

**Universidade Federal da Bahia**  
**Faculdade de Comunicação**  
**Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas**  
**Seminário Interno da Faculdade de Comunicação**

## **A EXTENSÃO DO RADIOJORNALISMO POR MEIO DA WEB**

Raquel Porto Alegre<sup>1</sup>

A internet vem proporcionando novas formas de apresentação e disposição das notícias, sejam elas impressas, televisivas ou radiofônicas. No caso do rádio, enquanto meio de comunicação de massa, a internet o tem transformado. Quando surgiu, ele era propagado, apenas, por ondas curtas e só podia ser ouvido. Hoje o rádio, além de ser ouvido, pode também ser lido e captado por outros meios, graças à internet.

A proposta deste ensaio é mostrar as mudanças qualitativas que a internet tem proporcionado ao rádio. De que forma as emissoras jornalísticas estão adaptando-se a *Web* em termos de conteúdo e de veículo propriamente dito? Para a internet está sendo criado um produto específico pelas emissoras ou estão indo para as *home pages* cópias leais das programações normais transmitidas por ondas eletromagnéticas? Estruturação das notícias e linguagem também fazem parte do estudo. O relato se limita à produção radiofônica – tradicional e na internet – no Brasil e enfoca o trabalho de uma emissora específica.

### **Introdução**

Por mais que surjam e existam diferentes meios de comunicação em todo o mundo, por mais avanços que tenham ocorrido no passado, nada, até as últimas décadas, havia ido além do rádio, em termos de alcance. Foi ele que levou à população os primeiros acontecimentos mundiais em tempo real. O rádio chegou a ser ameaçado com o surgimento, há 50 anos, da televisão, mas nunca perdeu o seu público cativo: as

---

<sup>1</sup> Jornalista e mestrande do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia.

comunidades mais carentes e distantes dos grandes centros, assim como nas classes mais privilegiadas, os motoristas, que têm no rádio o seu companheiro no trânsito.

O rádio, no Brasil, surgiu em meados do século XX. A primeira transmissão radiofônica aconteceu em 7 de setembro de 1922, durante a inauguração da Exposição do Centenário da Independência, no Rio de Janeiro. O público ouviu o pronunciamento do então presidente da República, Epitácio Pessoa, e a ópera *O Guarani*, de Carlos Gomes, transmitidos diretamente do Teatro Municipal. A partir daí, as transmissões começaram a ser realizadas com mais frequência. Principalmente depois do ano seguinte, quando Roquete Pinto inaugurou a primeira emissora, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Logo em seguida surgiu a Rádio Clube do Brasil, marcando o início da expansão do veículo. Naquela época a tecnologia era ainda muito incipiente. Os ouvintes utilizavam os rádios de galena montados em casa, com caixas de charutos. Na década de 30, entretanto, o crescimento da economia nacional começou a atrair investimentos estrangeiros, fazendo com que as indústrias se instalassem no Brasil – o que proporcionou um grande impulso à expansão radiofônica. No início, a produção dos aparelhos era feita em pequena escala. Logo, o rádio não alcançava a grande massa e só a alta sociedade, que tinha condições de pagar pelos aparelhos receptores. Já nas décadas de 40 e 50 o rádio se popularizou e, sem dúvida alguma, chegou a milhares de lares brasileiros. Em meados de 60, já com as transmissões da Rádio Nacional, os rádios ganharam mobilidade, pois começaram a ser feitos em novos tamanhos e formatos permitindo aos ouvintes carregá-lo consigo para onde quer que fossem. Foi então que o veículo ganhou mais alcance.

O advento da televisão “roubou”, de certa forma, o *glamour* do rádio, mas não tirou do veículo seu maior mérito: a audiência. Onde quer que se vá, em qualquer canto do país ou do mundo, existe um rádio ligado. As ondas eletromagnéticas alcançam as comunidades mais distantes, o que a TV não é capaz de fazer.

Agora uma nova (nem tão nova assim) mídia, que vem chegando não só aos lares, mas também aos ambientes de trabalho e aos telefones celulares (por meio da tecnologia *wireless*) pode mudar a forma de recepção do rádio informativo. A internet vem construindo uma via de comunicação diferente das outras até então existentes. Uma via que atraiu para dentro dela os veículos tradicionais, já conhecidos do grande público. O rádio também foi atraído para dentro da internet e não deverá mais dela sair. “A força de atração

da internet é de tal ordem que se assemelha ao fenômeno astronômico do buraco negro, provido de força gravitacional de tal grandeza que nada escapa dele, nem mesmo a luz. Assim é a nova via: arrasta para dentro do computador as formas de comunicação conhecidas, que de lá não mais vão poder sair”<sup>2</sup>.

O imediatismo da *Web* tem sido um dos principais responsáveis pela atração dos veículos tradicionais. Mas porque, então, o rádio, que tem o imediatismo como característica, está procurando também a rede? É que a internet tem proporcionado ao rádio outras características que ele não tinha condições físicas de ter e que eram exclusivas de outros meios. “A internet aparece como um espaço privilegiado de trocas, simbólicas ou virtuais e apresenta-se entre as principais tendências de um mundo centrado em redes, com o microcomputador funcionando como uma espécie de janela para esse mesmo mundo”<sup>3</sup>.

### **A relação entre o rádio, a tela e o ouvinte**

Existem hoje, no mundo inteiro, cerca de 240 milhões de pessoas conectadas à internet e só no Brasil são 11 milhões de microcomputadores<sup>4</sup>. Esses números mostram que a *Web* ainda está distante da grande massa no Brasil. O último senso realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) revelou que o país tem hoje cerca de 167 milhões de habitantes. Logo os computadores chegam a um percentual muito pequeno da população brasileira. Isso mostra que o público da internet é pequeno, porém seletivo, que exige qualidade. E o rádio, via *Web*, como sofreu e continua sofrendo transformações qualitativas, por estar ainda em processo de adaptação, está se vendo obrigado a oferecer algo mais ao “ouvinte-internauta”<sup>5</sup>. Na rede, os usuários podem escolher a notícia que querem ouvir (pela primeira vez ou novamente), podem também ouvir, ao vivo, a programação de uma emissora. É possível, ainda, ler informações complementares ou o comentário de algum especialista sobre determinada matéria que foi recebida por ondas eletromagnéticas. A internet tem sido suporte para o rádio, pois complementa a programação das emissoras.

---

<sup>2</sup> Barbeiro, Heródoto e Lima, Paulo R. *Manual de radiojornalismo. Produção, ética e internet*. Rio de Janeiro: Campus, 2001, p 34.

<sup>3</sup> Del Bianco, Nélia R. e Moreira, Sônia V. (org). *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999, pp 208-209.

<sup>4</sup> Revista Veja, terceira edição especial. *A internet depois do terremoto*. Agosto de 2000, página 23.

“O rádio está se adaptando ao mercado global de informação e o ouvinte-internauta começa agora a estabelecer outro tipo de relação com as estações de rádio: praticamente todos os *sites* dispõe de uma *home page* contendo informações textuais sobre a programação (horários, destaques, chamadas para atrações do dia ou da semana) e dados sobre o funcionamento da própria emissora”<sup>6</sup>. Entre as que podem ser lidas ou ouvidas na internet, algumas – como as rádios Eldorado e CBN (São Paulo), Gaúcha (Porto Alegre) e Tupi (Rio de Janeiro) – mantém à disposição do usuário *home pages* com histórico, serviços (tempo, estradas etc), a equipe, textos atualizados, notícias, cotações, índices financeiros entre outros itens. Há ainda, em algumas delas, a lista de valores vigentes para comerciais e contatos com os diferentes departamentos da emissora. “As novas rádios via internet não serão mais apenas transmissoras de programas em áudio. Os internautas querem mais. Querem consultar arquivos, obter dados, ouvir programas já apresentados, comunicar-se com a direção da rádio, apresentadores, comentaristas e programadores. A nova rádio terá de desenvolver uma grande e excelente quantidade de serviços se quiser que internautas-ouvintes estejam conectados. O núcleo de produção da rádio para a internet vai ser maior ou igual ao núcleo que produz a divulgação sonora da rede”<sup>7</sup>.

### **A nova tecnologia e o novo meio de comunicação**

O rádio tem de, agora em diante, ser pensado como um novo meio de comunicação via internet. Investir, apenas, nos atuais meios é ficar para trás, e as rádios que não se conscientizarem disso sofrerão as conseqüências.

A nova tecnologia tem o poder de colocar no mesmo patamar todas as emissoras, não importando onde elas estejam, uma vez que tecnicamente estão igualmente preparadas (utilizam o mesmo ciberespaço). O rádio via *Web* equipara todas as rádios. Caem as fronteiras regionais, nacionais e globaliza-se o rádio. Basta clicar com o *mouse* do computador para se ouvir as informações de emissoras de Nova York, de Estocolmo ou do

---

<sup>5</sup> Essa expressão será utilizada no decorrer do ensaio para caracterizar o ouvinte que procura os sites das emissoras de rádio, seja para ouvir notícias ou para ler informações complementares.

<sup>6</sup> Del Bianco, Nélia R. e Moreira, Sônia V. (org). *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999, pp 214.

<sup>7</sup> Barbeiro, Heródoto e Lima, Paulo R. *Manual de radiojornalismo. Produção, ética e internet*. Rio de Janeiro: Campus, 2001, pp37-38.

interior da Bahia, por exemplo. É um mundo sem barreiras, sem possibilidade de cerceamento.

Por mais que o termo globalização tenha quase se transformado em clichê dentro das discussões atuais sobre as mais recentes tecnologias dos meios de comunicação, não há como negar que os novos recursos de mídia possuem capacidade de penetração e impactos globais. Para o rádio isso tem muito a dizer, já que sua capacidade de alcance, que já era grande e significativa, cresce incalculavelmente. Não dá para se ter noção de quem está, no mundo inteiro, disponibilizando as informações que foram produzidas numa determinada emissora, por mais tímida que ela seja. “Uma das principais funções do ciberespaço é o acesso a distância aos diversos recursos de um computador”<sup>8</sup>

### **A Central Brasileira de Notícias**

Em 1º de outubro de 1991 entrou no ar a Central Brasileira de Notícias – CBN – antiga Excelsior do Sistema Globo de Rádio, tendo como principal característica o sistema *all news*, ou seja, 24 horas de notícias diárias, via satélite. A emissora nasceu na contramão da realidade mercadológica, já que as rádios informativas operavam, quase exclusivamente, entre as AMs, enquanto as FMs limitavam-se a cumprir a legislação, que estipula um mínimo de cinco por cento de seu tempo para a transmissão de serviço noticioso. A CBN arriscou e se alojou não só no *dial* da AM, mas também no da FM. O projeto deu certo e, hoje, a emissora é umas das principais rádios noticiosas de todo o país. Operando em rede, a CBN está presente nas principais capitais, com São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Belo Horizonte e conta, ainda, com o apoio de emissoras afiliadas em outros estados brasileiros e de correspondentes nacionais e internacionais. No total, a CBN alcança 20 grandes cidades.

Já no início de sua trajetória, a CBN esteve presente na conferência Rio-92. Produziu *flashes* ao vivo a partir de um estúdio montado no Riocentro - sede dos principais eventos, além de transmitir boletins diretamente do Parque do Flamengo, onde foram montadas as tendas do Fórum Global. Ainda durante o ano de 92, a CBN acompanhou momentos decisivos da política do país, transmitindo os depoimentos na CPI de PC Farias, como o do motorista Eriberto França, uma das principais testemunhas do caso que resultou no impeachment do presidente Fernando Collor. Os melhores momentos dos jogos que

---

<sup>8</sup> Lévy, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999, p 93.

levaram o Brasil ao Tetracampeonato da Copa do Mundo em 1994, também foram transmitidos ao vivo pela CBN, emocionando todo o país. Mais recentemente, a Rádio que Toca Notícia (*slogam* da emissora) acompanhou a cassação dos ex-senadores da República Luiz Estevão e Antônio Carlos Magalhães. Esteve presente, também, nas últimas homenagens prestadas ao romancista Jorge Amado, na Bahia. Esses são apenas alguns dos exemplos que demonstram o raio de alcance da emissora.

Em São Paulo, a CBN, por um bom tempo, operou somente em AM, ganhando em novembro de 1995 um lugar no *dial* das FMs, o que lhe rendeu a menção honrosa por ser a primeira emissora jornalística em FM da cidade pela Associação Paulista de Críticos de Arte. A Associação também premiou a rádio pela melhor cobertura jornalística de 1996.

Já o ano de 1997 marcou uma nova fase da CBN. Uma grande reformulação em sua grade de programação reforçou o conceito de rede nacional da emissora, ampliou o número de afiliadas e posicionou o meio rádio no mercado publicitário. A nova programação da CBN permitiu aos ouvintes o acesso imediato às notícias de outras cidades onde a rede está presente.

Seguindo um padrão norte-americano, a CBN tem por base ligar os eixos político e econômico, dando destaque ao triângulo Brasília-São Paulo-Rio. Não se trata de um projeto popular e sim de uma emissora que tem foco no público formador de opinião, ou seja, empresários, políticos, intelectuais etc.

### **A CBN dentro *Web* – uma descrição da *Home Page***

Com a chegada de outros veículos de comunicação a *Web* (jornais, revistas, televisões), as emissoras de rádio viram-se obrigadas a entrar nessa nova via de comunicação, conforme foi dito antes. A CBN também teve de se adaptar às novas tecnologias para viabilizar sua programação na internet.

Por meio da página [www.radioclick.com.br](http://www.radioclick.com.br)<sup>9</sup> é possível se chegar até a *home page* da Central Brasileira de Notícias. No primeiro plano, o *site* oferece as últimas informações do dia em áudio e texto. O áudio, no entanto, só é disponibilizado se o ouvinte-internauta solicitar, clicando na figura do autofalante, desenhada na tela. Além disso, é possível ouvir,

---

<sup>9</sup> Portal que dá acesso às emissoras do Sistema Globo de Rádio e que disponibiliza rádios segmentadas de música.

ao vivo, a programação da emissora. Pode-se também ouvir os programas mais importantes da rede que foram ao ar no mesmo dia ou em dias anteriores. A página oferece ainda as principais entrevistas que aconteceram no decorrer de uma semana e possui *links* que levam a sites de comentaristas e correspondentes internacionais. Para as informações sobre esportes há um *link* específico que leva ao programa CBN Auto Esporte. Os programas CBN Ecologia e CBN Empresa Voluntária também podem ser acessados por meio de *links*. O mesmo acontece com o Programa do Jô, que é veiculado pela TV Globo e retransmitido, ao vivo, pela CBN. As afiliadas da emissora, em todo país, também podem ser conhecidas (não acessadas), na *home page* que ainda oferece debates que foram ao ar por meio de ondas eletromagnéticas.

Links levam, ainda, o internauta a páginas que detalham a história da emissora; mostram, utilizando fotografias, quem são os âncoras dos principais programas da rede; apontam a programação semanal da rádio; fornecem contatos comerciais e os e-mails dos principais jornalistas da casa e de setores específicos da emissora.

A CBN, numa análise mais ampla, sem se ater a detalhes, oferece diferenciais aos seus ouvintes na internet. Primeiramente, ela não coloca na *Web* a cópia leal de sua programação tradicional, via satélite. A CBN disponibiliza informações extras e uma espécie de arquivo. Vale ressaltar que uma das características da notícia do rádio é instantaneidade e se essa mesma notícia é mantida na internet, ficando por mais tempo “no ar”, ela pode ser acessada e ouvida em diferentes horas. Isso sem falar que, dessa forma, a notícia pode ser armazenada nos PCs individuais das pessoas que se interessarem por ela.

Essa espécie de arquivo talvez seja uma das maiores contribuições da internet para o rádio, enquanto veículo. O arquivo, por meio da transmissão via satélite, era praticamente inexistente. Para própria segurança, a emissora mantém gravada, em arquivo, a programação exata de um mês. Mas apenas isso. Não existe um centro de documentação da emissora. Não há como obter uma notícia que foi ao ar, sobre determinado assunto, há cinco anos, por exemplo. Agora, com a internet, as notícias já podem ser arquivadas.

É preciso falar também da atualização das notícias. O rádio, pela independência e velocidade do veículo, já se mantém atualizado. Dentro da *Web*, mais do que nunca, essa característica do veículo precisa ser respeitada. Caso contrário a página não será acessada. Todo ouvinte-internauta procura informações novas, recentes e não se interessam por

notícias “velhas” e desatualizadas. A página da CBN é atualizada diariamente, sendo que as notícias demoram de ser modificadas num mesmo dia, o que demonstra uma certa lentidão para o meio.

### **A linguagem do rádio dentro da *Web***

“A construção do texto radiofônico exige, além de certa dose de correção gramatical, adequação técnico-lingüística concernente à estrutura do veículo rádio. Trata-se de um texto peculiar, se comparado ao dos outros meios de comunicação. No jornalismo impresso, o leitor, com o texto em mãos, pode ler rápida ou lentamente, superficial ou detidamente, e pode, até mesmo, analisar a interação texto-fotografia. Na televisão, o telespectador, perante a fusão de imagem e som, vê facilitada a decodificação da mensagem noticiosa. O rádio, por sua vez, torna-se o meio mais fugido de alguma expressão da linguagem. O texto radiofônico tem uma única chance de ser ouvido”<sup>10</sup>.

O rádio apoia-se somente no áudio para transmitir suas informações. Contudo, antes de ele apoiar-se na audição e na oralidade, conta com um texto redigido previamente. Existe, então, uma relação entre o texto escrito e o texto falado. Isso ocorre porque o texto do rádio é escrito para ser falado e para ser ouvido. Como fazer, então, para que um texto, preso à norma culta, seja falado e não lido (uma vez que o rádio exige espontaneidade e não se fala como se escreve e vice-versa)?

“A construção do texto radiofônico requer o uso de um estilo próprio oral-auditivo, conseguido a partir de características específicas, no que se refere às condições de tempo, dinâmica, melodia, sons complementares, voz, articulação e linguagem”<sup>11</sup>. O tempo se refere à velocidade da fala. A dinâmica trata da ênfase da frase, dos elementos estilísticos concernentes às pausas, às alterações rítmicas etc. A melodia se caracteriza pela seleção de palavras eufônicas. Os sons complementares consistem em determinados recursos que não se configuram como entrevistas, isto é, são declarações e testemunhos que só ampliam dados (sonoras). A voz humana dá conta de conduzir as mensagens e, no uso da voz, a articulação deve complementar a clareza: o volume e sua intensidade, devem ser

---

<sup>10</sup> Del Bianco, Nélia R. e Moreira, Sônia V. (org). *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999, pp 15-16.

<sup>11</sup> Muñoz, José Javier e Gil, Cesar. *La Radio: teoria Y practica*. La Habana: Pablo de La Torriente, 1990, p 57.

observados, por exemplo. Já a linguagem do comunicador, seja qual for o estilo, deve atentar para uma formação adequada do texto radiofônico. Para a produção adequada desse texto, considera-se, conforme alguns autores, que ele pode tender a uma normatividade técnica (atendendo a especificidade do veículo), a uma normatividade gramatical (atendo-se ao uso da linguagem correta como a que se escreve) e a uma normatividade lingüística (indo ao encontro da espontaneidade da linguagem falada). No entanto essas três normas coexistem e formam o texto radiofônico.

Para a internet, o rádio, disponibilizado ao vivo, pode utilizar a mesma linguagem propagada via satélite, já que será ouvido, só que por meio de outra tecnologia. Já as notícias que são armazenadas, para que sejam ouvidas posteriormente, devem além de usar a informação falada, utilizar textos escritos. É aí que entram os recursos oferecidos pela internet. O hipertexto é um deles. Segundo Pierre Lévy, “tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Esses nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou podem ser eles mesmos. Funcionalmente, um hipertexto é um tipo de programa para a organização de conhecimentos ou dados, a aquisição de informações e a comunicação”<sup>12</sup>. É exatamente assim que funciona o hipertexto para o rádio. Ele complementa a notícia que foi veiculada (seja via satélite ou via modem) por áudio. Com um simples clique do mouse, o ouvinte-internauta pode obter informações complementares e mais profundas sobre determinada notícia que o interesse. É basicamente o hipertexto que complementa a linguagem radiofônica na internet. Isso sem falar na tecnologia utilizada para a disponibilização do áudio via modem. Esse seria um capítulo a parte que trataria somente das tecnologias que vem sendo utilizadas.

### **A participação da audiência**

O rádio é considerado um veículo bastante popular, principalmente por permitir a participação do público dentro da programação. Isso ocorre principalmente nas emissoras de entretenimento, que têm programações que giram em torno de música e comportamento. Dentro da rádio informativa, há também a participação do ouvinte, mas com um pouco mais de cuidado. Não é usual, por exemplo, colocar, no ar, ao vivo, comentários e

---

<sup>12</sup> Lévy, Pierre. *As tecnologias da inteligência. O futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: Ed. 34, 1993, p 33.

reclamações dos ouvintes. No caso da CBN, vários recursos são utilizados. Participações gravadas, comentários enviados à redação via fax e e-mail são as formas encontradas pelos ouvintes da emissora para fazer inserções na programação. Mas antes de ser jogado no ar, tudo o que é enviado para a rádio passa por uma seleção, para que não seja ferida a conduta ética do jornalismo da emissora e nem a linha editorial, que diz respeito a posições políticas e econômicas. Eis o motivo que leva muitas rádios noticiosas a não permitirem a participação, ao vivo, da audiência.

Com a rádio na internet os ouvintes podem participar de forma mais ativa da programação das emissoras informativas. O e-mail, que já é uma das formas mais utilizadas de comunicação entre emissora e audiência, passa agora a ser usado com mais frequência. Nele, o ouvinte pode comentar de forma mais ampla uma notícia ou enviar uma sugestão ou reclamação sem limitação de tempo.

### **Comentário final**

Esse é apenas um tímido ensaio baseado no projeto de pesquisa *A Extensão do Radiojornalismo por meio da Web* que irá se tornar uma dissertação de mestrado, futuramente. As análises, as interpretações e o trabalho em cima dos conceitos estão apenas começando. Já é sabido, no entanto, que o rádio informativo no Brasil, embora seja sintonizado por boa parte da população, destina-se principalmente a camada mais empobrecida da sociedade. O caso da CBN, objeto do estudo, no entanto, é outro. É uma rádio que destina sua programação aos públicos denominados A e B, ou seja, os formadores de opinião. Por isso, a emissora, assim como muitas outras do segmento, não poderia estar de fora da via de comunicação emergente em todo o mundo – a internet. Para estar dentro desse novo meio a rádio precisou disponibilizar sua programação ao vivo e adaptar-se às exigências da *Web* (ou seria dos internautas?), ainda que de forma não satisfatória.

Dentre as transformações qualitativas que vem sofrendo o rádio, dentro da internet, enquanto veículo, destaque para a discussão do arquivo. Na rede, o arquivo pode ser disponibilizado constantemente, dando ao rádio essa nova possibilidade, antes “desconhecida” pelo veículo que tem como característica principal a instantaneidade da notícia que se “dissolve” em minutos ou até segundos.

Quanto à análise jornalística da notícia pode-se falar que a formatação da notícia foi modificada. Agora a notícia do rádio está sendo complementada pela notícia da *Web*, por meio de hipertextos e links. A programação, transmitida via satélite, também está disponível no novo meio, sem modificações. Via modem, o ouvinte-internauta pode, em qualquer parte do mundo, ouvir toda a programação que uma outra pessoa está ouvindo dentro de seu veículo em qualquer rua das cidades abastecidas pelas informações da rádio que opera em rede nacional.

### Bibliografia

BARBEIRO, Heródoto e Lima, Paulo R. *Manual de radiojornalismo. Produção, ética e internet*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DEL BIANCO, Nélia R. e Moreira, Sônia V. (org). *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

\_\_\_\_\_. *As tecnologias da inteligência. O futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: Ed. 34, 1993.

MUÑOZ, José Javier e Gil, Cesar. *La Radio: teoria y practica*. La Habana: Pablo de La Torriente, 1990.