



## Ondas Cinematográficas – O cinema próximo de você<sup>1</sup>

Maria Nathalia Cavalcante<sup>2</sup>

Luiz Witiuk<sup>3</sup>

Universidade Positivo, Curitiba, PR

### RESUMO

O programa de rádio “Ondas Cinematográficas – O cinema próximo de você” tem o propósito de atenuar a lacuna existente nos meios radiofônicos em relação à periodicidade de informações acerca de temas referentes ao cinema nacional e local. O objetivo é fazer com que o público possa ter contato, constantemente, com essa área. A iniciativa é mais uma fonte de conhecimento, já que apresenta os assuntos cinematográficos de maneira dinâmica, proporcionando um conhecimento imediato.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cinema brasileiro; cinema paranaense; radiojornalismo; cultura; sociedade.

### 1. INTRODUÇÃO

O cinema brasileiro passou por fases difíceis, o cinema curitibano está conseguindo seu espaço. Isso, porque a sociedade começou a perceber as realizações próximas a ela. Porém, o conhecimento das pessoas em relação ao meio cinematográfico nacional e local ainda é insuficientemente suprido. Segundo Jean-Claude Bernadet (1991), o cinema brasileiro conquistou seu espaço, depois de um longo período em que os filmes estrangeiros tomaram o seu lugar. As capitais conhecidas pelas grandes produções: São Paulo e Rio de Janeiro conseguiram manter o *status* de geradoras cinematográficas.

No entanto, o cinema curitibano ainda permanece longe deste contato. O grande público da capital paranaense, que está fora do circuito cinematográfico, continua alheio aos acontecimentos e realizações dos cineastas locais. “(...) o cinema curitibano é carente de crítica, cobertura da mídia e política cultural efetiva. Em termos de cultura cinematográfica de classe, uma geração foi formada pela Cinemateca, mas é a única referência evidente” (ALVETTI, 2005). Para isso, o programa “Ondas Cinematográficas” torna-se uma ferramenta de entendimento e conhecimento dos assuntos relacionados ao cinema nacional e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo, modalidade Radiojornal avulso, do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Aluna recém-graduada no Curso de Jornalismo, email: nathalia.jornal@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: luizwitiuk@uol.com.br.



local. O produto em questão apresenta a sétima arte como base de discussões e aprendizado. O rádio, nesse trabalho, é a ponte que visa garantir o alcance da população aos assuntos que envolvem as questões cinematográficas. A acessibilidade desse meio é discorrida por Barbosa Filho. O autor afirma que “a maioria da população tem possibilidade de adquirir um aparelho de rádio. (...) Sendo assim, o rádio está sempre por perto, ao alcance da mão ou do ouvido, atingindo todos, da criança ao idoso” (2003, p. 48).

Embora tenha ocorrido uma considerável mudança no comportamento das pessoas, com relação ao olhar em direção às produções em solo nacional e local, o desconhecimento persiste. Esse fato é confirmado, pois as críticas cinematográficas nos meios de comunicação ainda permanecem fortemente ligadas ao cinema internacional. O nacionalismo e regionalismo são apresentados de maneira esporádica em ocasiões de lançamentos, de modo especial. No veículo radiofônico essa característica também se afirma. Ainda é constante a preferência pelas produções importadas. Com isso, o público passou a criar laços mais resistentes com as criações estrangeiras. De acordo com Sales Gomes:

Os interesses do comércio cinematográfico nacional giram em torno do cinema importado, prosseguindo o mercado atual saturado pelo produto estrangeiro. São obrigados os nossos filmes a enfrentar o desinteresse e, conseqüentemente, má vontade, conseguindo exibição graças apenas ao amparo legal (1996, p. 79).

Contudo, essa proposta reforça que o acesso à cultura é essencial para o desenvolvimento da sociedade, aproximando os ouvintes dos acontecimentos cinematográficos locais e nacionais. Para isso, o programa “Ondas Cinematográficas” apresenta diferentes manifestações do cinema, faz com que o público tenha conhecimento de quem são os profissionais do meio e esclarece a importância das diferentes funções exercidas para a realização de um filme. Além de discutir a situação do meio, no espaço brasileiro e paranaense, criando assim, um elo entre realizadores e público, com duração de 30 minutos.

O rádio permite tratar a informação com profundidade, provando que a palavra pode ser captada e refletida pelo ouvinte. Emilio Prado menciona que o rádio tem mecanismos que podem estimular a percepção crítica:

O rádio como meio informativo pode fazer um papel muito diferente. Além de transmitir o mais rapidamente possível os acontecimentos atuais, pode aumentar a compreensão pública através de *explicação* e *análise*. (...) Assim, frente à brevidade enunciativa da notícia



radiofônica se situa a reportagem, a entrevista, a mesa-redonda, a explicação; em definitivo: *O rádio em profundidade* (PRADO, 1989, p.28).

Com as crises enfrentadas pelo cinema brasileiro, conseqüentemente, ocorreu o esquecimento. Embora tenha sido momentâneo, trouxe com ele resultados significativos. Paralelo a essa questão, o cinema paranaense caminha em direção ao conhecimento do público no que se refere às suas ações, embora ainda passe pela falta de informação a respeito do que o cerca. A Escola Superior Sul Americana de Cinema e TV (CINETVPR), no entanto, faz com que o estudo do cinema, em ensino superior, abra novos caminhos. Com isso, as produções e a viabilidade do cinema ganharam novo impulso. Os alunos que ali estudam trabalham em diferentes produções, desde videoclipes a longas-metragens, fato que evidencia a importância desse espaço. Desde a criação da Cinemateca de Curitiba, importante local da memória cinematográfica curitibana, esteve presente em sua concepção a proposta de realizar filmes e deixá-los ao alcance da população. Assim como em outras salas que buscavam garantir esse acesso. Para Santos:

Estes cinemas podem ser referidos como um trabalho inovador em Curitiba. Primeiro por serem uma experiência pública, quando esta área, tradicionalmente, vinha sendo exclusiva da iniciativa privada. Segundo, pelo fato de a exibição ser aí concebida não como projeção do filme, mas como um projeto cultural (1996, p.26).

Logo, o campo cinematográfico nacional e local também pode ser apreciado de forma crítica e construtiva, com o auxílio do rádio que vai agregar a simplicidade e rapidez ao conhecimento fílmico. Esse fator é caracterizado no título do programa, que tem o propósito de remeter os dois meios: rádio e cinema. O subtítulo “O cinema próximo de você” evidencia a proposta de aproximar os ouvintes às informações fílmicas, por meio dessa particularidade radiofônica.

## **2. OBJETIVO**

Fazer com que as pessoas que estão fora do meio cinematográfico possam ter acesso às informações inerentes a esse campo, por meio de um programa de rádio.

### **2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Apresentar conteúdo cinematográfico com periodicidade;
- Propiciar linguagem de fácil entendimento;



- Aproximar os ouvintes dos acontecimentos cinematográficos nacionais e locais;
- Fazer com que o público tenha o conhecimento de quem são os profissionais do meio cinematográfico;
- Oferecer oportunidade de discussão sobre as propostas filmicas;
- Despertar a percepção crítica dos ouvintes;
- Divulgar a importância das diferentes funções exercidas para a realização de um filme;
- Valorizar ações culturais realizadas em Curitiba;
- Apresentar diferentes manifestações cinematográficas;
- Reforçar que o acesso à cultura é essencial para o desenvolvimento da sociedade.

### 3. JUSTIFICATIVA

Por tratar-se de um programa que transmite e discute as ideias cinematográficas, a escolha da linguagem segue os princípios do radiojornalismo. A facilidade de entendimento do assunto é um dos propósitos, para que todos os ouvintes possam compreender e, com isso, formar suas próprias concepções acerca do tema em questão. Sampaio afirma que “linguagem coloquial no radiojornalismo nada mais é do que a linguagem do cotidiano, isto é, a linguagem oral em oposição à escrita. Sendo essencialmente oral, ela estabelece um certo diálogo mental entre emissor e receptor. (...) Assim sendo, seriedade e objetividade aparecem como normas inflexíveis para o alcance pleno de sua missão” (2008, p 42 - 43).

Dessa forma, ao executar o exercício proposto pelo radiojornalismo, conseqüentemente, o meio se ajusta às discussões estabelecidas pelo produto. Isto, porque o rádio é a ponte que conecta o ouvinte à informação. Kaplún discorre que, “o rádio não é um veículo, mas sim, um instrumento. Sem dúvida, um grande instrumento potencial de educação e cultura populares; e como todo instrumento, exige conhecê-lo, saber manejá-lo, adaptar-se a suas limitações e suas possibilidades. Usar bem o rádio é uma técnica e uma arte” (2008, p.83). O rádio pode aproximar as pessoas ao cinema por meio da imaginação. De acordo com Marshall McLuhan, o ser humano tem três olhos, o outro é o olho auditivo, o ouvido também vê, com isso, pode despertar a imaginação:

O rádio é um meio eminentemente visual. Isso só é possível porque os seres humanos não têm dois olhos, mas três. O ouvido também vê. Aquilo que é bem expressado, o ouvido faz o olho interior ver, esse olho que chamamos de imaginação. Os olhos do rosto podem estar fechados. O terceiro, o da mente, continua bem aberto e espera que os



outros sentidos – especialmente o ouvido – o estimulem (MCLUHAN *apud* VIGIL; 2004, p.36).

A arte cinematográfica pode ser representada por meio das expressões radiofônicas, já que a ligação entre ambas foi estabelecida. De acordo com Manzânek (2011), em Curitiba, o encontro do cinema com o rádio aconteceu durante a década de 1950. A Rádio Difusora Ouro Verde havia sido inaugurada em 1956, e cedia espaço às 10h para a sétima arte, por meio da voz de Hamilton Corrêa. A Rádio Clube Paranaense (Bedois) também transmitia aos ouvintes a sonoridade cinematográfica. “(...) por Souza Moreno (Envar Salomão), que era o ‘Cineac Rádio’, dirigido especialmente para as crianças, no qual, antecipando as apresentações, eram exibidos filmes de curta e longa metragens” (MANZÂNEK, 2011, p.63). O autor descreve que Corrêa<sup>4</sup> havia se dedicado também à radioteleatrização, assim denominada a adaptação dos filmes para o rádio. A junção desses dois meios, no Brasil, fez com que o cinema pudesse fortalecer o rádio e vice-versa, mesmo com a vinda da televisão que culminou em uma gradativa preferência por parte do público pelo novo veículo de comunicação. “O rádio é, portanto, um fator indispensável e inspirador do cinema brasileiro a partir do sonoro, até o momento em que a televisão começa a suplantá-la essa influência, no início dos anos 1960” (SCHVARZMAN, 2006, p.2).

O meio de comunicação que visa estabelecer frente às vontades do receptor deve levar em consideração sua função formadora de opinião. Esse fator está vinculado a constante interação entre ouvinte e o rádio, que mantêm em sua relação a proximidade, já que o meio permite ao público um trabalho em conjunto nas atividades radiofônicas. De acordo com Porchat “o profissional de rádio tem que sempre refletir sobre quanto a população ganhará com a informação. (...) Não pode fazer concessão que resulte em índices de audiência, mas que comprometa a seriedade do jornalismo. A confiança é conquistada ao longo do tempo, mas se perde do dia para a noite” (1993, p. 36). Por isso, se o trabalho não for realizado com cautela, a informação passa sem a devida abordagem, que na essência deveria ser dirigida ao público interessado. “(...) uma emissora de rádio verdadeiramente cidadã precisa privilegiar conteúdos que respondam às necessidades dos ouvintes e provoquem inclusive questionamentos sobre a efetiva participação deles na vida em sociedade” (WITIUK, 2008 p. 209).

---

<sup>4</sup> Hamilton Corrêa era locutor, radioator e também produtor. Além de apresentar vários programas, escrevia o “Teatro de Filmes”, que era a radiofonização de filmes de sucessos que estavam sendo exibidos em Curitiba, com uma hora de duração. (...) o programa apresentava a radioteleatrização de um filme em final de temporada em Curitiba, portanto já visto por muitas pessoas que eram nossos ouvintes (MANZÂNEK, 2011, p. 111).



Logo, o meio radiofônico não se insere no que diz respeito somente à transmissão de informações, a discussão e debate fazem parte da conduta do trabalho do veículo. Razão que o identifica como companheiro dos receptores.

#### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para a produção do programa “Ondas Cinematográficas” foi necessário realizar uma pesquisa de campo e junto às programações de rádio. Isso possibilitou que pudesse haver uma prévia das informações a serem buscadas, além de tomar conhecimento a respeito da interação do público com o cinema. De acordo com a Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná<sup>5</sup> existem, em Curitiba, 30 emissoras de rádio. Em pesquisa realizada em junho de 2011, foi constatado que, duas possuem conteúdo inteiramente jornalístico: a CBN e Band News. Em relação a temas culturais, disponibilizam espaço na área. O cinema, em especial, aparece em eventuais debates e programação para o fim de semana, como é o caso da CBN. A Band News possui coluna especializada que divulga em rede, sinopses de filmes, casuais entrevistas em festivais e agenda cultural. A Paraná Educativa FM apresenta aos ouvintes as músicas dos filmes, por meio do programa “Cinemascope, a maravilhosa música do cinema”, com uma hora de duração, que vai ao ar à meia-noite, às sextas-feiras, fato que limita o número de ouvintes. A Transamérica Light que, embora não tenha conteúdos específicos sobre cinema, expõe comentários às sextas-feiras, durante o programa “Light News”, das 7h às 9h. Já a 91 Rock, apresenta às quintas-feiras, entre às 7h e 9h, críticas e sinopses de filmes, no programa 91 Minutos. Nas outras emissoras radiofônicas é cedido o lugar de agenda cultural ao cinema, além das realizações de sorteios de ingressos para os ganhadores de promoções. Os conteúdos que aprofundam o tema são veiculados, eventualmente. Logo, as emissoras que apresentam conteúdo jornalístico, cedem espaço para o cinema.

Entre as rádios AMs, não há conteúdo direcionado ao cinema, salvo as possíveis agendas culturais. No entanto, a Paraná Educativa AM oferece aos ouvintes o programa intitulado “Rota 630, música brasileira e informação”, com duração de duas horas, de segunda-feira a sexta-feira, das 13h às 15h. Esse programa cede espaço para o cinema, às sextas-feiras, abrangendo as produções estrangeiras, nacionais e locais, porém sem a periodicidade dos temas que cercam os dois últimos focos. Dessa forma, atender às informações sobre o cinema nacional e local são de suma importância, para criar uma

---

<sup>5</sup> [www.aerp.org.br](http://www.aerp.org.br) – acessado em 19.09.2011.



relação entre público e a sétima arte, fato empregado pelo produto, que com periodicidade, apresenta aos ouvintes o meio cinematográfico.

Na pesquisa de campo, foram distribuídos 100 questionários, divididos entre pessoas que estão fora do circuito cinematográfico, de diferentes áreas profissionais, e aquelas que frequentam cineclubes e cursos afins, bem como, profissionais do meio. Essa divisão foi realizada dessa maneira, pois se direciona ao público que o programa quer atingir. As pessoas que estão inseridas no meio cinematográfico, de alguma forma, são um apoio para que seja possível tomar conhecimento do contato dessas com o rádio. Além disso, conferir se o cinema nacional e local são preferências para esse nicho, ou se o internacional vigora. Em relação às pessoas que estão alheias às produções brasileiras e paranaenses, houve a necessidade de saber qual a interação dessas com o cinema e, conseqüentemente, com o meio radiofônico. Até, porque é um novo público, ou seja, conhecê-lo para aproximá-lo dos meios estudados. A pesquisa foi atendida por pessoas entre 17 e 70 anos, homens e mulheres.

De acordo com a pesquisa, foi constatado que os programas com maior audiência são: Light News e 91 minutos, ambos das 7h às 9h. O primeiro aborda o tema às sextas-feiras e o segundo, às quintas-feiras, seguindo a mesma linha, com um crítico comentando sobre filmes de diferentes nacionalidades, sem foco específico. No entanto, nota-se que o cinema nacional e local ainda é carente não apenas de informação a respeito do que acontece no meio, mas também no que se refere às propostas estabelecidas pelos filmes, ou seja, o que buscam discutir. Questão recorrente na pesquisa, já que o cinema paranaense foi considerado desconhecido pela falta de divulgação. Para isso, pretende-se criar o acesso à essa área, por meio do espaço radiofônico, pois possibilita alcance dos ouvintes ao campo cinematográfico.

Com isso, o programa de rádio “Ondas Cinematográficas” foi dividido em três blocos, chegando a 30 minutos, com os intervalos. No primeiro bloco são apresentadas entrevistas; participação de pessoas ligadas ao meio cinematográfico e um quadro denominado “Fica a dica”, em que um profissional do cinema participa relatando brevemente a sinopse de um filme de sua preferência. No segundo bloco o público conta com reportagens, tira-dúvidas como, por exemplo, “O que faz um continuísta?” e um breve quadro intitulado “Em Cena”, em que um ouvinte menciona a sua cena inesquecível. O terceiro bloco é o “Prata da Casa”, reservado para as novidades do cinema paranaense,



produções, entrevistas com cineastas locais e debates. Este nome busca valorizar o que é produzido na capital paranaense e nos arredores.

## 5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

No produto piloto as pautas foram selecionadas de acordo com o quesito novidade e proximidade. A primeira parte traz a opinião do crítico de cinema Carlos Alberto Mattos sobre os filmes brasileiros direcionados a festivais e os que buscam o Oscar. Além do depoimento do preparador de atores, Chico Pennafiel, que expõe o trabalho do ator de cinema, esse trecho do programa apresenta uma sinopse de filme na voz de uma profissional da área, a diretora e produtora Isabelle Mesquita. A novidade desse bloco está relacionada ao Festival de filmes sobre futebol, o CineFoot. Essa característica se estende ao segundo bloco, quando apresentado o In-Edit~Brasil, o festival do documentário musical, que levou à sua terceira edição nomes importantes do cinema nacional e internacional. A valorização das pessoas que trabalham no meio é evidenciada quando é relatada uma das funções mais importantes, o continuísta. Para enriquecer a participação de ouvintes, foi inserido o perfil de Estevão Furtado, o primeiro diretor do cineclube da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Além do estudante Danilo Custódio, que descreveu sua cena inesquecível. As participações mencionadas reforçam a importância do cinema no meio cultural.

A relevância social desse meio foi discorrida por intermédio de dois projetos sociais: Imagens em Movimento e Minha Vila Filmo Eu, do Rio de Janeiro e Curitiba, respectivamente. As reportagens do segundo e terceiro bloco, consecutivamente, estabelecem conexão com a responsabilidade social do rádio e cinema. Ainda no terceiro bloco, denominado “Prata da Casa” foi apresentado um dos autores responsáveis pela bibliografia cinematográfica paranaense, e que embasou parte do trabalho em questão, Francisco Alves dos Santos.

A importância da CINETVPR como pólo paranaense do cinema foi explicitada com a nova geração. Os diretores de “Circular” relatam a respeito da produção, e o reconhecimento que começou a se fortalecer. O quadro conta também com uma reportagem sobre a produção do clipe Oração, d’A Banda Mais Bonita da Cidade, reconhecida por meio desse trabalho, em todo o Brasil.

Outra questão foi a necessidade de separar o cinema brasileiro do paranaense. Embora façam parte do mesmo espaço, foi preciso mencioná-los separadamente, para evidenciar a presença constante do cinema local nas edições do programa “Ondas



Cinematográficas”. Sem essa menção, as produções paranaenses poderiam ser lembradas esporadicamente, sendo um produto sobre cinema brasileiro, somente, sem uma nova proposta de levar ao público o que acontece próximo a ele.

Para compor a plástica do programa foram cedidas as músicas “Aluga-se-Vende”, da banda brasileira Móveis Coloniais de Acaju e “Pseudo Eu”, da curitibana, Banda Gentileza, cujas autorizações foram realizadas via e-mail. Os spots comerciais foram extraídos dos seguintes endereços: <http://www.unicef.org/brazil> e <http://redecomunicadores.mec.gov.br>. Com isso, o produto cumpre a iniciativa de mostrar o que é realizado no Brasil e em solo paranaense.

## 6. CONSIDERAÇÕES

A realização deste trabalho se encerra com a satisfação de que o cinema pode deixar de ser visto como, simplesmente, um entretenimento. Longe de carregar esse único aspecto, esse meio, explora diferentes temas com sua particularidade. Por isso, incomoda o fato de outras pessoas passarem despercebidas em relação ao que acontece em torno do cinema nacional e local. Em conjunto, o rádio persiste como ponto de transmissão de música. A cultura, felizmente, é ressaltada, mas não o suficiente. A programação que apresenta essa vertente é desconhecida, ainda. Mais uma questão a ser discutida, pois a essência do rádio, desde os primórdios, é a informação, aliada sempre com a proximidade. No entanto, essa característica tornou-se secundária, por grande parte dos profissionais do meio radiofônico e, conseqüentemente, por parte da população, que se acostumou com o entretenimento oferecido pelas emissoras.

Assim, no decorrer da produção, houve a necessidade de criar uma ferramenta que possa trabalhar em paralelo ao produto, já que as entrevistas se estenderam. Logo, para não perder o conteúdo, por conta do tempo limitado do programa, foi imprescindível abrir um espaço na internet, para que o público possa, caso surja interesse, continuar o acompanhamento por meio de um endereço eletrônico. O blog [ondascinematograficas.podomatic.com](http://ondascinematograficas.podomatic.com) disponibiliza todas as entrevistas na íntegra. O twitter @OndaCine foi criado como alternativa para manter contato com o público. Essa medida foi uma consequência e, por conseguinte, tornou-se uma solução.

Portanto, para valorizar os aspectos preponderantes do rádio e cinema, a ideia de mesclar essas duas fontes de conhecimento foi vital para preencher a lacuna referente à falta de periodicidade de assuntos relacionados ao cinema nacional e local. Enaltecer as raízes das



propostas de ambos faz com que seja possível levar ao público o conhecimento que faltava. E, a partir disso, dar início a essa conexão.

## REFERÊNCIAS

ALVETTI, Celina. **Cinema no Paraná – Elementos para uma história.** (2005). Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/alvetti-celina-cinema-do-parana.pdf>. Acessado em 5 de agosto de 2010.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos – Os formatos e os programas em áudio.** São Paulo: Paulinas, 2003.

BERNARDET, Jean-Claude. **Cinema Brasileiro: Propostas para uma história.** 2ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 1991.

GOMES, Paulo Emílio Sales. **Trajetória no subdesenvolvimento.** 2ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 1986.

KAPLÚN, Mario. **A natureza do meio: limitações e possibilidades.** In: ZUCULOTO, Valci; MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do Rádio.** Volume 2. Florianópolis: Insular, 2008.

MANZÂNEK, Renato. **Ondas curta e média sem delonga – O rádio que eu ouvi e vivi.** Curitiba: Edição do autor, 2011.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de Radiojornalismo Jovem Pam.** 3ª edição. São Paulo: Editora Ática, 1993.

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica.** Trad. Marco Antonio de Carvalho. 2ª edição. São Paulo: Summus, 1989.

SAMPAIO, Walter. **Teoria e prática do jornalismo no rádio.** In: ZUCULOTO, Valci; MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do Rádio.** Volume 2. Florianópolis: Insular, 2008.

SANTOS, Francisco Alves dos. **Cinema no Paraná – Nova geração.** Boletim informativo da Casa Romário Martins. Curitiba: Fundação Cultural de Curitiba, v. 23, nº 112. jun.1996.

SCHVARZMAN, Sheila. **O Rádio e o Cinema no Brasil nos anos 1930.** (2006). Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1064-1.pdf>. Acessado em 5 de agosto de 2010.

VIGIL, José Ignacio López. **Manual urgente para radialistas apaixonados.** Trad. Maria Luísa Garcia Prada. 2ª edição. São Paulo: Paulinas, 2004.

WITIUK, Luiz. **O som das ruas – Um estudo sobre o radiojornalismo curitibano.** Curitiba: Pós-escrito: Instituto Cultural de Jornalistas do Paraná, 2008.