

As Emissoras de Rádio Online da Cidade de Campinas: implantação, Financiamento e Modelos de Produção e Linguagem

Isabela Oliveira dos Reis¹

Carlos Alberto Zanotti²

Resumo

Este trabalho tem por objetivo apresentar os resultados de uma pesquisa que buscou avaliar o estágio de desenvolvimento tecnológico dos portais que as emissoras de rádio da cidade de Campinas mantêm na Internet. A proposta foi acompanhar a adaptação da velha mídia à plataforma que sustenta a Sociedade da Informação. Para tanto, adotamos uma metodologia híbrida de pesquisa, combinando revisão bibliográfica e pesquisa documental associada à observação direta. Os resultados indicam uma subutilização das potencialidades oferecidas pela rede de computadores, por parte das emissoras locais, no sentido de estreitar os laços com seus ouvintes.

Palavras-chave: *Rádio Online; Rádio e Internet; Cultura Digital; Radiojornalismo; Sociedade Midiatizada.*

Introdução

Sociedade em rede é o conceito criado por Castells (1999) para designar o estágio de desenvolvimento da atual sociedade que tem como elemento central a circulação da informação através das novas tecnologias. Como um dos meios mais tradicionais de produção de informações, o rádio vem também passando por um período de transição para adaptar-se a esta nova realidade. O rádio no meio virtual ganhou três modelos distintos: as

¹ Estudante de graduação do 8º semestre de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo – da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas) e bolsista de Iniciação Científica FAPIC/Reitoria, email: isabela.oliveira.reis@hotmail.com

² Orientador do trabalho. Professor e pesquisador da Faculdade de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), email: zanotti@puc-campinas.edu.br

web rádios, que existem somente na rede de computadores; as emissoras off-line, que estão na rede apenas de forma institucional; e as emissoras online, que disponibilizam na rede o mesmo sinal das ondas hertzianas, sendo esta última o foco de nosso trabalho. No ambiente virtual, ao que avaliam pesquisadores da área (Comassetto, 2010; Smith, 2010; Velho, 2010), o rádio ganhou novas perspectivas de aproveitamento, já que pode incorporar imagens e textos à linguagem voco-sonora que utilizou desde sua criação. Diante do fenômeno, este trabalho teve por objetivo estudar como as rádios online de Campinas exploram o ambiente virtual e as potencialidades oferecidas pela rede de computadores, avaliando-se o estágio de desenvolvimento tecnológico dos portais por elas mantidos.

Espera-se, com este trabalho, acompanhar a adaptação da velha mídia à plataforma que sustenta a Sociedade da Informação, ou seja, ter uma visão geral de como as rádios de Campinas estão inseridas no ambiente virtual. Para tanto, adotamos uma metodologia híbrida de pesquisa, que partiu de uma pesquisa bibliográfica. Segundo Lakatos e Marconi (2009: 44) este “é o primeiro passo para toda pesquisa científica”. Utilizamos também a pesquisa documental, que é aquela que provém de fontes primárias, sendo que para este trabalho foram consideradas como fontes primárias as informações contidas nos próprios portais que as emissoras mantêm na Internet. Em seguida partimos para a análise das rádios online, buscamos nestes sites as características do jornalismo online descritas por Palácios (2003): multimídia, interatividade, hipertextualidade, customização do conteúdo, memória e instantaneidade.

História e características do rádio

Para estudarmos as emissoras de rádio online, conceito que será retomado mais à frente, é importante conhecer a história e as características do meio rádio, que tem um papel importante na evolução geral dos meios de comunicação.

No Brasil, a primeira transmissão radiofônica aconteceu no dia 7 de setembro de 1922 durante a Exposição Internacional do Rio de Janeiro em comemoração ao centenário da Independência. Mas, somente em 1923, é que surgiu a primeira emissora regular do país: a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, comandada pelo cientista e político Edgard Roquette Pinto que, mais tarde, seria considerado o pai do rádio brasileiro (Ferrareto, 2000). No início, o veículo tinha como característica ser um meio de acesso apenas à elite, já que só quem tinha alto poder aquisitivo podia buscar os aparelhos receptores no exterior, que eram muito caros (Baroni e Baldo, 2010).

Até os anos 30, as emissoras de rádio transmitiam óperas, “que eram executadas a partir de discos emprestados pelos próprios ouvintes” (Baroni e Baldo, 2010: 11), recitais de poesia, concertos e palestras culturais. A partir de então, o poder público passou a dar conta da influência deste veículo e começou a querer utilizá-lo em proveito próprio. Em 1932, Getúlio Vargas autorizou a inserção de publicidade com o intuito de utilizar o veículo como meio propagandístico para o governo. Essa medida, no entanto, revolucionou o rádio brasileiro: com os investimentos, os equipamentos foram aprimorados e a consequência foi a intensificação da concorrência e a popularização da programação. E foi durante esse período que o rádio viveu sua década de ouro, com uma programação voltada para a informação e o entretenimento (Velho, 2010).

Durante a Segunda Guerra Mundial a importância do radiojornalismo cresceu e, em 1941, surgiu no Brasil o Repórter Esso, uma “fórmula importada dos Estados Unidos” (Ferrareto, 2000: 128) que, segundo Ferrareto, foi o noticiário de maior importância naquela época.

Em 1950, chegou ao país uma nova tecnologia que permitiu a fabricação de aparelhos portáteis de rádio, fazendo o veículo se tornar “o companheiro de todas as horas, espalhados pela casa (e, mais tarde até no carro)” (Velho, 2010: 3). Logo depois, na década de 60, chegou a televisão, que passou a fazer concorrência ao rádio. Devido a isso, as emissoras de rádio passaram a transmitir notícias e oferecer prestação de serviço à população, uma maneira de diferenciar-se da TV, já que esta se dedicava ao entretenimento.

Com a ditadura militar, o radiojornalismo passou a ser pressionado, fazendo com que as emissoras retomassem o perfil de entretenimento, que era estimulado pelos militares, que distribuía concessões indiscriminadamente. Isso mudou com a abertura política na década de 80 e a informação passou a ganhar espaço novamente e se fortalecer nos anos 90 (Velho, 2010).

Num país de semialfabetizados como o Brasil, o rádio passou a ser o principal veículo de comunicação, principalmente porque este chega a qualquer lugar, diferentemente da TV. Segundo uma pesquisa do Mídia Dados (apud Baroni e Baldo, 2010), 89,6% dos domicílios brasileiros possuíam aparelhos rádio em 2009. “O rádio tradicional, então, é um veículo que atinge um enorme número de pessoas, das mais diferentes classes sociais, que podem receber informações de todos os níveis, enquanto executam as tarefas do dia-a-dia” (Velho, 2010: 3). Devido a essas características, ao baixo

custo da produção e difusão e sua capacidade de criação de um mundo imaginário, com a estimulação dos sentidos através dos sons, o rádio tem um lugar privilegiado entre os meios de comunicação (Comassetto, 2010).

O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos, desde que o realizem com espírito altruísta e elevado.”(Tavares, 1997: 8 apud Baroni e Baldo, 2010: 4)

Segundo Avrella et al (2010), outra característica do rádio é a mobilidade, tanto do emissor quanto do receptor, além do imediatismo, já que é um veículo flexível, sendo possível colocar a notícia no ar no exato momento em que acontece; e instantâneo, permitindo que a mensagem seja recebida no momento em que é transmitida. Também é um veículo que possibilita às pessoas poderem fazer outras atividades enquanto o escutam.

No início, o radiojornalismo se apropriou do texto do jornalismo impresso até encontrar sua própria estrutura textual, que seria a utilização de outros signos sonoros: música, vinheta, efeitos etc. Antes de ter sua própria estrutura, a linguagem radiofônica se preocupava mais com o conteúdo do que com a forma. Essa linguagem engloba, hoje, a voz, a música, os efeitos sonoros e o silêncio, que atuam isoladamente e combinados, sendo que cada um dos elementos contribui para o todo da mensagem. Os três últimos trabalham o inconsciente, enquanto que o discurso oral trabalha o nível consciente.

A oralidade radiofônica deve propor um diálogo com o ouvinte, através da simplicidade lexical, a concisão e a coerência em textos curtos, linguagem coloquial e organização direta; e o ritmo do interlocutor que deve ser natural. Esta organização tem o “objetivo de dar melodia à transmissão oral, dar emoção, personalidade ao relato do fato” (Velho, 2010, p.4 e 5). A somatória dessas linguagens potencialmente utilizáveis no meio é chamada, por Velho, de verbo-voco-sonoplástico.

O rádio na internet

Nos dias atuais, o rádio não tem ficado às margens da revolução tecnológica que vem acontecendo. A exemplo das demais mídias tradicionais, o velho meio está sendo incorporado na rede e vem ganhando um espaço significativo na web. “A internet, aliás, permitiu o surgimento de novos canais e formas de comunicação, com variantes daquilo

que até então concebia-se verdadeiramente como rádio” (Comassetto, 2010: 1). Os pesquisadores da área descrevem três versões diferenciadas que o veículo pode adquirir no ambiente virtual:

1. emissoras offline: elas estão na web de forma institucional, não transmitindo o áudio. Suas páginas na internet têm o objetivo de divulgar a emissora e a programação. Sendo que algumas servem como meio de interação com os ouvintes através de blogs, chats, email e a participação em promoções.
2. webrádios: elas transmitem exclusivamente pela internet.
3. rádios online: “disponibilizam na rede o mesmo sinal das ondas hertzianas, permitindo que a emissora possa ser captada via internet, não importando onde o ouvinte esteja.” (Comassetto, 2010: 2).

As novas tecnologias transformaram a forma e a estrutura do rádio de maneira irreversível, sendo que elas melhoram tanto a quantidade como a qualidade dos serviços, conteúdos e distribuição radiofônica (Bufarah Junior, 2004). Para Bufarah Junior (2004), as implicações da tecnologia do rádio na rede são as seguintes:

- desterritorialização da transmissão;
- transmissão na rede é mais barata do que via satélites e transmissores de ondas curtas;
- democratização da informação e do acesso a cultura, já que se pode ouvir emissoras de outros lugares, outros países;
- horizontalização da relação emissor e ouvinte, já que este tem mais interação com aquele;
- convergência de mídias que pode criar uma nova linguagem;
- formação de comunidades virtuais.

Segundo Velho (2010), o rádio ganhou uma nova perspectiva de aproveitamento na Internet devido à ampliação da linguagem para além do som. Para Smith (2010), o rádio teria encontrado na internet uma maneira de se reinventar e de dar início a uma revolução ainda em curso. O rádio na internet apresenta outras possibilidades, como os textos escrito e visual, junto com a voz, a oralidade, os efeitos sonoros e a música. “O processo verbo-voco-sonoplástico se amplia para o visual-verbo-voco-sonoplástico.” (Velho, 2010: 5). Assim, estaríamos assistindo hoje a uma modelização de linguagem em curso para o jornalismo produzido pelas emissoras rádios na internet.

Os sistemas modelizantes “são estruturas de linguagem, elaboradas pela cultura, para organizar determinado discurso, determinado tipo de informação, contribuindo para melhor entendimento de certos conteúdos e fatos” (Velho, 2010: 6). O do rádio tradicional são os diferentes textos da linguagem oral e os signos sonoros; a regra diz que as mensagens devem ter um léxico simples, utilizando-se de frases curtas e diretas, de fácil

compreensão, além do emprego de artifícios sonoros, como vinhetas, músicas, vozes e entonação.

Mas, quando transferimos o conceito de rádio para a Internet, outros códigos entram na trama do sistema de comunicação: o verbal (escrito) e o visual. Esses códigos vão permitir novas formas de organização e necessitar do estabelecimento de novas regras para “reger” estas combinações e proporcionar ao rádio multimídia utilizar todas as suas possibilidades, a partir de uma linguagem específica. A definição desta nova estratégia de linguagem vai se caracterizar como um novo sistema modelizante. (Velho, 2010: 6)

A configuração desta linguagem está diretamente ligada à capacidade que as emissoras de rádio têm de explorar, no meio virtual, as potencialidades que a rede de computadores oferece para uma relação otimizada com seus ouvintes/internautas. Tais potencialidades, que não se prendem apenas à linguagem, podem ser descritas como na síntese que Palácios (2003) aponta como sendo as características do jornalismo online:

- **Multimedialidade/Convergência:** trata-se da convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som). Essa convergência se torna possível devido à digitalização da informação e sua circulação e disponibilização em múltiplas plataformas e suportes.
- **Interatividade:** fazer com que o leitor se sinta mais diretamente parte do processo jornalístico. Essa interatividade pode acontecer através de e-mails, opinião dos leitores, chats, etc. e a própria navegação pelo hipertexto é considerada uma interatividade.
- **Hipertextualidade:** “possibilita a interconexão de textos através de links (hiperligações)” (Palácios, 2003: 4). Esses links direcionam os internautas para textos complementares (fotos, sons, vídeos, etc.): outros sites sobre o assunto, materiais de arquivo de jornais, textos jornalísticos ou não, publicidade.
- **Customização do Conteúdo/Personificação:** é a opção oferecida ao internauta para configurar a página de acordo com os seus interesses individuais.
- **Memória:** é a acumulação de informação através do processo de hiperligação entre os diversos nós que compõem a web memória. Na web, a acumulação de informações é mais viável economicamente que nas outras mídias.

- Instantaneidade/Atualização Contínua: é a rapidez do acesso mais a facilidade de produção e disponibilização isso permite a agilidade de atualização nos jornais da web.

As possibilidades que as Novas Tecnologias de Comunicação (NTC) oferecem não se traduzem necessariamente nas características apresentadas, seja por razões técnicas, de conveniência, adequação à natureza do produto oferecido e questões de mercado. Não se pode generalizar com essas características, pois existem outras possíveis e complementares (Palácios, 2003).

As rádios online de Campinas

Para efeito de seleção das emissoras com as quais trabalhamos nesta pesquisa, foram consideradas apenas as emissoras de rádio que possuem concessões ou transmissores na cidade de Campinas (Ministério das Comunicações, 2011). Foram excluídas aquelas que eram exclusivamente dedicadas à difusão musical, segmento que, de acordo com Meneses (2007), estaria com os dias contados, graças à possibilidade que as tecnologias digitais facultam ao usuário de montar sua própria programação musical. Por fim, foram listadas aquelas emissoras que retransmitem sua programação de ondas hertzianas também pela internet, através de portais próprios, o que nos permitiu encontrar 12 emissoras rádios online de Campinas, que são:

1- Rádio Bandeirantes de Campinas – 1170KHZ – AM

Registrada como rádio e TV Bandeirantes de Campinas Ltda., pertence aos sócios Salomão Esper Salomão e João Carlos Saad, tendo sido a primeira emissora instalada em Campinas. Segundo o portal do grupo (Radio Bandeirantes, 2011), ela foi criada em 1933, mas existem registros que mostram que a rádio Clube de Campinas foi o embrião dessa emissora, tendo surgido em 1930. No começo, a emissora era chamada Educadora ou PRC-9, tendo sido adquirida pela Rede Bandeirantes em 1959 e “apenas em 2002 assumiu o nome de rede” (Carmo-Roldão, 2008: 25).

2- Rádio Brasil – 1270KHZ – AM

A Rádio Brasil foi a segunda emissora a se instalar em Campinas, o que ocorreu no ano de 1950. Pertence à família Pedroso, aos irmãos José, Abel e Sinésio, que conseguiram a concessão graças à amizade que mantinham com Getúlio Vargas (Carmo-Roldão, 2008). A

emissora se destacou por dar grande atenção ao esporte desde seu início, principalmente ao futebol. Ela foi a única do interior paulista a transmitir a Copa do Mundo de 1950 direto do Maracanã (Rádio Brasil, 2011). Hoje, a rádio tem parcerias com a Rádio Jovem Pan e com a Rádio Aparecida.

3- Rádio Cultura/ Rádio Globo Campinas – 1390KHZ – AM

Entrou no ar em 1953, sendo a segunda concessão de rádio AM obtida pelo então deputado federal José Correa Pedroso e a terceira emissora da cidade de Campinas. Atualmente é chamada de Globo Campinas. Inicialmente era uma rádio apenas musical, o que começou a mudar três anos depois que foi ao ar pela primeira, quando deu início à diversificação de sua programação.

4- Rádio Central – 870 kHz – AM

Foi a primeira rádio a entrar no ar na década de 1980 e a quarta da cidade de Campinas. Os primeiros concessionários foram Lauro Moraes Filho, Gióia Júnior e o monsenhor Geraldo Azevedo. Foi ao ar pela primeira vez no dia 7 de novembro de 1980, tendo sido inaugurada pelo então presidente e general João Batista Figueiredo. Hoje a rádio pertence à Rede Central de Comunicação (Carmo-Roldão, 2008: 25).

5- Rádio Cultura/ CBN Campinas – 99,1 MHz – FM

Carmo-Roldão afirma que as primeiras emissões FM da cidade de Campinas foram da Cultura (Rádio Cultura de Campinas Ltda.), que atualmente é a CBN Campinas. No começo a emissora operava na frequência 89,1 MHz, depois 98,9 MHz e atualmente na 99,1 MHz. A concessão dessa emissora foi dada à família Pedroso, obtida pelo então deputado federal José Correa Júnior, conhecido como Pedrosinho, junto com as outras emissoras AM da família (Carmo-Roldão, 2008). O portal da Rádio Cultura, atual CBN Campinas, mesmo operando em rede nacional, possui espaços próprios onde são publicadas as notícias do dia.

6- Rádio Band News Campinas – 106,7 MHz – FM

A Rádio Band News chegou a Campinas no ano de 2008, sendo a oitava emissora da rede Band News FM. É primeira rede de emissoras de rádio FM que funciona 24 horas. Pertence ao Grupo Bandeirante de Comunicação (Rádio Band News, 2011). O portal da emissora Band News, é importante destacar, opera em rede, ou seja, as notícias publicadas são as principais do dia no Brasil. A Band News está em nove cidades: São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Ribeirão Preto, Belo Horizonte, Salvador, Curitiba e Brasília.

7- Rádio Andorinhas/Nova FM – 103,7 MHz – FM

Andorinhas foi a primeira emissora FM de Campinas. No começo, o então proprietário, monsenhor Geraldo Azevedo, tinha como parceiros os padres Francisco Assis Marques de Almeida e Casimiro de Abreu, que logo desistiram. No início dos anos 70, a concessão da emissora foi repassada para a Pontifícia Universidade de Campinas (PUC-Campinas) e passou a se chamar rádio Universitária Andorinhas. Depois de passar por muitos donos, em 1987, sob o comando de Orestes Quércia, se tornou a rádio Nova FM. Em 2000 entrou no ar a Rede Nova Brasil FM e, desde então, não produz mais informações sobre Campinas e região, já que a rede não possui programas locais, apenas insere comerciais locais (Carmo-Roldão, 2008). A emissora Nova Brasil FM opera em cadeia; portanto, seu site é apenas um para todas as cidades.

8- Rádio Cidade – 92,5 MHz – FM

A Rádio Cidade foi a primeira rádio a transmitir em estereofônico (dois canais) no Brasil, tendo surgido em 1976; sua concessão foi dada ao empresário Ruy de Almeida Barbosa, que foi deputado estadual e federal por 26 anos. No início, sua programação apresentava apenas música orquestrada. Hoje, é uma rádio popular e eclética (Rádio Cidade, 2011).

9- Rádio Educadora – 91,7 MHz – FM

A Rádio Educadora FM entrou no ar em 1978, também pertencente à Rede Bandeirantes, cuja concessão está registrada nos nomes de Salomão Esper Salomão e João Carlos Saad. No começo, a programação vinha gravada da Bandeirantes FM de São Paulo. Hoje, a emissora é predominantemente musical, apresentando alguns quadros e notícias relacionados ao entretenimento (Carmo-Roldão, 2008).

10- Rádio Morena – Rede Aleluia – 100,3 MHz – FM

Entrou no ar em 1987; sua concessão pertence ao ex-deputado federal Natal Gale. Em 2002, a emissora foi arrendada pela Igreja Universal do Reino de Deus e passou a fazer parte da Rede Aleluia (Carmo-Roldão, 2008). É importante salientar que o site pertence a toda a Rede Aleluia, sendo a programação da emissora dividida por região.

11- Rádio Educativa – 101,9 MHz – FM

A Rádio Educativa é uma concessão obtida pela Prefeitura Municipal de Campinas, portanto é pública. Entrou no ar oficialmente em julho de 2000, quando a cidade completou 226 anos (Prefeitura de Campinas, 2012). A página da Rádio Educativa na Internet está hospedada no portal da Prefeitura de Campinas.

12- Rádio Antena 1 – 107,5 MHz – FM

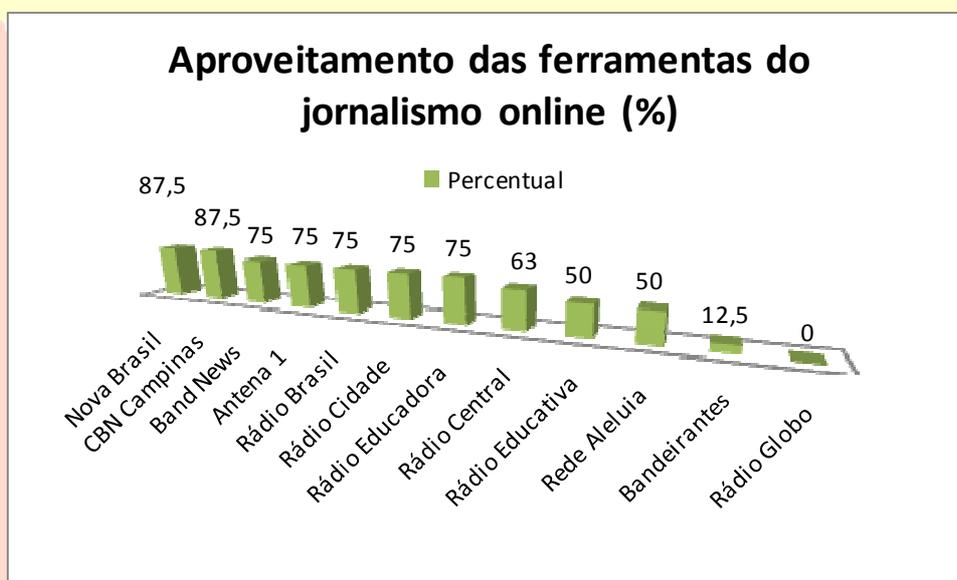
Não foi encontrado nenhum histórico a respeito da Antena 1 de Campinas, que opera na frequência 107,5 MHz. Há registros formais apenas sobre a rede, que teve sua primeira emissora em 1977. Hoje, a rede Antena 1 conta com 20 emissoras e afiliadas espalhadas pelo país, fazendo parte do Grupo A Rádio Antenna Uno, de Roma, Itália (Rádio Antena 1, 2011).

Análise de resultados

Para análise das rádios online, buscamos em seus portais as potencialidades do jornalismo online, já explicadas acima, descritas por Palácios (2003): multimídia, interatividade, hipertextualidade, customização do conteúdo, memória e instantaneidade. Essas características permitirão apontar o estágio de desenvolvimento tecnológico dos portais que as emissoras de rádio de Campinas mantêm na internet. O período de análise foi de três meses, de novembro de 2011 a janeiro de 2012.

As emissoras Nova Brasil e CBN Campinas foram as que apresentaram mais ferramentas do jornalismo online. Já a Rádio Globo não apresentou nenhuma das potencialidades, como se observa no gráfico abaixo:

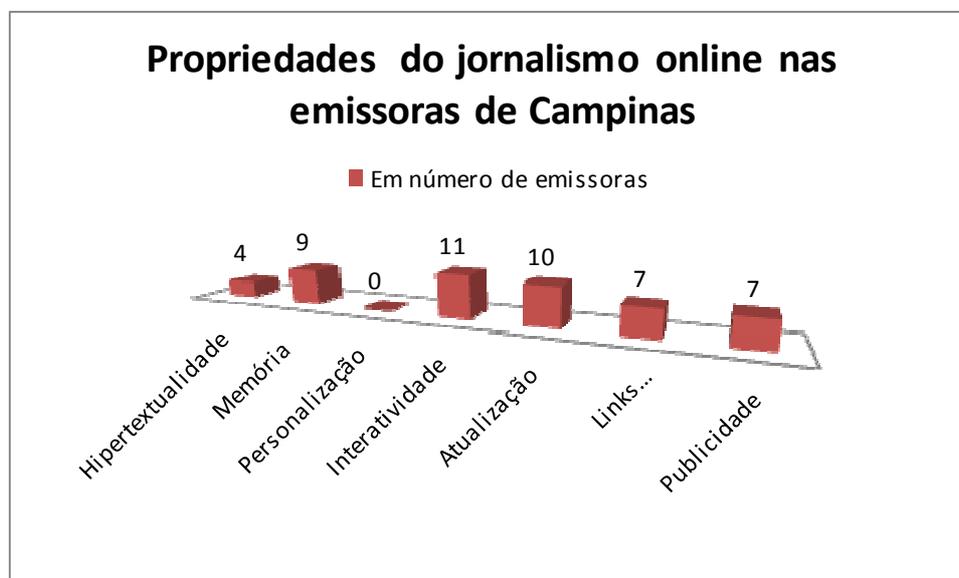
Gráfico 1 – Porcentagem de potencialidades do jornalismo online apresentadas pelos portais



A ferramenta mais encontrada foi a interatividade, presente em onze das doze emissoras estudadas. Em seguida, observamos a multimídia e atualização, que apareceram em dez emissoras. Já a personalização não foi apresentada em nenhuma rádio

online, sendo a menos explorada das potencialidades, como é possível observar no gráfico abaixo:

Gráfico 2 – Quantidade de rádios online que apresentaram cada ferramenta do jornalismo online



É importante salientar que nestas características, algumas têm subdivisão. A multimídia está subdividida em texto, foto, arquivo de áudio, arquivo de vídeo e webcam no estúdio. A hipertextualidade e a memória podem ser externa ou interna. A interatividade está subdividida em: email, chat, Twitter, fóruns e outros. E a atualização, em contínua ou periódica.

Pode-se observar que a atualização é contínua, não apresentando nenhum tipo de periodicidade. A CBN Campinas e a Rádio Nova Brasil apresentaram todos os elementos da multimídia colocados acima. E a forma de interação utilizada pelas rádios foi bem diversificada.

Considerações Finais

Conclui-se que as rádios online de Campinas mais adaptadas à rede, segundo os critérios utilizados, foram a CBN Campinas e Rádio Nova Brasil. Mas ainda é preciso pensar neste novo tipo de comunicação, já que ainda existem falhas, como por exemplo, a falta de atualização periódica, demonstrando que as emissoras ainda não dão tanta importância à utilização da internet. Nenhuma rádio online apresentou, também, a

personalização, ferramenta muito importante na era tecnológica, já que facilita e agiliza o repasse da informação, selecionando aquelas que interessam o receptor. A publicidade também é pouco explorada pelas rádios online, aparecendo uma vez ou outra em anúncios comerciais.

A interatividade acontece principalmente pelas redes sociais Facebook e Twitter. Neste sentido é necessária uma nova pesquisa que estude como essas mídias sociais são utilizadas pelas emissoras: se existe realmente interatividade, se a utilização de tais ferramentas é eficiente como forma de comunicação e quais os objetivos para seus usos.

Percebe-se que a presença das emissoras locais na internet é inda embrionária, sendo necessário pensar-se, em paralelo, um modelo de linguagem jornalística para a radiojornalismo online, já que a nova mídia apenas incorporara o que já existia, não criando um novo modelo. Para que garantam sua sobrevivência, as emissoras precisam descobrir uma nova forma de atrair o ouvinte/internauta não apenas pelo áudio, mas também pelo conteúdo que apresentem em suas páginas na rede de computadores.

Referências Bibliográficas

AVRELLA, B.; CASTELLI, G.; LOPEZ, D. C. e SILVEIRA, P.. *A internet e o ouvinte-internauta como elementos do programa radiofônico "Pretinho Básico"*. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010.

BARONI, D. e BALDO, R.. *Rádio: veículo de comunicação de massa e para a massa*. Trabalho apresentado no DT4 – Rádio e Mídia Sonora – Intercom. Anais do XXXIII Congresso de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010.

BUFARAH JUNIOR, A.. *Rádio na Internet: desafios e possibilidades*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 27, 2004. Porto Alegre. Anais... São Paulo: Intercom, 2004. <http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/47fe62227cb4c6660b44edae35cff075.pdf> Acessado em: 20/08/2011.

CARMO-ROLDÃO, I. C.. *Nas ondas do rádio – da PRC-9 à Educativa: a trajetória das emissoras de Campinas*. Holambra, SP: Editora Setembro, 2008.

CASTELLS, M. *Sociedade em Rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura*; v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COMASSETTO, L. R.. *A internet como recurso para reforçar a proposta do rádio local*. Trabalho apresentado no DT 4 – Rádio e Mídia Sonora – Intercom. Anais do XXXIII Congresso de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010.

FERRARETTO, L. A.. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

MENESES, J. P.. *Internet: possibilidades e ameaças para a rádio musical*. BOCC: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. <http://bocc.ubi.pt/pag/meneses-joao-paulo-internet-possibilidades-ameacas.pdf> Acessado em: 15/08/2011.

MIELNICZUK, L.. *Características e implicações do jornalismo na Web*. Tese doutoral. Universidade Federal da Bahia, 2001. http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf Acessado em: 15/08/2011.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. *Ministério das Comunicações*. Disponível em: Acesso em: 18/11/2011.

PALACIOS, M.. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In: MACHADO, E. e PALACIOS, M. (Org.). *Modelos do jornalismo digital*. Salvador: Editora Calandra, 2003.

PREFEITURA DE CAMPINAS. *Rádio Educativa*. <http://www.campinas.sp.gov.br/radio-educativa> Acesso em: 01/02/2012.

RÁDIO ANTENA 1. *Rádio Antena 1*. <http://www.antena1.com.br> Acesso em: 01/02/2012.

RÁDIO BANDEIRANTES. *Rádio Bandeirantes*. <http://www.rb1170.com.br/> Acesso em: 20/11/2011.

RÁDIO BAND NEWS. *Rádio Band News Campinas*. <http://bandnewsfm.band.com.br>
Acesso em: 10/01/2012

RÁDIO BRASIL. *Rádio Brasil*. <http://www.brasilcampinas.com.br/home> Acesso em:
20/11/2011.

RÁDIO CBN. *Rádio CBN Campinas*. <http://www.portalcbn Campinas.com.br> Acesso em:
04/01/2012.

RÁDIO CENTRAL. *Rádio Central*. Disponível em:
<http://www.radiocentral.com.br/index1.html> Acesso em: 22 nov 2011.

RÁDIO CIDADE. *Rádio Cidade*. <http://www.radiocidade.fm.br/> Acesso em: 27/01/2012.

RÁDIO EDUCADORA FM. *Rádio Educadora FM*. <http://educadorafm.uol.com.br/>
Acesso em: 30/01/2012.

RÁDIO GLOBO CAMPINAS. *Rádio Globo Campinas*. <http://www.globocampinas.com.br/> Acesso em: 22 nov 2011.

RÁDIO NOVA BRASIL. *Rádio Nova Brasil*. <http://www.novabrasilfm.com.br/> Acesso
em: 26/01/2012.

REDE ALELUIA. *Rede Aleluia*. <http://www.redealeluia.com.br/> Acesso em: 29/01/2012.

SMITH, S.. *The web radio revolution is now*. <http://www.taosradio.com/Articles/the-web-radio-revolution-is-now.html> Acesso em 15/08/2011.

VELHO, Ana Paula Machado. *A Linguagem da Rádio Multimídia*. BOCC: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-velho-linguagem.pdf>. Acesso em: 16/08/2011.