

## A rádio o norte FM 103,3 e sua estrutura de funcionamento

### *Radio North FM 103.3 and its operating structure*

*Fagno Dallino Rolim<sup>1</sup>; Josias da Silva Fonseca<sup>2</sup>; Allijangela Costa Pereira Rolim<sup>3</sup>; Ana Lúcia Carvalho de Souza<sup>4</sup>*

**RESUMO:** A importância deste trabalho de conclusão de curso preocupa-se em verificar como a postura do comunicador influi no seu desempenho no rádio, tendo a ficar atento em ouvir bem a notícia e saber utilizar a voz para transmiti-la com segurança, enfatizando as técnicas com o que a emissora possui de mais valioso, o ouvinte. Procuraremos mostrar a qualidade e a busca da satisfação e superação das expectativas dos clientes na estrutura da informação radiofônica, desde o rádio em si, passando pela locução, até as novas influências de modernidade no processo informativo. A 103,3 FM foi fundada em 21 de janeiro de 1990 com o intuito de prestar serviços de qualidade a massa amante do rádio vibrante e educativa. O ato de comunicar é sublime. O universo do rádio é fantástico. A vida é uma convivência sonora. A qualidade é essencial. O diálogo não pode ser uma utopia. Mais do que um veículo de comunicação o rádio é arte. É vida. É a alma do Homem transformada em energia de palavras, pensamentos e emoções.

**Palavras chaves:** Comunicação, Emissora de rádio, O Norte FM

**ABSTRACT:** The importance of this course conclusion work is concerned to see how the communicator posture influences the performance on the radio, and stay tuned to hear the news well and know how to use his voice to pass it safely, emphasizing the techniques with which the station has more valuable, the listener. Seek to show the quality and the pursuit of satisfaction and exceeding customer expectations in the radio information structure from the radio itself, through voiceover, until the new modern influences in the information process. The 103.3 FM was founded on January 21, 1990 in order to provide quality services to lover mass of vibrant and educational radio. The act of communicating is sublime. The radio universe is fantastic. Life is a sound coexistence. The quality is essential. Dialogue can not be a utopia. More than a communication vehicle radio is art. it's life. It is the soul of man transformed into energy of words, thoughts and emotions.

**Key words:** Communication, Radio Station, The North FM

\*Autor para correspondência

Recebido para publicação em 23/07/2015; aprovado em 26/10/2015

<sup>1</sup>Administrador efetivo do quadro de servidores do Centro de Formação de Professores (CFP) da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) do Campus de Cajazeiras. Professor titular do Curso de Bacharelado em Administração de Empresas da Faculdade Santa Maria – FSM Cajazeiras/PB. E-mail: dallino@hotmail.com

<sup>2</sup>Professor titular dos cursos de Administração, Serviço Social e Medicina, pela Faculdade Santa Maria, FSM, Cajazeiras-PB, E-mail: josiasmiranda1958@hotmail.com

<sup>3</sup>Professora da disciplina de História na EMEIEF Vicente Felizardo, no Distrito de Felizardo Vieira, Ipaumirim – CE. E-mail: allizangela\_costa\_pereira@hotmail.com

<sup>4</sup>Professora do Curso de Bacharelado em Administração pelo Centro Universitário de João Pessoa - UNIPÊ - João Pessoa-PB

## INTRODUÇÃO

Desde o início de nossa civilização, cada ser humano provia suas próprias necessidades com bens adequados aos interesses e capacidade de acesso. Os caçadores mais hábeis podiam garantir a melhor caça, e os mais hábeis artesãos, os melhores abrigos. De qualquer forma, uns e outros tinham claramente presentes suas necessidades específicas nos atos de caçar ou cozer um agasalho.

Com a expansão das organizações comunitárias em aldeias e vilas e o fomento da divisão do trabalho por especializações, esse panorama não mudou. Os artesões produziam sob encomenda, levando em conta estritamente as necessidades e os desejos de seus clientes. Os agricultores e criadores tinham em vista unicamente as necessidades da comunidade.

Com o advento da produção em massa, os artesãos começaram a ser substituídos por mão-de-obra não especializada, gerando produtos em série para consumidores distantes e não identificados.

Segundo Miranda (1995, p.1) "A indústria, ao longo de muitos anos, controlando a ponta da oferta viria a impor ao consumo suas decisões. O Renascimento veio com o crescimento agressivo da competição entre produtores, forçando um retorno às origens: buscar nas necessidades e nos desejos dos consumidores a inspiração para o desenvolvimento de seus negócios".

A qualidade em sua história contemporânea pode muito bem ser constatada a partir de uma necessidade sentida pelo general Douglas McArthur, comandante supremo das forças aliadas no Japão. Quando os fabricantes japoneses não puderam dar-lhe o que queria, ele solicitou o envio de especialistas norte-americanos que pudessem ensiná-los; em seguida este grupo de especialistas começou a mostrar aos japoneses o gerenciamento de uma empresa manufatureira moderna. A visão da qualidade em si era específica. Era suficiente para a época.

Anos mais tarde W. Edwards Deming, foi convidado para ensinar Controle da Qualidade aos japoneses. Em 1945, as pessoas consideraram a quantidade mais importante.

No fim dos anos 40 e início dos 50, as pessoas tinham, finalmente, algum dinheiro para gastar, e a atenção das indústrias voltava-se então para as demandas do mercado.

Em 1954, Joseph M. Juran abriu o conceito de qualidade para todas as facetas da operação de uma empresa, onde introduziu as idéias do Processo de Melhoria da Qualidade e Gestão da Qualidade Total.

Segundo Cerqueira (1994, p.14) "A maneira mais simples de falar sobre Qualidade é conceituá-la como o conjunto de todas as ações ou atividades desenvolvidas numa organização, para que ela atenda às expectativas de seus clientes ou supere-as"

Ela apresenta dois significados: o atributo, que é a característica de um produto e a gestão, que é o modo de organização de uma empresa.

No entanto, a qualidade pode referir-se a adequação ao uso e ausência de defeitos. "As organizações precisam gerar produtos e serviços em

condições de satisfazer as demandas dos usuários finais (consumidores), sob todos os aspectos. A expressão "bom, bonito e barato" reflete sem dúvida essa necessidade". (Miranda. Opus Citatum, p. 4)

Um produto ou serviço de qualidade é aquele que atende perfeitamente, de forma confiável, acessível, segura e no tempo certo, às necessidades do cliente. Isto envolve termos como baixo custo, segurança do cliente, um projeto perfeito e entrega no prazo certo, no local certo e na quantidade certa, sem correr riscos no que se trata a defeitos.

Segundo Carvalho (1998, p.12), "A gestão pela Qualidade total apresenta alguns princípios. O primeiro é a satisfação do cliente, pois o mesmo é sempre em primeiro lugar; em seguida a gerência Participativa, que é a busca de convergência de idéias e valores. Um outro princípio é o Desenvolvimento do Potencial humano, pois o maior patrimônio das organizações é o ser humano. A constância de propósitos fala de determinação, repetição e esforço na implementação da GQT. A melhoria contínua diz que nada é tão perfeito que não possa ser melhorado."

Depois vem a Gerência de processos, ou seja, a integração e sinergia entre as várias áreas, como clientes internos. A Delegação, que é transmitir responsabilidades e tarefas às pessoas certas. O oitavo princípio é a Disseminação de Informações, que é a frequência e transparência no fluxo de informações. A garantia da qualidade, ou seja, sistematizar os processos para obter mais confiabilidade e o último, o zero erro, que parte do princípio de fazer o certo, do jeito certo, da primeira vez, sempre.

## ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO DE UMA RÁDIO FM

Segundo PORCHAT (1986, p.178), "FREQUÊNCIA MODULADA (FM) é o sistema de transmissão em que a ondaportadora na faixa de 88 a 108 MHz é modulada em frequência, ou seja, a moduladora, que é a informação na faixa de audiofrequência, altera a frequência central da emissora em função da sua intensidade e de sua frequência".

O processo em FM é submetido a menor incidência de ruído e lhe é inerente uma faixa mais ampla de reprodução do áudio, o que lhe dá maior fidelidade de resposta.

No FM a transmissão da notícia, por exemplo, é encarada como um apêndice da programação, pois a característica fundamental é a transmissão de músicas e entretenimento. A Frequência Modulada (FM), geralmente apenas cumpre a lei no que diz respeito aos programas jornalísticos.

Na transmissão de qualquer programação as emissoras na FM deverão ter um mínimo de condições para a execução de seus trabalhos. Deverão ter: equipamentos, profissionais e condições de acesso às fontes de informação.

Com relação aos equipamentos, há uma grande necessidade que exista um farto material à disposição, para que os profissionais possam executar com qualidade suas funções de transmitir a programação. Na FM não existe a necessidade de maiores recursos do que os

necessários para a transmissão de qualquer programa. Como a FM basicamente consiste em transmitir músicas entremeadas com entretenimento dos locutores, é necessário que possua um farto material em discos em sua programação. A música é a principal matéria-prima, fazendo-se necessário que se mantenha uma discoteca atualizada com lançamentos nacionais, internacionais e "flash-backs" (músicas do passado), todas bem catalogadas a fim de facilitar o trabalho dos programadores. A característica da notícia na Freqüência Modulada (FM) possui um perfil solto e descontraído na maioria das vezes, entrando com boletins a cada uma hora.

Quanto aos estúdios, eles devem estar sob constante manutenção, pois funcionam as 24 horas do dia e necessitam de cuidados permanentes, assim como a constante atualização de sua tecnologia. Sendo assim, a emissora reflete estes cuidados em sua audiência.

"Não são todas as emissoras que dispõem de equipamentos de informática em seus trabalhos, pois o computador é largamente usado pelos programadores musicais, a fim de que a programação não seja repetitiva, mas sim equilibrada". (CÉZAR. 1991, p.61)

Varia de uma emissora para outra o número e a especialização dos profissionais necessários para fazer a tarefa de transmitir a programação. Com relação à transmissão em si, a presença dos profissionais da área técnica, como operadores de áudio e técnicos de manutenção, é indispensável. O quadro de profissionais na FM é bem mais reduzido, devido a grande complexidade funcional na transmissão de programas jornalístico. De maneira geral, seguem as funções que podem ser encontradas dentro de uma emissora de rádio FM.

O Setorista, que trabalha em local fixo, onde costuma acontecer fatos que sejam notícias; o Rádio Escuta, que tem por atribuição, como o próprio nome já diz, ouvir as outras emissoras para saber o que elas estão programando ou noticiando; o Redator, onde sua principal função é redigir textos para serem levados ao ar; o Editor de Reportagem que tem por função selecionar, revisar e montar as matérias de sua editoria; o Editor-Chefe é o responsável por toda a linha editorial adotada pela emissora de rádio. Tem sob sua orientação o trabalho dos redatores; o Chefe de reportagem tem função importante dentro do departamento de jornalismo da rádio. Ele vai determinar as matérias a serem cobertas por sua equipe de reportagem externa; o Pauteiro seleciona assuntos que poderão gerar reportagens; o Repórter é responsável pela cobertura da notícia, deslocando-se até o acontecimento. Coleta informações, grava entrevistas, anota depoimentos e elabora a mensagem informativa.

Podemos enfatizar o conhecido locutor. A ele cabe a leitura dos textos preparados pela redação ou então a apresentação e comentários de um programa. Muita responsabilidade está em seu trabalho, pois através dele existe um grande fator: a credibilidade por parte do ouvinte. O comentarista é o profissional de comunicação, especializado em determinado assunto dentro do esquema editorial da emissora; o Apresentador é o profissional da locução que segue um perfil próprio em sua programação.

Comunicar-se de maneira equilibrada e criativa é fundamental para o sucesso de seu trabalho; o Produtor é quem elabora todas as programações da emissora, quando pequena; quando de maior porte, divide-se conforme as programações, tanto geral como específica; o programador musical faz a programação musical da emissora. Basicamente, os programadores trabalham em estreita ligação com o coordenador artístico, seguindo suas orientações quanto ao que tocar ou não.

Em se tratando do promocional, é o departamento dentro da rádio mais ligado ao público ouvinte. Promoções quando bem idealizadas aumentam a audiência e a popularidade da rádio; o Coordenador Artístico geralmente é o profissional que contrata o time de locução de uma emissora, promove eventos e define o estilo de programação musical, juntamente com o perfil escolhido pelos diretores da rádio. Tem a responsabilidade de produzir e redigir textos comerciais, bem como sonorizá-los e dirigir a gravação dos mesmos, junto ao locutor em estúdio.

#### DEVERES E OBRIGAÇÕES DE UM LOCUTOR ANTES DE FALAR

Não existem fórmulas mágicas para se formar um bom locutor. Existem recursos que, quando bem aproveitados, facilitam na formação de profissionais de locução. Estes recursos podem se dividir de duas maneiras: para os locutores iniciantes e para os que já atuam profissionalmente. O iniciante, antes de se tornar um bom locutor, precisa ser um bom ouvinte de rádio. Deve acompanhar tudo o que estiver acontecendo no meio, através de colunas de rádio nos jornais e revistas, sabendo identificar-se com elas.

"Em outras palavras digo o seguinte: uma emissora de rádio possui um segmento próprio, assumindo um tipo de programação dentro de suas 24 horas, tocando um determinado estilo de música, como rock, samba, música popular brasileira, seleção variada. Você deve identificar-se com o gênero preferido e imaginar-se como locutor do mesmo". (CÉZAR. Opus Citatum, p. 81)

Quanto aos que já possuem experiência ao microfone, além de ser muito importante estar bem informado sobre o que acontece junto ao meio, é necessário ter a imagem de bom profissional, não apenas junto aos ouvintes, mas também junto ao mercado de trabalho, pois hoje você está trabalhando na emissora A e amanhã poderá estar na emissora B. O "profissionalismo", termo muito usado entre os radialistas, começa quando você se prepara para entrar no ar até quando deixa o estúdio após seu horário para o locutor que virá substituí-lo. Cuidados devem ser tomados, tais como: cartuchos e equipamentos de trabalho em seus devidos lugares. É desagradável para um locutor substituir seu colega que deixou o estúdio de "pernas para o ar", ou seja, roteiro comercial, programação e livro de ocorrências fora de seus lugares, assim como cartuchos ou cassetes (quando houver casseteria em lugar da convencional cartucheira)

de comerciais, vinhetas ou músicas da programação misturadas entre si. O locutor deve criar um clima de organização e segurança para o que vai substituí-lo, separando a programação musical de primeira hora, comerciais do primeiro módulo, textos ou noticiários a serem lidos, bem como alterações dentro do horário. Quando estiver no ar nunca esquecer do que lhe é pedido pela coordenação artística, quanto à plástica da emissora e coisas a serem ditas no ar.

Segundo CÉZAR (opus Citatum, p. 82), "Procure não inventar coisas muito diferentes que fujam ao padrão de locução da emissora, para não prejudicar seu trabalho. Agora se você tiver abertura para isto, seja criativo e original".

Siga à risca a programação musical do seu programador. Ele gasta horas produzindo o seu horário e deve ser respeitado por isto.

## O LOCUTOR E O MICROFONE

Alguns anos atrás os microfones não possuíam a tecnologia dos de hoje. Com o desenvolvimento dos atuais, temos condições de ampliar a voz humana a extraordinários limites. A voz passou a ser mais bem detectada, ganhando um colorido todo especial. "Da mesma forma que a voz passou a ser amplificada, com a nova tecnologia surgiram também alguns requisitos básicos a serem observados pelos locutores quanto à sua utilização com qualidade". (CÉZAR. Opus Citatum, p.83).

Antes de usar um microfone, deve-se testá-lo junto ao equipamento. "Coloque a chave do microfone ou o canal em que ele está acoplado à mesa em áudio, e teste-o de forma a saber se está com o funcionamento normal. Via de regra sempre faça o teste antes de entrar no ar". (CEZAR. Opus Citatum, p.84).

Posicione o microfone de forma correta junto a você. Os microfones são acoplados às "girafas", ou seja, a pedestais metálicos, reguláveis na altura e na distância. Certifique-se de que o microfone esteja desligado e regule-o de forma a ficar em distância e a altura compatível ao seu trabalho. Mantenha a distância correta. Conforme o microfone, variam-se as distâncias. Existem microfones mais sensíveis, que devem ficar a pelo menos 1 metro de distância do locutor, devido sua multidireção de captação sonora. É o chamado microfone multidirecional. Os de marcas conhecidas, como o Shure, Lesson e outros de semelhantes características são chamados de unidirecionais, por captarem os sons da voz com qualidade, somente na posição frontal e, neste caso, devem ficar a uma distância de 10 a 20 cm do locutor, pois, do contrário, em distância muito próxima provocaria os famosos "puffs" no ar, que nada mais são do que a saturação na capacidade de captação do mesmo.

O mau funcionamento do microfone deve ser observado. Se o microfone começar a funcionar mal, não vacile em substituí-lo por outro. Normalmente o mau funcionamento do equipamento se dá pelo desgaste do material, por quedas e fortes batidas no mesmo e ainda por mau contato dos cabos e conectores do microfone junto à mesa. A respiração é um cuidado que deve ser esclarecido, pois o microfone vai captá-la e amplificá-la. Uma das coisas que mais demonstram que um locutor é iniciante é a forma pela qual são feitas as tomadas de ar antes de se

falar. O microfone amplifica os sibilados da voz e os ruídos provocados pela boca. É extremamente desagradável ouvirmos alguns tipos de ruídos provocados pela língua, dentro da boca, durante a locução. Não dê apertes próximo ao microfone, a sua fala será captada e amplificada.

"Muitas vezes o microfone é deixado aberto no ar, por esquecimento ou propositalmente, quando na passagem rápida de um segmento a outro do programa, como locutores de FM, que falam e operam ao mesmo tempo. Neste momento devem cuidar para não provocar sons detectáveis junto a ele, tais como: 'úfa', 'Que calor', 'Vá mais pra lá', etc." (CÉZAR. Opus Citatum, p. 85)

Um outro enfoque seria, se estiver lendo não vire as folhas diante do microfone. Vire-as fora de seu âmbito de alcance. Procure dispor de forma ordenada as folhas dos noticiários ou da programação. Desta forma, quando você entrar no ar não correrá o risco de perder-se diante delas.

## O LOCUTOR E O OUVINTE

Você deve se identificar com o ouvinte e não o ouvinte se identificar com você. Diante desta colocação, talvez um pouco contraditória à primeira vista, existe a necessidade de você ser interessante agradável no ar, pois são milhares de ouvintes a presenciarem a sua forma de se comunicar. Fale sempre com um ouvinte em particular e não com o conjunto de ouvintes. Ele se sentirá um amigo, o que é fundamental para quem houve rádio. "O ser humano, pela sua própria necessidade de se agrupar, procura se identificar com todas as coisas que o rodeiam e ao mesmo tempo se sentir identificados por elas". (PORCHAT. 1986, p. 70)

Seja simples, sincero e acessível. Procure ser mais específico, resista à tentação de exibir seus conhecimentos a respeito de alguns assuntos de forma difícil e cheio de termos técnicos. O ouvinte gosta de entender o que você está falando. Respeite a inteligência do ouvinte, falando-lhe com cortesia e consideração.

Tome conhecimento de tudo o que estiver acontecendo na emissora, quanto a promoções a serem realizadas no ar, bem como toda e qualquer alteração dentro da programação. Certifique-se de que todo equipamento esteja funcionando normalmente. Confira a programação musical, o roteiro comercial e o livro de ocorrências do horário.

Segundo Porchat (opus Citatum, p. 77), "Ao ler o noticiário observe os seguintes detalhes: fique atento aos sinais do operador, quando houver, é dele que sai o comando técnico. Interprete corretamente o texto, para não correr o risco de ser alegre em notícias tristes, ou vice-versa. O tom precisa ser convincente, de quem acredita no que está falando. Pronuncie bem as palavras, não esquecendo os finais com 'S' ou com 'R'. Articule bem o final das frases e realce as frases finais do texto. Não deixe qualquer ruído atrapalhar a audição do ouvinte.

Evite tossir, pigarrear, espirrar ou bater com o lápis ou caneta na mesa. Se acontecer, aja com naturalidade”.

Poderíamos colocar a respeito do noticiário, que o locutor leia o texto previamente, com uma caneta na mão. Verifique se o redator marcou as pausas adequadamente e sublinhou as palavras que devem ser destacadas. Se ele não fez, faça, e depois, cobre.

Verifique também se há no texto instruções sobre a pronúncia de palavras estrangeiras. Qualquer dúvida sobre pronúncia deve ser esclarecida com antecedência.

Quando estiver comandando a programação no ar, não se esqueça das regras fundamentais de sincronia e criatividade. O jogo bem elaborado, entre as vinhetas e viradas de uma música para outra, traz à sua locução um colorido todo especial. Procure evitar a falta de concentração no seu trabalho fazendo outras coisas ao mesmo tempo, isto provoca erros.

Na frequência modulada é importante a concentração para a execução perfeita da operação da mesa. A postura também é muito importante, ela revela respeito à programação e ao ouvinte. Deve-se usar também a mão e o braço, pois os gestos ajudam a expressão oral. Deve-se ainda ler qualquer texto naturalmente, como se estivesse falando de improviso.

A voz é o instrumento de trabalho do locutor e através dela muitos conseguem criar uma magia em volta de si. Uma bela voz não é aquela, tão somente, grave e aveludada; precisa-se ainda de uma boa dicção, articulação e interpretação a tudo que se fala ao microfone.

Existem alguns cuidados para se manter um bom padrão vocal.

“Evite tomar líquidos gelados. Gargarejos diários com água morna, acompanhados de meio copo de suco de limão pela manhã, agem como preventivos das infecções de garganta, excessivamente prejudiciais ao locutor. Se você fuma, saiba que o cigarro é um dos grandes inimigos de sua voz”. (CÉZAR. Opus Citatum, p.86)

A comunicação pelo rádio é rápida e objetiva. Sendo assim, o locutor conta com a sua voz, com as músicas e com os efeitos sonoros para se comunicar. Os efeitos são registrados por uma infinidade de vinhetas e montagens realizadas pela produção técnica da emissora.

O resto fica a cargo do talento de cada profissional, sem deixar de contar com a boa elaboração na produção musical de uma programação.

No que se refere a essa fantástica máquina de comunicação, precisamos conhecer alguns elementos importantes em sua estrutura informativa, que são: a notícia, a entrevista, a improvisação, o vocabulário, o conteúdo, a sonoplastia, e por fim, as vinhetas.

Em toda notícia existem três elementos significativos: um fato que implica alguns gêneros de ação; uma informação de onde se descreve ou relata a ação em termos compreensíveis; e um público ao qual se dirige essas notícias através dos meios de comunicação.

Ao falar sem preparação prévia, deve-se conhecer muito bem o assunto. A improvisação deve seguir duas formas: a produzida e a espontânea. Existem

momentos durante uma programação, em que você improvisa um determinado efeito sonoro ou vinheta para que provoque um resultado positivo no momento certo. A sobreposição da mesma música, tocada ao mesmo tempo, em pick-ups diferentes, causa um efeito muito bonito no ar, quando feito com equilíbrio e na batida de atraso certa. Este efeito de improviso chamamos de Feiser. O mesmo pode ser feito com duas músicas diferentes, mas com batidas semelhantes, mixando vagarosamente uma sobre a outra, dando a impressão que a música posterior faz parte da anterior. A este tipo de improvisação chamamos de "produzidas". Aquelas que surgem de um lapso do momento, obrigando você a falar, para que a programação não perca a sua continuidade, chamamos de improvisação natural ou espontânea. É neste momento que o locutor deve falar a coisa certa no momento certo.

O improviso espontâneo é aquele que vem com o tempo, com a experiência de trabalho. "Procure imaginar-se nas mais variadas situações de improviso e como se sairia delas. Guarde-os em sua mente e no momento em que necessitar elas virão instantaneamente". (CÉZAR. Opus Citatum, p.76).

Uma palavra bem aplicada pode economizar muito de quem fala e de quem ouve. O vocabulário adequado é um pré-requisito dentro do círculo da comunicação.

O que for falado ao microfone deve ser de forma rica e inteligível e usando palavras adequadas e lógicas, sempre respeitando o conhecimento do ouvinte. "Evite expressões muito complicadas, seja acessível e claro". (CÉZAR. Opus Citatum, p.74)

Deve-se saber a mensagem principal e expressá-la sugestivamente. Mantenha-se sempre bem informado sobre os acontecimentos do dia-a-dia. Assuntos de política, esportes, economia e atualidades são aqueles que mais interessam ao público. Demonstre conhecimento quando der uma notícia e procure fazer um breve comentário, com lógica e conteúdo, quando isso lhe for permitido. Evite as conhecidas "abobrinhas" sem lógica nenhuma, pois desvalorizam seu trabalho. Existem comentários muitas vezes utilizados pelos locutores, principalmente na frequência modulada, carregados de ironia e crítica construtiva. "Se for permitido, utilize-os nos momentos certos porque ganharão graça e apreciação dos ouvintes". (CÉZAR. Opus Citatum, p.75)

O som é a vibração do ar perceptível pelo ouvido. Os sons audíveis estendem-se de 16 a 16.000 Hz. "As frequências inferiores a 16 Hz são os infra-sons e as superiores a 16.000 Hz são ultra-sons. A velocidade de propagação do som no ar é de 330 metros por segundo". (PORCHAT. Opus Citatum, p.64)

A sonoplastia é o estudo, seleção e aplicação de recursos sonoros, gravados ou ao vivo, necessários à elaboração de um programa radiofônico. O som tem vários efeitos sobre a sensorialidade do indivíduo.

No rádio, o som é a expressão da palavra, das músicas, dos efeitos, das montagens, das mixagens, das linguagens, etc.

As principais inserções sonoras são: música, característica, cortina, vinheta, fundo musical, passagens entre inserções sonoras(fusão) e sobreposição.

Para uma perfeita edição de entrevistas gravadas, é necessário identificar com clareza o início e o fim da

inserção. Para isso, devemos usar períodos com sujeito, verbo e complemento, e indicar, ainda, o meio físico em que a gravação foi registrada (fita cassete, rolo, MD, etc.), deixando claro também as emendas necessárias para uma correta edição do material.

As vinhetas associam o texto à música. Em geral é uma frase musical, com ou sem texto, gravada com antecedência. Identifica a emissora, um apresentador ou um programa e, até mesmo, o patrocinador de uma transmissão.

Redobre os cuidados na locução das vinhetas. Elas são marcas da emissora. O cuidado com a pronúncia de palavras estrangeiras nas vinhetas deve ser ainda maior. As vinhetas devem ser feitas exclusivamente por locutores facilmente identificáveis.

Ao colocar um ruído numa vinheta, este precisa ser característico. Do contrário, será interferência e não ilustração. "As vinhetas não devem usar trechos de músicas que lembrem outro programa. Procure ser original". (PORCHAT. Opus Citatum, p.81)

Não irei falar de Liberdade Individual, de Liberdade de Imprensa, de Liberdade de Informação, de Direito à Informação, de Controle de Notícias, quando apenas cinco agências internacionais controlam todo circuito mundial de notícias. Esse Departamento é jurídico. Interessa-nos, neste momento, outro departamento: o da Radiodifusão cuja função basilar é: divertir, educar, orientar e ensinar.

Chegar primeiro e mais rápido. Ir mais longe. Estar em toda parte. Marcas ainda não suplantadas por outros veículos de comunicação. Difícil entender, mas no Brasil, são mais de setenta anos de rádio e ainda temos centenas de emissoras que continuam a fazer a não comunicação. Umas, apresentando programações medíocres; outras como simples canais distribuidores de notícias.

Segundo Porchat (opus Citatum, p.36),

"Como um veículo limitado ao som, temos que repensar outras formas de trabalhar e transmitir o rádio. Sair das amarras do áudio e buscar o conhecimento, a informação e a cultura, eis a questão. Embora a comunicação seja uma necessidade básica na vida de todos nós, estamos fartos de mensagens vazias. A grande e sublime missão do rádio é a valorização do ser humano e a conscientização da humanidade na construção de um discurso para um mundo melhor".

Impossível ficar atados a velhas fórmulas. Precisamos fazer um radialismo com modernidade, com qualidade, sob o signo da invenção. Um rádio com estilo, sem perder tempo com matérias inúteis. Um rádio com muita tecnologia, mas sem prejudicar a qualificação humana. Um rádio mais sério e que faça o povo pensar. Interativo: receptor e transmissor de cultura. Útil à educação. Dinamizador das transformações sociais. Participativo. Para isso, lutemos contra o conformismo. Busquemos obsessivamente o conhecimento. O radialista

deverá ter como meta um excelente desempenho nas suas atividades, afinal ele é um instrumento na grande função social do rádio.

O homem do rádio tem uma nobre missão: comunicar-se, conquistar corações, mexer com a emoção das pessoas. Dar o melhor de si na programação. Mais do que nunca, compete-lhe, como artista da audição e da expressividade, impor a sua marca de trabalho, o seu estilo. Se tem algo a dizer, que o diga com alegria e afetividade. Fale o texto com vontade. Leia com paixão. Transmita o fato com vida. Analise bem a importância da recepção no relacionamento humano.

A função maior do comunicador é, portanto, o prazer do ouvinte. Sem emoção não há comunicação. Não há audiência. Sem audiência, teremos duas falências: a auditiva e a financeira. Não há como fugir dessa realidade. Rádio é sobretudo alma e sentimento. A linguagem radiofônica está, portanto, no sensível. A ausência do diálogo frustra a recepção. Fazer locução é provocar emoções, é atingir o público. A criatividade é a energia que alimenta a alma do ouvinte.

"Deve ao homem de comunicação somar sons, ritmos, palavras, vozes e transformá-las em energia humana. Sondar as pessoas nas suas vontades, desejos, mistérios e confissões. Afinal, o rádio está na vida de todos nós: no intercâmbio de informações, no texto lido com emoção, na palavra dita com afeto na voz gostosa do comunicador e no reconhecimento da audiência". (PORCHAT. Opus Citatum, p.38)

A audiência é recepção imediata, é a reação cognitiva do aprazível à alma e aos ouvidos. É empatia ao trabalho realizado com competência. É o prêmio maior da credibilidade.

O radialista deverá falar sempre com substantivos. O microfone é tão somente um instrumento de trabalho. As suas palavras são a sua referência. A voz é a sua identidade. A pauta é o agora. O texto, a vida. A linguagem, os signos. Rádio é praticidade. É o imediato. É a improvisação.

Com o rádio é praticamente audição e os recursos são poucos, o radialista terá que suprir a falta de imagens pela emoção, pela entonação das palavras ou pelo ritmo da fala. A linguagem falada é mais dinâmica e mais forte que a visual. Cabe ao comunicador não ocupar o tempo de rádio com conversas vazias. Entendo que o radialista fuja da normalidade gramatical e se liberte de toda a tradição lingüística. Que a sua frase, no entanto, não seja caótica e que respeite as palavras. Não há nada mais agradável ao ouvido que o vocábulo proferido com entonação, ritmo emusicalidade. Persistir na pobreza de linguagem é pura omissão. É não querer buscar a criatividade. Dinamismo, ousadia, expectativa e diversidade são elementos indispensáveis no processo comunicativo.

Segundo Porchat (opus Citatum, p.41).

"O homem, como centro criador e receptor de toda atividade humana, espera

deste milênio um radialismo que veicule o útil à sociedade. Não há como suportar tanta mediocridade. A função do rádio terá que ser reveladora e não alienante. O maior veículo de comunicação de massa pede passagem para os próximos anos, não como o reino encantado de sonhos e fantasias dos anos 50, mas como uma grande janela aberta para liberdade de criação e expressão. Estamos imersos no universo da INTERNET. Vivemos a revolução digital, mas o rádio continua com a mesma magia. Velho companheiro nas horas de tristeza e alegria; no trabalho, no automóvel, na rua, no amor e na vida. Rádio, sempre rádio”.

## **A RÁDIO O NORTE FM: HISTÓRICO**

A 103,3 FM foi fundada em 21 de janeiro de 1990 com o intuito de prestar serviços de qualidade a massa amante do rádio vibrante e educativa. Do início da década de 90 para cá, a empresa passou por diversas transformações. Foi passando de estilos musicais como dance, pop, a MPB, regional, o popular, forró, para se concentrar em apenas três estilos distintos: a MPB, o regionalismo como forró e o sertanejo. A empresa teve que se adequar às novas faces dos negócios em radiodifusão. Começou a transmitir aos profissionais que o importante para se manter uma rádio no ar é tocar a música que o ouvinte gosta e quer, e não ficar centrado em sua individualidade. A 103,3 propôs durante toda a década passada a levar a rádio imparcial e dinâmica, para oferecer o que tem de melhor em tecnologia de qualidade técnica e humana por toda João Pessoa e cidades circunvizinhas. A empresa vem desde a sua fundação investindo em qualidade, desde o seu transmissor, aos seus funcionários mais simples. Chegando em 2001, a empresa formalizou o seu padrão de serviços da seguinte maneira: O PERFIL - Programação popular (entrevistas, participação dos ouvintes por telefone, cartas, reclamações, denúncias, prestação de serviços, músicas, etc.); ABRANGÊNCIA - Capital paraibana e todas as cidades circunvizinhas, do litoral ao brejo; PÚBLICO ALVO - Jornalístico: 25 + Musical: 15 + SEXO: Jornalístico: Masculino: 60% e Feminino 40%; Musical: Masculino 45% e Feminino 55%. PERFIL DO OUVINTE: Jornalístico: AB – Musical: BCD; Sinal - Convencional; Prefixo - ZYC 982 103,3 MHz - Rádio O Norte FM, É só alegria! Potência - 1,5 KW. Com informação que já está em tramitação o processo autorizando o aumento da potência, e a PROGRAMAÇÃO - Local e Satélite.

### **RAZÃO SOCIAL**

Rádio FM O NORTE LTDA.

Nome fantasia: 103,3 FM O NORTE.

### **ENDEREÇO**

Avenida Dom Pedro II, 899

Centro, João Pessoa - Paraíba

PABX: (0xx83) 241-2053 / Fax: (0xx83) 241-7074

C.G.C.: 10.749.430/0001-64

A 103,3 FM possui em seu quadro 26 funcionários no total. A rádio possui nove funcionários diretos. Um Superintendente que também executa a mesma função lateralmente na TV O Norte Canal 10 e no Jornal O Norte. Um Diretor Administrativo/Financeiro que também ocupa lugar nas outras duas empresas. Um Diretor Comercial; um Tesoureiro; seis funcionários no Departamento Financeiro; um Contador; três de Relações Humanas, no Departamento Pessoal; um na Técnica; um nos Serviços Gerais e um funcionário em Operações Comerciais (OPEC).

A empresa tem em seu quadro 10 profissionais terceirizados, sendo sete deles locutores, e três operadores. Os locutores compram horários na programação. Os Diretores atuam respectivamente em duas emissoras em Campina Grande, que fazem parte do sistema O NORTE de rádio; a Cariri FM e a Borborema FM.

## **PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS**

A empresa possui em seu quadro de funcionários profissionais com nível médio completo e incompleto, nível técnico, superior e com pós-graduação. Possui em seu quadro de locutores funcionários com segundo grau completo e incompleto. Há bacharéis em Ciência Contábeis, Administração de Empresas, Direito, Publicidade e Propaganda, em Economia, com pós-graduação em Economia Brasileira. Há também bacharéis em Comunicação Social, com habilitação em jornalismo e radialismo. Também há técnicos em eletrônica, eletrotécnica e também em radiodifusão com formação técnica pela UFPE.

## **PRODUTOS E SERVIÇOS**

A rádio possui dois clientes: O Ouvinte e o Anunciante. O ouvinte consome o produto e o anunciante consome o serviço. O produto tem que ser de boa qualidade (capacitação de locutores e equipamentos), inovador (promoções), e um padrão, ou seja, definir um público alvo a ser atingido. O serviço tem de ser de boa qualidade (Atendimento de venda e pós-venda), e que atinja as necessidades do cliente (maior número possível de audiência no público alvo a ser atingido pelo cliente).

## **A ESTRUTURA DA INFORMAÇÃO RADIOFÔNICA, NA RÁDIO O NORTE FM 103,3**

A O Norte FM vem tornando-se a melhor opção em capacidade comunicativa de todo o litoral paraibano. A contratação de novos profissionais, a criação de novos programas e a compra de novos equipamentos credencia a empresa em forte presença de qualidade no comparativo com outras estações.

Na estação, as vinhetas e comerciais entram da porta de informação para o controle-remoto e depois irão acoplar no MD (Mini Disk), jogando imediatamente no ar. A 103,3 possui uma mesa de controle moderna, de várias fases de função, como a transferência do ouvinte para o ar e também as conexões de estúdio para plantões extras em qualquer local. Há no estúdio um distribuidor de áudio. Esse equipamento serve para receber linhas de transmissões como jogos de futebol, a voz do Brasil,

política, vindo então para a mesa de controle, onde o operador põe no ar. Na mesa há aberturas de canais para os microfones no estúdio e ramais para as outras duas salas.

Há na empresa, no estúdio, ao lado da cadeira do locutor, um amplificador de chamadas telefônicas no canal 6 da mesma que leva ao ar. É utilizado em flashes políticos, notícias de última hora ou mesmo em brincadeiras com o ouvinte no ar. É um equipamento de alta qualidade que descarta a possibilidade de malefícios na sonorização, que porventura venha a acontecer na emissora.

A programação musical é toda informatizada. Antes de tudo, a telefonista anota os pedidos musicais e depois passa ao programador, seguindo ao locutor finalmente. Para manter uma qualidade musical, o programador altera as músicas da programação e escolhe canções que estão em evidência, sem mudá-las, mas alterando-as.

Na discoteca, a 103,3 faz a distinção dos estilos musicais através de códigos, evidenciando as letras iniciais desses estilos, para melhor identificação, facilitando o trabalho dos locutores e operadores. A rádio possui entre CD's e vinis mais de 1000 títulos musicais em seus arquivos

A emissora possui um moderno transmissor, com um conjunto de módulos, onde cada módulo tem uma função específica, desde equalizadores, processadores de áudio, moduladores, até o módulo de potência. Esse transmissor recebe um sinal de áudio já filtrado e equalizado para poder efetuar a transmissão do sinal para a FM. O sinal vem para o distribuidor de áudio, sobe ao transmissor e depois volta para a FM.

A 103,3 possui alguns programas de destaque: o Rádio Repórter (jornalístico); o Radar 103; o programa do Bodão (via satélite), de grande aceitabilidade pelos ouvintes; o Ponto de Vista (jornalístico); Fim de Semana; Festa de Arromba, com Marcos Brito (programa eleito como um dos cinco melhores do estado em concurso feito pelo Baile dos Artistas no Iate Clube da Paraíba); e o Pressão 103 com Lima Souto, com informações, prêmios, muita música e participação direta com os ouvintes. Dentro do Pressão 103, das 14:00 as 15:00 horas, a rádio criou um programa chamado PROGRAMADORES da 103, com músicas pedidas pelos ouvintes no ar, tocadas imediatamente na programação normal, sem planejamento. Uma inovação que intensificava a interação do ouvinte com a rádio. (Programação. Anexo II)

A emissora faz promoção de shows com artistas renomados nacionalmente e patrocina blocos carnavalescos. A empresa faz cobertura de partidas importantes de futebol, como também, de carnavais fora de época. Em 2001 a FM fará o maior show de forró da Paraíba. Cobrirá as principais festas juninas do Estado, de João Pessoa a Cajazeiras, mandando flashes para outras emissoras pelo estado, dentro de seu próprio estúdio, onde deixará uma gama de ouvintes antenados com o que de melhor acontecer. Deixará os empresários à vontade para fazerem seus negócios com o evento, que abrirá mais ainda espaço para suas marcas. A 103 apresentará os ouvintes com prêmios durante toda a programação.

A estação tem criatividade de usar a popularidade de seus programas em oportunidades de brindes para o

público. Como na Festa de Arromba, onde no ano passado aconteceu o sorteio de 43 CD's do rei Roberto Carlos, na promoção que teve a parceria com o Jornal O NORTE. Cerca de 20.000 cupons foram mandados para a rádio. A rádio faz no final de maio a promoção Festa de Arromba, com 15 títulos de 15 artistas distintos da Jovem Guarda, onde o amante desse estilo musical comprará o Jornal O NORTE e nele virá o cupom, que depois terá de ser mandado para a 103.

A 103 possui um processo de qualidade em relação aos comerciais, onde abre a visão de empresários em relação a expor as suas marcas. Aparece então os comerciais ROTATIVOS, em que as chamadas entram na programação em qualquer programa, seja local ou VIA SATÉLITE. E os comerciais DETERMINADOS que entram na programação em programas específicos, ou seja, quando os proprietários indicam o, ou os programas. (COMERCIAIS. "TABELA DE PREÇOS", ANEXO I)

Toda a aparelhagem do estúdio da 103,3 foi feita com tecnologia paraibana; todos os equipamentos foram comprados em Campina Grande.

A constante integração dos profissionais da O Norte FM 103,3 com a questão de estar sempre procurado preocupar-se com os ouvintes, é por mim notoriamente comprovado.

É pela equipe encarada a maneira de uso de linguagem e estrutura radiofônica que vem desde as notícias vindas do jornal O NORTE, como também de outros noticiários nacionais. A preocupação do estilo de locução gramatical e todo o processo de linguagem é devidamente exposto para o departamento de redação da empresa. Se houver porventura algum equívoco por parte da redação, estes textos são enviados para o chefe de redação da empresa e depois liberados. Apenas depois de serem vistos e revistos pelo setor redacional é que os informativos são passados para o Diretor de Programação e, em seguida, para o locutor-apresentador soltá-los na programação. A rádio também possui dezenas de textos arquivados em computador pontuados corretamente, no intuito de aperfeiçoar a leitura feita pelos locutores.

A direção da rádio vem investindo na compra de unidades móveis como Blazers para flashes pela cidade, como também em estúdios móveis, e colocou a disposição telefones em todas as salas, desde a discoteca à área de transmissão.

Para aperfeiçoar o desempenho dos profissionais, o sistema o Norte FM de rádio faz parceria com o Sindicato dos Radialistas da Paraíba (STERT-PB), com o intuito de fornecer para locutores e operadores no curso de radialismo em rádio e televisão no CEFET-PB, palestras e aulas práticas com o fonoaudióloga Fátima Dantas da TV Cabo Branco. Este trabalho é feito com o objetivo de otimizar os fatores de eficácia da mensagem, como exemplo, fazer leituras dinâmicas de textos jornalísticos, treinar interpretações, ver vídeos com comerciais feitos por grandes locutores.

Os locutores passam por cursos de três em três meses de Programas radiofônicos com o professor Guto Vaz da UFPPB, utilizando técnicas de leitura e simulando programas radiofônicos com os radialistas, como também, passam por testes de interpretação de textos para desenvolver a naturalidade da comunicação imposta pelo rádio. Com isto, os profissionais da O Norte FM vêm

recebendo referências elogiosas por parte dos ouvintes de toda a grande João Pessoa, enfatizando a grande audiência da mesma por toda a capital e cidades circunvizinhas.

O sistema O Norte de rádio tem a preocupação de fazer com que seu scrett locutivo fique a vontade para desempenhar a profissão. A rádio deixa que os profissionais façam levantamentos em programas gravados em MD (Mini Disk), de como está andando a atuação locutiva. Estes programas gravados são levados do departamento técnico para os responsáveis pela locução da empresa.

A organização do estúdio, trabalhos radiofônicos e aparelhos técnicos utilizados, são colocados em devida ordem para o desempenho de cada horário da programação. Os microfones, essenciais num estúdio, são supervisionados pelo departamento técnico da empresa, e testados exaustivamente todos os dias por técnicos em radiodifusão.

Existe na FM um dos mais avançados microfones do país. No estúdio principal encontra-se o Shure Backer, utilizado nos programas de maior audiência.

A 103,3 tem profissionais reconhecidos em toda a Paraíba e respeita as características e estilos de cada um. Os locutores tentam a cada dia superar as expectativas dos ouvintes, com brincadeiras e jogos interativos, em forma de perguntas na programação.

A ênfase da 103,3 na qualidade de seu universo comunicativo é percebida por mim. A emissora prima pelo investimento em promover entrevistas com os principais acontecimentos do dia, principalmente com o jornalista Germano Ramalho em seu O NORTE RÁDIO REPÓRTER. Um outro programa de qualidade informativa da empresa é o PONTO DE VISTA, com o balanço dos fatos políticos, com entrevistas e comentários sob o comando dos radialistas Antônio Malvino e Manoel Raposo e editadas antes de irem para o ar pelo departamento jornalístico do jornal O NORTE. A FM dá a total liberdade para os ouvintes entrarem no ar e participarem juntamente com os convidados, como também, em expor críticas de como se está procedendo as notícias veiculadas nas entrevistas.

A rádio, sempre nos intervalos de um break para outro, colocam informativos de qualidade no que diz respeito a esportes, política, economia, fatos atuais, que enaltecem a programação. Algumas notícias vêm em primeira mão da Secretaria de Segurança Pública e dos gabinetes da Assembléia Legislativa para o sistema de redação do jornal. Pela redação do jornal é observado o vocabulário para não haver gafes na estrutura informativa dos programas, como também, o conteúdo é minuciosamente visto e selecionado com a intenção de não confundir as diversas fases de interpretação dos locutores entrevistadores.

A qualidade na improvisação é marca registrada da emissora. Os locutores e operadores são mestres na espontaneidade e produção da transmissão de efeitos e expressões sugestivas da radiofonia.

Novas vinhetas foram criadas para situar o ouvinte no novo tempo vivido pela emissora. As vinhetas são produzidas na WF (studio) de São Paulo - SP, com efeitos sonoplasticos de qualidade internacional e são gravadas em MD (Mini Disk) e em CD's, sendo depois adquiridos pelo sistema de produção da emissora.

Com a entrada de 2001, o Sistema O Norte FM de rádio buscou na inovação a conquista de novos ouvintes. Esqueceu a tecnologia do DIGIRÁDIO e transferiu todo o investimento na transmissão VIA SATÉLITE.

Podemos colocar a conexão da O Norte FM 103,3 com o sistema SOMZOOM SAT em Fortaleza, onde atua um receptor de satélite chamado COMSTREAM. O sinal do receptor vem para a mesa de controle através do canal 5, logo em seguida, o locutor ou operador o recebe. A programação VIA SATÉLITE manda o sinal para as filiadas em todo o Brasil. Imediatamente, o locutor ou operador recebe a chamada de 10 segundos e em seguida, dispara a programação. Nos intervalos de um tempo ou break para o outro, onde entra a programação em forma de vinhetas e comerciais da O Norte, o locutor executa as funções do mesmo jeito. Os dispositivos da tecnologia VIA SATÉLITE são conectados em toda a aparelhagem da rádio.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

É importante mostrar aos comunicadores que o ouvinte conhece quando um programa não é feito com qualidade e quando um locutor não faz o programa com o coração. Ele percebe todas as entradas que um comunicador possui para ser eficiente no seu trabalho.

Posso afirmar que o locutor é no ar o que ele realmente é como pessoa. Se ele possui cultura, uma boa estrutura de informação e um bom vocabulário, executará bem a comunicação junto aos seus ouvintes, pois eles se identificarão com a linguagem do mesmo.

É necessário ter o conhecimento teórico da informação radiofônica, para daí mostrar empiricamente com qualidade no rádio atual. Percebo que cheguei onde queria, pois mostrei que se um dia qualquer profissional de radiofonia procurar utilizar um pouco de qualidade em tudo que porventura pensar em fazer, com certeza, o fará de forma séria, com responsabilidade e com criatividade. Sendo assim, as pessoas irão acreditar que usar qualidade no rádio é progresso, é sinônimo de permanência no mercado.

Para se ter qualidade informativa no rádio é necessário conhecer o seu papel na informação. Não utilizar a mesmice nas palavras; não procurar ser um "papagaio", imitador; deve-se procurar novos textos; encontrar novos esquemas de fala, enfim, tem que ter algo a oferecer para ser um grande profissional.

Apenas sobreviverá no rádio quem tiver qualidade no conteúdo, na improvisação, na vocalização, na execução de uma boa entrevista, na transmissão perfeita de uma notícia e na preparação técnica. Ordenando isto adequadamente, o rádio comunicador poderá vir a ter condições de transmitir algo de importante a outra pessoa.

O ato de comunicar é sublime. O universo do rádio é fantástico. A vida é uma convivência sonora. A qualidade é essencial. O diálogo não pode ser uma utopia. Mais do que um veículo de comunicação o rádio é arte. É vida. É a alma do Homem transformada em energia de palavras, pensamentos e emoções.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- CARVALHO, Kátia Marques de. Formação de Consultores e Auditores Internos em Qualidade Total e Iso 9000. Curitiba: Systema Qualitine, 1998.
- CERQUEIRA, Jorge Pedreira. ISO 9000: Ambiente da Qualidade Total. Rio de Janeiro: Imagem, 1994.
- CÉZAR, Cyro. Como Falar no Rádio AM e FM: Dicas e Toques. São Paulo: Prol, 1991.
- MIRANDA, Roberto Lima. Qualidade Total: Rompendo as Barreiras entre a Teoria e a Prática. 2ª ed. São Paulo: Makron Books, 1995.
- PORCHAT, Maria Elisa. Manual de Rádiojornalismo. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- PRADO, Emílio. Estrutura da Informação Radiofônica (tradução de Marco Antônio de Carvalho). São Paulo: Summus, 1989).