



Oralidade, Mobilidade e Criatividade no Rádio: quais os rumos na era pós-mídia?¹

Mágda Rodrigues da Cunha
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

E o rádio? A pergunta, que parece simples, intitula o livro publicado pelo Grupo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora, da Intercom, em 2009. Mas o que este questionamento esconde e revela? O que realmente desejamos saber sobre o rádio em pleno século XXI, horizonte altamente marcado pela apropriação e capilarização tecnológica na sociedade? Nesta reflexão buscamos localizar as principais perguntas não respondidas pelo rádio no atual cenário, mas também localizar categorias que marcam a história e existência do rádio, mas que, de certa forma, foram sendo reinventadas em outras plataformas, deixando de representar vantagem da estrutura radiofônica. Elegemos como principais categorias oralidade, mobilidade, criatividade e inovação, por entendermos que estes são os pilares da informação radiofônica ao longo de uma história de muitas adaptações, que chega a este momento passando por profundos questionamentos.

Rádio – mobilidade – oralidade – criatividade

A história das adaptações

Oralidade foi durante alguns anos a principal categoria utilizada para balizar e estabelecer o valor de permanência do rádio diante de qualquer transformação no horizonte de expectativas. Nos anos 80 e 90, muitos trabalhos apontam que a por ser oral o rádio está conectado a uma das marcas primeiras da existência humana. Mesmo com a evolução das espécies, é uma marca nunca abandonada e o rádio, de certa forma, imita essa trajetória. Está baseado no áudio, na oralidade, e assim como a espécie humana evolui e se modifica, também acumula características dos diferentes momentos da história. E é esta capacidade de acumular e de respeitar a fusão dos períodos históricos é que faz o rádio permanecer. Definida como primária, secundária ou mista, a oralidade está presente nas diferentes sociedades. O que permanece, na verdade, é a vocalidade e a audição. O rádio se mantém porque segue este caminho. Com a oralidade, as grandes polêmicas, historicamente, ganham lugares públicos, seja pela poesia na Europa dos séculos X ao XV, seja no século XX pela comunicação massiva.

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.



A escrita, por sua vez, não se confunde com a voz. Tem seu ritmo próprio de desenvolvimento. O texto falado é um novo texto, uma vez que as diferentes formas de expressão oral têm forte influência sobre a escritura. Trata-se de uma nova produção de sentido. As diferentes sociedades encontram meios específicos, como o rádio para a voz, a impressão para a escrita e assim por diante. Os meios respondem, são apropriados e se acomodam às exigências da humanidade, convivendo, estacionando ou, em muitos casos, desaparecendo. Isto ocorre conforme a apropriação e o interesse social para sua utilização. Estão nesta base o fato de o ser humano ser predominantemente visual e verbal. Não há sociedade sem música e sem palavra. Oralidade permanece sempre sendo oralidade, mas existindo por intermédio de diversas formas de transmissão da palavra criadas pelo homem. Neste ponto, a oralidade começa a ser cruzada com as plataformas tecnológicas que lhe dão suporte para produção dos conteúdos radiofônicos. Permanecem, na essência, regras cuja origem vêm de uma lógica milenar da narrativa, de uma forma simbólica que constitui as pessoas antes de seu nascimento, conforme pensa Barthes. Vêm do imenso espaço cultural do qual a humanidade é apenas uma passagem. E, se essas regras integram a cultura, estruturam-se pela linguagem e pelas formas de narrar, definindo também os meios tecnológicos e os seus conteúdos. Sociedade, história e tecnologia estão integradas neste sentido.

Investigado sob a perspectiva de suas adaptações aos diferentes horizontes históricos, o rádio evidencia valor de permanência. Baseado na oralidade, evolui respondendo às perguntas dos horizontes, trazendo provocação às audiências, obedecendo às regras da cultura, por intermédio da linguagem, tanto tecnologicamente, quanto em conteúdo. Mídias e público estão mergulhados em horizontes históricos, muitas vezes distintos e defasados, que precisam fundir-se para que a comunicação ocorra. Os ambientes midiáticos tornam-se o campo em que horizontes do autor e do leitor (considerado audiência da emissão radiofônica) podem identificar-se ou estranhar-se.

O processo de recepção ocorre quando o público, tendo comparado a tecnologia com a tradição e os elementos de sua cultura e seu tempo, a inclui ou não como componente de seu horizonte de expectativas, mantendo-o como era ou preparando-o para novas leituras de mesma ordem, para novas experiências de ruptura com os esquemas estabelecidos. No início do século XX, essa comparação ocorre em função da transmissão de sinais à distância. As experiências fazem parte de uma sociedade que



questiona pela evolução tecnológica e deseja comunicar-se. Nos anos 30, o rádio passa a ser meio de massa, pois a sociedade encontra esta finalidade para ele. Isto, especialmente, pela possibilidade tecnológica que oferece e pelas questões demandadas pela sociedade na época.

Quando enfrenta o desenvolvimento da televisão, tecnologicamente, a indústria radiofônica responde por intermédio do processo de miniaturização, com a invenção do transistor. E este processo segue sem percalços dos anos 70 à passagem para o século XXI, quando o rádio aceita a imagem, na Internet, e pela tecnologia digital, transmite suas mensagens a qualquer parte do mundo. Em todos estes momentos, o meio tem forte efeito junto à audiência, fundamentalmente pelas possibilidades de transmissão da informação que oferece. Independente do lugar – inventores, público ou políticos e líderes que se apropriam – tem elevado impacto junto à sociedade.

As rupturas tecnológicas verificadas ocorrem inicialmente por distanciamento e posterior aceitação, pois transformam-se na direção de possibilidades mais desenvolvidas e adequadas à evolução humana. Há inventos, no entanto, dos quais a sociedade se apropria ou não em determinadas épocas, independente do grau de facilidade tecnológica que proporcionem. As primeiras experiências em televisão ou com computadores ocorrem antes de estas duas tecnologias atingirem elevado grau de utilização.

Pool (1992:88) afirma que é fácil interpretar a evolução dos meios e sua influência social como um tipo de determinismo tecnológico. “Nossas vidas mudam pelas ferramentas que utilizamos. Mas também existe uma interação entre os utilitários e as idéias dos homens sobre como utilizá-los.” O aparelho não predestina as coisas para as quais é usado. Isso surge de uma interação entre aquilo para o que a tecnologia é útil e o que as pessoas querem e estão preparadas para pensar. Os determinantes não são somente a tecnologia, mas também um conjunto de ideias com as quais os inovadores enfocam o novo invento. Este conjunto constitui o horizonte, onde se inserem cultura, linguagem e formas de narrar. A interação citada por Pool (1992) representa um jogo de perguntas e respostas, até aqui descrito.

Castells (1999) confirma este pensamento ao apontar que as novas formas e processos sociais não surgem em consequência de transformação tecnológica, pois a tecnologia não determina a sociedade. Nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica, uma vez que muitos fatores, inclusive criatividade e



iniciativa empreendedora, intervêm no processo de descoberta científica, inovação tecnológica e aplicações sociais, de forma que o resultado final depende de um complexo padrão interativo.

O desenvolvimento do rádio é conduzido pela própria evolução da humanidade e pelos processos interativos com os quais vai dialogando. Neste ponto, em nosso entendimento, está o seu valor de permanência. Sua atualização se dá, sim, pelos efeitos junto ao público, que exige o desenvolvimento tecnológico e também por suas constantes modificações para responder a estes horizontes. A forma como isto ocorre é o diferencial deste meio. Tendo como suporte básico a oralidade, ligada aos primórdios humanos, ele proporciona tecnologicamente que esta voz transmitida acompanhe as pessoas. Se inicialmente, esta linguagem esteve associada a móveis pesados, com o transistor está próxima a sua audiência; com a tecnologia digital, ganha escala mundial.

A aproximação em relação à audiência, tanto em termos de conteúdo, quanto tecnologia, pode ser considerada um dos pontos mais fortes do desenvolvimento radiofônico. A invenção do transistor, como a história relata à exaustão, foi talvez uma revolução que supera a própria base do rádio de transmissão de informações à distância. Isto porque a miniaturização proporcionou que cada indivíduo, letrado ou não, pudesse levar consigo, a qualquer lugar, um aparelhinho que lhe manteria informado. O fato, em um contexto de desenvolvimento das cidades e de grande mobilidade, possibilitou que aqueles conteúdos, até então restritos ao ambiente doméstico, estivessem em qualquer lugar. De certa forma, dava à mobilidade fria das metrópoles um tom de aconchego dos lares.

As transformações tecnológicas, sem dúvida, proporcionam que o rádio e os meios em geral estejam mais próximos da audiência. E se com o transistor nos anos 40 a informação radiofônica chegou ainda mais perto do ouvinte, nos anos 80, os dispositivos técnicos que facilitam a transmissão ao vivo, fortalecem a presença do repórter na programação, narrando diretamente da cena do fato.

“O que contribuiu para aprofundar e explorar a característica do imediatismo inerente à natureza tecnológica do rádio. O tempo entre o acontecimento e a veiculação da notícia foi encurtado. A cobertura ao vivo criou uma sensação de participação do ouvinte no cenário dos principais acontecimentos políticos da época” (Del Bianco, 2008:5)



Isso ganha ainda mais força com o uso do telefone celular, alterando o conceito de velocidade e instantaneidade, define Del Bianco (2008). Mas se a mobilidade tecnológica é uma das principais marcas do rádio e pode-se dizer uma base para desenvolvimento das comunicações móveis, por que hoje esta é uma característica que deixou de ser considerada vantagem radiofônica? Os estudos que abordam comunicação e mobilidade estão atualmente tomando como base os avanços da telefonia celular e todas as suas possibilidades. No entanto, a comunicação móvel ganha em importância em todos os cenários da sociedade. Isso traz de volta a pergunta original: e o rádio?

Castells (2004) afirma que as redes de comunicação sem fio estão se espalhando pelo mundo com maior velocidade do que qualquer outra tecnologia de comunicação. Isto se explica, de acordo com o autor, porque as comunicações estão no coração das atividades humanas em todas as esferas da vida. Na mesma reflexão, Castells (2004) questiona se a comunicação móvel favorece o desenvolvimento de uma nova cultura jovem que faz as redes peer-to-peer a base para um modo de vida alternativo, com linguagem própria. Quão diferente é esta cultura jovem em comparação com a cultura da sociedade como um todo?

Por cultura jovem, Castells (2004) entende como um sistema específico de valores e crenças que indicam um comportamento em grupo de determinada idade, que indica características específicas em comparação com grupos de outras idades na sociedade. A hipótese fundamental de sua análise é sobre uma cultura jovem que localiza na comunicação móvel uma forma adequada de expressão e confirmação. Todas as tecnologias difundem na medida ou na extensão do que entendem como estrutura social e valores culturais pré-existentes. No entanto, uma tecnologia poderosa pode ser adotada por uma cultura existente, porque serve dentro dos seus padrões. A comunicação sem fio é apenas a mais recente em uma longa lista de mudanças tecnológicas que tem trazido esperança e temor sobre o impacto tecnológico junto aos jovens. Livros, rádio, televisão e a própria internet já ocuparam este espaço, reflete Castells (2004), que aponta ainda para a emergência desta cultura jovem a partir da apropriação da telefonia celular.

Os estudos de Castells (2004) têm como base investigações realizadas na Europa, nas Américas e na Ásia. Entre as características desta cultura jovem estão a velocidade de adoção e apropriação das tecnologias por este grupo, tanto quanto possível, e usam todos os serviços com maior intensidade para várias finalidades no seu



dia-a-dia. Em consequência, transformam-se em um grupo social importante e que está permanentemente conectado, por intermédio da comunicação sem fio e assim revelam com maior rapidez o potencial de uso das tecnologias em comparação com pessoas mais velhas.

Estamos nos transformando em nômades globais, como afirma Meyrowitz (2004). Mesmo que estejamos ingressando em uma nova era de globalização e comunicação sem fio, retornamos à forma original de associação humana: caçando e coletando. A chave da era eletrônica é que as fronteiras sociais, culturais, políticas e econômicas tornaram-se mais porosas, até o ponto de quase desaparecerem em alguns momentos. E este é um dos principais aspectos das sociedade no passado. As interações digitais criam novos sentidos para grupos não geográficos, que agem juntos na direção de propostas econômicas, políticas e sociais.

Meyrowitz (2004) não é otimista quando analisa que, para muitas pessoas, a possibilidade técnica de conexão eletrônica, de ligar para praticamente todos os lugares como se fosse o espaço local, pode aumentar o risco de perder a capacidade de captar a visão geral, ver contexto geográfico e histórico, a perceber os padrões globais.

Criatividade e inovação

Um terceiro aspecto se soma à questão da linguagem radiofônica, baseada na oralidade, e à mobilidade tecnológica, tanto no suporte para recepção, quando nas ferramentas que evoluem para narração diretamente do local do acontecimento, como a telefonia celular. Escolhemos o pensamento de Herreros (2008), porque é bastante crítico quando analisa a criatividade e a inovação da produção de conteúdos radiofônicos. Entendemos que as provocações do autor podem ser úteis na busca pelas respostas a serem reveladas pelo rádio no horizonte que agora se desenha. O autor afirma, em texto publicado originalmente no ano de 2004, que o rádio é um meio de difusão ao vivo ou diferido de uma multiplicidade de fatos interessantes organizados por outras instituições como as desportivas, as políticas e as culturais. Atua como mero transmissor com o objetivo de respeitar, com a maior fidelidade possível o que ocorre no local dos acontecimentos. No entendimento do autor, não são criações artísticas, mesmo sendo possível, mas transmissões que pertencem à essência informativa. O rádio segue a sua missão informativa, muito mais que a criativa.



Quando aborda a criatividade no rádio informativo, Herreros (2008:338) descreve três grandes modelos de tendências, o generalista, o de informação contínua de 24 horas e o especializado. No primeiro modelo a competitividade comercial leva à organização de uma grade cujo resultado é o nascimento de programações generalistas e de programas temáticos muito similares.

“Entramos na era da clonagem de programações. Como todo processo comunicativo, a programação trata de atender os comportamentos sociológicos da audiência, adapta os conteúdos as suas necessidades e situações laborais e de ócio. Tem de universalizar a sua oferta para chegar ao maior número de ouvintes e sem distingui-los tanto, esquecer das minorias para atender as maiorias; e isso ocorre tanto no rádio público como no privado.”

Essas funções, pensa Herreros (2008), eliminaram grande parte dos conteúdos de outras épocas, especialmente os mais criativos. O rádio aposta, então, no que está consolidado e deixa de lado a renovação.

De certa forma, isso coincide com a definição de Del Bianco (2008) de constituição de uma audiência rotativa, que resulta numa opção das emissoras por repetição de notícias. Realmente, esta rotatividade, desde a consolidação do transistor, dando mobilidade ao rádio, leva as emissoras a alterações da programação. As transformações tecnológicas, desde o aparelho no centro da sala de casa, até o rádio portátil, presente também dos automóveis, determinam alterações nos modelos informativos. Del Bianco (2008) aponta que, para rivalizar com a internet, o rádio será cada vez mais factual, mesmo que se aproprie da rede para produzir boa parte de seu noticiário.

A informação contínua leva a audiência a supor que há grande renovação e criatividade. São noticiários a cada 15 minutos e alguns programas de curta duração, num modelo considerado por Herreros (2008:339) como a maior novidade durante os últimos 10 anos que antecedem a produção do texto de 2004. “São programações muito criativas no seu conjunto e que no dia-a-dia reclamam imaginação para que resultem em novidades ao seguidor.” Quando se trata de uma informação especializada, a análise de Herreros (2008) aponta que muda apenas o delineamento da generalista desde a perspectiva da criatividade. Essa especialização seguiu a via de um só conteúdo: economia, esportes, saúde.



No horizonte digital, Herreros (2008) afirma que a inovação técnica aporta ferramentas para a criatividade, mas afirma que a arte depende da imaginação e da criatividade do ser humano. O rádio digital e o ciber rádio impulsionam a comunicação interativa e abrem a via para a criatividade dos usuários, em um contexto no qual não é somente a emissora que oferece conteúdos, mas a criatividade é exercida pelas duas partes e os ouvintes adquirem um novo papel.

Quadros (2008) ao analisar o texto de Herreros lembra o pensamento de Guatarri (1992) para quem as evoluções tecnológicas têm um papel fundamental no processo de mudança. “Conjugadas as experimentações sociais desses novos domínios, são capazes de nos fazer sair do período opressivo atual e de nos fazer entrar em uma era pós-mídia, caracterizada por uma reapropriação e uma re-singularização da utilização da mídia.”(Guatarri apud Quadros: 2008, p. 353) Quadros (2008) considera evidente que por muito tempo consumidores/ouvintes/usuários transitarão entre os dois mundos, sendo um que incentiva a inovação e outro que mantém, por determinação socioeconômica, vinculação às estratégias do passado.

E sem dúvida, quando se decide por abordar a criatividade envolvendo o rádio, é fundamental buscar o pensamento de Guattari (1986) para quem a rádio livre é uma utilização inteiramente diferente da mídia rádio. E neste sentido traça uma teoria não para o rádio, mas para aquele Rádio no/do Movimento. O autor reflete que não se trata de fazer como a rádio dominante, nem melhor, nem na mesma direção. Trata-se de encontrar um outro uso, uma outra relação de escuta, uma forma de feedback e de fazer falar línguas menores. É a promoção de um certo tipo de criação que não poderia acontecer em nenhum outro lugar.

Berardi (2002) escreve que enquanto o sistema midiático tornava-se o agente central da colonização mental e do autoritarismo político, Guattari falava da sociedade pós-midiática. Os progressos da informática tornariam possível uma larga difusão de combinações rizomáticas. Segundo ele, “relações bidimensionais e multidirecionais entre coletivos de enunciação pós-midiática”.

Guattari descreve a utopia da rede, rizoma proliferante de cérebros e de máquinas. Aquela utopia se encarnou na tecnologia, na cultura, inclusive na imprensa. Mas como todas as utopias, naturalmente, não é pacífica, afirma Berardi (2002). Trava-se uma guerra interminável entre o domínio e a liberdade. No transcorrer dos anos 90, o rizoma desenvolveu-se, mas foi contaminado por vírus semiotizantes de natureza



centralizadora e hierarquizadora. A penetração da publicidade, do business, da televisão na rede telemática foi um dos aspectos dessa infiltração. A profecia pós-midiática de Félix Guattari segue sendo desmentida e confirmada a cada dia pela dinâmica incessante do domínio e da liberdade.

Neste jogo de perguntas e respostas radiofônicas, nos diferentes horizontes históricos e no que agora analisamos o rádio, além da incessante dinâmica de domínio e liberdade, que encontra em Guattari o seu grande provocador, há realmente algumas reflexões que somando as categorias aqui presentes se fazem necessárias. Oralidade, Mobilidade e Criatividade/Inovação – neste caso mesmo que adotemos o pensamento crítico de Herreros, que escreve exatamente para afirmar que o rádio não está sendo criativo quando organiza seus conteúdos – são categorias que combinadas permitem avançar um pouco mais na pergunta “E o rádio?” São categorias que constroem uma estética radiofônica que se estendeu, certamente, a muitas outras tecnologias da comunicação que hoje circulam no horizonte.

O pensamento de Arnheim (1936), citado por Meditsch (2005), expressa que a maior maravilha do rádio é a ubiquidade. “As canções e conversas atravessam as fronteiras, vencem o isolamento imposto pelo espaço, importam cultura usando as invisíveis asas das ondas, ao mesmo custo para todos: é o ruído dentro do silêncio.” Arnheim sentia-se cativado pelo rádio como forma de expressão, uma nova experiência, por somente utilizar o audível, não de qualquer modo, mas em relação ao que há de visível. Meditsch (2005) avalia que a oposição entre forma de transmissão e forma de expressão proposta pela perspectiva de Arnheim pode ser ainda muito útil para avaliar, por exemplo, as possibilidades da internet. A afirmação das possibilidades da expressão do rádio, definidas dialeticamente por suas limitações, será a grande contribuição do autor para a teoria do meio, reforça Meditsch (2005).

Meditsch (2005) ressalta que embora Arnheim concorde que a visão é o mais importante dos sentidos para a espécie humana, e que faça falta no rádio como meio de transmissão da realidade, salienta que não falta nada ao rádio como meio de expressão artística, podendo alcançar resultados plenamente satisfatórios apenas com os recursos de que dispõe. A descoberta leva Arnheim a fazer o “elogio da cegueira”, conforme relata Meditsch (2005:103), “para apontar um potencial único do rádio como arte narrativa: a possibilidade de unir os recursos expressivos da música e da literatura numa



forma de expressão superior, que carrega o poder emocional da primeira com a capacidade intelectual da segunda.”

Considerações

As considerações deste texto não são finais, mas o começo de uma reflexão que persegue a pergunta “E o rádio?” Perguntamos sobre o futuro do rádio, porque quando buscamos a oralidade, percebemos que ela é a base, está ligada aos primórdios da humanidade, mas com as transformações tecnológicas, o rádio não é mais somente áudio. Quando busca-se a mobilidade como diferencial do rádio, uma vez que esta revolução foi lançada pelo meio radiofônico, percebemos que as abordagens em torno da comunicação móvel estão relacionadas à telefonia celular. É relevante retomar a ideia de que o transistor independizou a audiência. Foi a miniaturização do rádio que possibilitou ao público ser acompanhado pela informação, pelas notícias e pelo entretenimento.

A preocupação ganha outras dimensões quando procuramos dialogar com textos e pensamentos mais críticos como Herreros, Guattari e mesmo Arnheim. Isto porque Herreros, numa perspectiva contemporânea, faz duras críticas à forma de organização de expansão da programação radiofônica. O rádio aposta no que está consolidado e esquece da inovação. Quando falamos em inovação, não podemos ter como perspectiva apenas a plataforma tecnológica. Inovação deve estar sim na essência da produção de conteúdo. E é sobre produção de conteúdo, independente das modernas tecnologias, que Guattari e Arnheim vão falar, quando pensam o rádio, guardadas as proporções dos horizontes históricos em que estão inseridos seus pensamentos. Guattari falava em uma sociedade pós-midiática, resultante do jogo entre domínio e liberdade. Abordava a possibilidade de deixar o modelo do período opressivo atual e de nos fazer entrar em uma era pós-mídia, caracterizada por uma reapropriação e uma re-singularização da utilização da mídia.

A observação do atual cenário evidencia uma re-singularização da utilização midiática. De certa forma, isso passa pela apropriação de parte da audiência em relação aos canais para produção de conteúdo. Como afirma Herreros, a criatividade hoje passa a ser exercida pelos produtores tradicionais de conteúdo e pela audiência. A criatividade não está mais nas mãos apenas das emissoras, por intermédio dos canais que conhecíamos. Isso traz de volta, na era pós-midiática, conceitos que para Arnheim, nos anos 30, eram considerados grande diferencial do rádio, a ubiquidade, mas antes de



tudo, a forma de expressão. Talvez, um dos grandes problemas do rádio tenha sido abandonar a sua condição de meio de expressão para perseguir, como define Herreros a atuação como mero transmissor respeitando, com a maior fidelidade possível, o que ocorre no local dos acontecimentos. Esta tentativa de fidelidade narrativa pode ter tirado do rádio uma de suas maravilhosas características, parafraseando Arnheim e que agora precisará ser retomada na era pós-mídia, caracterizada, essencialmente, pelo compartilhamento da criatividade com a audiência.

Referências bibliográficas

BERARDI, F. "Postmedia" in MEDIA ACTIVISM; Strategie e pratiche della comunicazione indipendente; mappa internazionale e manuale d'uso; Matteo Pasquinelli (org). Roma, DeriveApprodi, 2002.

CASTELLS, M. A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. I.

_____ ; Fernández-Ardèvol, Mireia; Qiu, Jack Linchuan; Sey, Araba. Mobile communication and society. A global perspective. Cambridge: MIT Press, 2007.

DEL BIANCO, N. R. Remediação do radiojornalismo na era da informação. In Bocc, Biblioteca On-line de Ciências das Comunicação, 2008.

DELEUZE, G. e GUATTARI, F. Mil Platôs. vol. 1. São Paulo: Ed. 34, 1997.

GUATTARI F. Revolução molecular: pulsações políticas do desejo. São Paulo: Brasiliense, 1987.

HERREROS, M. C. A criatividade no contexto do rádio atual. In MEDITSCH, E. e ZUCULOTO, Valci. (Org.) Teorias do Rádio: textos e contextos. Florianópolis: Insular, Volume II, 2008.

MEDITSCH, E. Rudolf Arnheim e o potencial expressivo do rádio. In MEDITSCH, E. (org.) Teorias do Rádio: textos e contextos. Florianópolis: Insular, Volume I, 2005.

MEYROWITZ, Joshua. Global nomads in the digital veldt. In Revista Famecos, Porto Alegre, número 24, julho/2004.
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3261/2521>

POOL, I. de S. Discursos e sonidos de largo alcance. In: WILLIAMS, R. (Org.). Historia de la comunicaci3n. De la imprenta a nuestros dias. Barcelona: Bosch, 1992.

QUADROS, C. I. de. Cebrián Herreros e a inovaç3o radiof3nica. In Meditsch, Eduardo e Zuculoto, Valci. (Org.) Teorias do Rádio: textos e contextos. Florianópolis: Insular, Volume II, 2008.

