a rádio que acabava sendo o retorno ao cidadão foi tomando “*proporções muito grandes sendo importante na implantação do Orçamento Participativo*”. Jovchelovitch (2000, p,90) vai afirmar que a “*imprensa torna-se um campo de batalhas que sustenta o exercício do poder e ao mesmo tempo abre novas dimensões de transparência e visibilidade para este exercício*”.

No início das administrações do PT em Porto Alegre este “*monitoramento de rádio foi o primeiro diagnóstico real que o governo tinha da cidade*”, tanto que algumas manifestações ou comentários eram repassados imediatamente para o Prefeito. É evidente que este diagnóstico mediado pelas emissoras monitoradas não deixava de perceber a disputa por verbas publicitárias que se deu logo no início do governo do PT.¹⁰ Compreendendo a importância e a penetração do rádio especialmente no que se

¹⁰ Patrícia Duarte lembra que em alguns casos ficava evidente a disputa por verbas publicitárias já que a Prefeitura não estava colocando anúncios nesta ou naquela emissora.

1 Trabalho apresentado no NP06 – Núcleo de Pesquisa Mídia Sonora, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



referia à expectativa do cidadão no atendimento de suas necessidades, a Prefeitura foi melhorando o monitoramento, ou seja, respondendo com mais rapidez .

Patrícia Duarte conta que para fazer frente a esta estratégia, alguns comunicadores diziam para o “*ouvinte ir direto na Prefeitura porque não precisava gravar a solicitação*”. Esta era uma crítica da Rádio ao serviço da PMPA que acabava reconhecendo o quanto o monitoramento estava dando retorno para os ouvintes- cidadãos. A jornalista aponta entre tantos , o comunicador Sérgio Zambiasi¹¹ “*que descobriu que nós sabíamos o poder que ele tinha , a audiência que ele tinha e a partir disto a relação melhorou*”.

Os primeiros embates entre o governo do PT e as emissoras de rádio se anunciavam como duradouros e tinham o sentido da disputa. Aos poucos a exigência do cidadão, ouvinte das emissoras monitoradas, foi mostrando que o uso do rádio da forma como originalmente foi proposto pela coordenação de Comunicação Social se configurava como parte de uma estratégia de governar que já dura quatro mandatos e que é assentada na participação do cidadão e no uso do rádio como a mídia que com mais rapidez responde a relação governo- gestão pública- cidadão. Outras formas de comunicação com a população foram sendo adotadas pelo PT na PMPA, no entanto, o monitoramento das rádios possibilitava, particularmente naquele início de governo, um diagnóstico rápido das demandas apresentadas pelos cidadãos. A partir desta estratégia da PMPA de usar o rádio de forma efetiva é possível concluir que o rádio é, pela sua essência, o meio de comunicação que melhor pode ser utilizado pela política.

BIBLIOGRAFIA

¹¹ Em 1986 foi eleito Deputado Estadual, obtendo a maior votação em toda a história do Parlamento gaúcho - 365.381 votos.- Em 1990 foi reeleito com 320.323 votos. Em 1994 foi reconduzido ao cargo com 289.024 votos.- Em 1998 foi reeleito com 217.643



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

CAPARELLI, Sérgio. *50 anos depois, só há um discurso: o dos governantes*. Porto Alegre:

Cadernos de Jornalismo. Sindicato dos Jornalistas, 1982.

CASTRO, Maria Ceres Pimenta Spínola. *Na tessitura da cena, a vida – comunicação. Sociabilidade e política*. Belo Horizonte:UFMG,1997.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.

CHAUÍ, Marilena. *Cultura e democracia. O discurso competente e outras falas*. 2ª ed. São

Paulo: Moderna, 1981.

CHAIA, Vera. *Mídia e Política: complementaridade e tensões*. Seminário Internacional de Política. Porto Alegre, outubro 2001.

DALPIAZ, Jamile. *Cidade Viva: o rádio e a política na tradução de um governo in*

RAMOS, Roberto (org) *Mídia, textos & contextos*. Coleção Comunicação nº 14. Porto Alegre: Edipucrs, 2001. 284 p.

DINES, Alberto. *O Homem e sua voz in MEDISTCH, Eduardo. O Rádio na era da informação- teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis:Insular, 2001. 302 p.

GIL, César y MUÑOZ, José Javier. *La rádio: teoria y práctica*. Madrid:IORTV-Instituto Oficial de Rádio Televisión Española, 2ª ed. 1997.

HALE,Julian. *La Radio como arma política*. Madrid: Gustavo Gili, 1975.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

HAUSSEN, Dóris Fagundes. *Rádio e política: tempos de Vargas e Perón*. Porto Alegre: Edipucrs, 1997. 152 p.

MARCHAMALO, Jesús e ORTIZ, Miguel Angel. *Técnicas de comunicación em radio*. Barcelona:Paidós, 1996.

MEDISTCH, Eduardo. *O Rádio na era da informação- teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis:Insular, 2001. 302 p.

-_____. *A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo como produto intelectual eletrônico* in BIANCO,Neila e MOREIRA, Sonia. *Rádio no Brasil, tendências e perspectivas*. Rio de Janeiro: UERJ/UNB, 1999.

MOREIRA, Sonia Virginia. *Rádio Palanque*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

_____. *O rádio no Brasil*. São Paulo. Rio Fundo, 1991.

ORTRIWANO, Gisela. *A informação no rádio*. São Paulo: Summus, 1985.

PAIVA, Vanessa. *A mensagem radiofônica: o acontecimento (re)significado* in MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell. *O jornal- da forma ao sentido*. Brasília:Paralelo 15, 1997.

RAMOS, Murilo Cesar. *O direito à comunicação*. Brasília. Mimeo. 1999.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Comunicação & Política*. São Paulo:Hacker Editores,2000. 133 p.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

SILVA, Marcelo Kunrath. *A construção da participação popular*. Sociologias. V.2.

Revista

semestral do Programa de pós-graduação em Sociologia da UFRGS. Ano 01 – jul/dez
99.

TORRES, Carlos Alberto. *Dilemas da cidadania em um mundo globalizado*.

Petrópolis:vozes, 2001.

WINOCUR, Rosalía. *La participación en la radio, una posibilidad negociada de*

ampliación de espacio publico. Revista Diálogos de la Comunicación. Agosto 2000,

Lima/ Peru.

WEBER, Maria Helena. *A comunicação como estratégia de compartilhar o poder*.

Mimeo.

Trabalho apresentado no II Colóquio Brasil- Itália di Scienze della

Comunicazione.Porto

Alegre, 2001.