



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

CAMILA BRAUNAS DE OLIVEIRA

ART DECO EM GOIÂNIA: UM MOVIMENTO, UM PODCAST

**GOIÂNIA
2020**



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CAMILA BRAUNAS DE OLIVEIRA

ART DECO EM GOIÂNIA: UM MOVIMENTO, UM PODCAST

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado a Escola de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás como requisito final para a conclusão do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, orientado pelo Professor Me. Luiz Serenini Prado.

GOIÂNIA

2020

FOLHA DE APROVAÇÃO

CAMILA BRAUNAS DE OLIVEIRA
ART DECO EM GOIÂNIA: UM MOVIMENTO, UM PODCAST

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado a Escola de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás como requisito final para a conclusão do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, orientado pelo Professor Me. Luiz Serenini Prado.

Aprovada em _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Luiz Serenini Prado (Orientador)

Denise Daudth Bandeira (Convidado)

Bernadete Coelho de Sousa Santana (Convidado)

Dedico esse trabalho a toda a minha família. A todos que me incentivaram a seguir em frente e nunca desistir dos meus sonhos. Em especial a minha avó, que sempre me inspirou a ser uma pessoa melhor, de valores e princípios e que acima de tudo me ensinou a ser grata por tudo que tenho.

AGRADECIMENTOS

A minha caminhada acadêmica não foi fácil, ao longo desses anos os dias foram cheios de desafios, obstáculos e momentos difíceis, porém hoje, chegando ao final dessa jornada, percebo que cada minuto valeu a pena. Dentro do âmbito universitário tive a oportunidade de desfrutar de tudo o que foi oferecido pela universidade, passando por vários tipos de experiência, o que agregou imensamente a mim como pessoa e uma futura profissional. Deixo aqui os meus agradecimentos a todos que contribuíram de alguma forma para esse crescimento.

Agradeço primeiro a Deus por ter me mantido na trilha certa durante este projeto de pesquisa, com saúde, sabedoria e forças para chegar até o final. Agradeço a minha família por todo o incentivo, colaboração e apoio ao longo desses anos de curso e no processo de produção desse trabalho. Agradeço aos meus amigos por todo apoio, principalmente aqueles que Pontifícia Universidade Católica de Goiás trouxe para a minha vida.

Agradeço a todos os colaboradores e funcionários dos órgãos que aceitaram participar desse projeto e enriquecê-lo ainda mais. Suas falas foram essenciais no auxílio de informações para a concretização do Podcast. E por fim, agradeço ao meu orientador por ter aceitado participar desse projeto e por toda paciência e aprendizado ao longo desses dois últimos períodos.

“Se você falar com um homem numa linguagem que ele compreende, isso entra na cabeça dele. Se você falar com ele em sua própria linguagem, você atinge seu coração”, Nelson Mandela.

Resumo

O presente trabalho pretende retratar, os monumentos Art Déco existentes em Goiânia. O projeto trabalha desde o processo de urbanização da capital, os patrimônios culturais tombados e os processos referentes há preservação desses monumentos. A relevância deste trabalho se dá através do debate sobre a apropriação cultural de um povo, e a educação patrimonial, para que assim a população possa reconhecer e juntamente ao governo ajudar a preservar os monumentos que fazem parte da história do Estado e manter vivos aspectos tradicionais que serão passados para as gerações futuras.

Palavras-chave: Arte Déco. Construção de Goiânia. Cultura. Patrimônio Cultural Tombado. Podcast,

ABSTRACT

This work intends to portray the Art Déco monuments existing in Goiânia. The project works since the urbanization process of the capital, the culture heritage listed and the processes related to the preservation of these monuments. The relevance of this work is given through the debate about the cultural appropriation of a people, and heritage education, so that the population can recognize and together with the government help preserve the monuments that are part of the state's history and keep traditional aspects alive that will be passed on future generations.

Key words: Art Deco. Culture. Culture Heritage listed. Goiania Construction. Podcst.

SUMÁRIO

CAPÍTULO I

Introdução.....	10
1 Comunicação sonora: Como tudo começou.....	11
1.2 A primeira forma de comunicação sonora. O perfil do consumidor de sons.....	12
1.3 O AM e o FM.....	15
1.4 O rádio no Brasil: Formatos e Mutações.....	17
1.5 A rádio comercial brasileira.....	21
1.6 Adaptações a novas realidades: o desafio da TV, o desafio do digital.....	32
1.7 Rádio: novas linguagens.....	39
1.8 A extrema segmentação: Meu rádio, minha tribo.....	43

CAPÍTULO II

2 Os Podcasts.....	46
2.1 Podcast no Brasil.....	48
2.2 Plataformas de Straming e Podcast	49
2.3 Comunicação Sonora: o que vem pela Frente	51
2.4 O Podcast: Arte Déco em Goiânia: Um movimento, um Podcast.....	53
2.5 O movimento Arte Déco.....	53
2.6 A Arte Déco em Goiânia.....	54
2.7 Episódios do Podcast.....	55

CAPÍTULO III

3. Delineamento do Produto.....	56
3.1 Formato.....	57
3.2 Definição das Pautas e Entrevista.....	57
3.3 Roteirização e Gravações.....	57
3.4 Diário de produção.....	58
3.5 Duração.....	59
3.6 Personagens.....	59
3.7 Publico.....	60
3.8 Viabilidade e Veiculação.....	60
3.9 Linguagem.....	60
3.10 Considerações Finais.....	62
Apêndices.....	64

Folhas	de
sinalização.....	68
Referências.....	88

1 INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação são instrumentos utilizados para levar a informação ao homem. Ao longo dos anos a comunicação deixou de ser somente no boca a boca e passaram a se valer de invenções como o rádio, a televisão, o telefone, os jornais, o cinema e outros.

Com os desenvolvimentos tecnológicos, os meios de comunicação avançaram, o que proporcionou a difusão de informações para todo o mundo em tempo real, através de um aparelho de telefone celular. Com a grande demanda de acessar conteúdos de qualquer lugar do mundo, as plataformas de streaming têm ganhado cada vez mais espaço na vida das pessoas. Essas novas formas de se relacionar mediante a tecnologia nos remete em como todo o processo de comunicação começou e o quanto avançou e ainda vai avançar futuramente.

Este trabalho dá ênfase para a comunicação sonora, que do rádio saltou para os *smartfone*¹ e hoje com o uso de diversos aplicativos nos possibilita a simultaneidade de fazer atividades essenciais ao mesmo tempo em que podemos ouvir uma música. Devido a essa facilidade os podcast tem conquistado uma gama de fãs ao decorrer de alguns anos, principalmente aqui no Brasil.

¹ O smartphone é um tipo de aparelho celular que agrega também algumas funções dos computadores.

CAPÍTULO I

1. COMUNICAÇÃO SONORA: COMO TUDO COMEÇOU.

A comunicação, na forma comum em que é conhecida, é o princípio básico que permite a troca de informação entre duas ou mais pessoas. Um processo social que vem desde os primórdios, através do qual os seres humanos criam e interpretam mensagens que ganham significados e podem gerar uma ou mais respostas. Por meio da comunicação foi possível a humanidade evoluir e manter crenças, costumes, valores, culturas, tradições e várias outras formas de se manter viva a história de evolução da sociedade. A comunicação pode ser feita de forma verbal, utilizando-se de palavras como código de linguagem, de forma não verbal, utilizando códigos de linguagem faciais, corporais e gestos, e a forma de linguagem mista, que envolve audição, visão e movimento – como ocorre com a televisão, teatro e cinema.

Mas nem sempre foi assim. Desde o princípio, para garantir sua sobrevivência, o homem vem se adaptando aos meios em que vive. Um processo de evolução que permitiu à espécie humana o desenvolvimento de habilidades, capacidades e técnicas, que por sua vez possibilitaram a caça, a criação de armas, e ferramentas para o cultivo da terra. Para além dessas habilidades, as adaptações nos modos de linguagens se mostrava essencial para uma transformação completa. A princípio, para entender melhor o espaço em que vivia e vendo a necessidade de registrar alguns momentos, o homem começou a formar algumas figuras nas paredes de pedras das cavernas onde vivia.

Através de desenhos o homem percebeu que poderia transmitir um pensamento, uma mensagem. As palavras começam a surgir em forma de grunhidos, sons copiados da natureza, que sofreram modificações ao longo do tempo, usados de forma a dar nome e significados às coisas. Não se sabe ao certo como os homens primitivos começaram a se comunicar entre si, se foi por meio de grunhidos, gritos, gestos ou se foi a junção de todos esses elementos. Para Bordenave, o homem associou sons e gestões para designar um objeto, o que deu origem ao signo (1982, p.24). Assim em determinado momento da história o homem começou a associar um som ou gesto a certos objetos e ações. Na visão de Bordenave:

Qualquer que seja o caso, o que a história mostra é que os homens encontraram a forma de associar um determinado som ou gesto a um certo objeto ou ação. Assim nasceram os signos, isto é, qualquer coisa que faz referência a outra coisa ou ideia, e a significação, que consiste no uso social dos signos. (BORDENAVE, 1982, p. 24)

Esses pequenos sons no princípio foram chamados de grunhidos e foram adquirindo clareza ao longo do tempo, e ganhando sentido, o que facilitava a comunicação entre os seres da mesma tribo. Quando os grunhidos começaram a evoluir para palavras, a cultura oral, a fala, o homem pode passar seus conhecimentos para outras pessoas, ou seja, passar o que sabia e entendia adiante. Os mais velhos faziam isso de modo oral - e esse modo de compartilhar informações segue até os dias de hoje – até o desenvolvimento de símbolos que representavam objetos e ideias. De acordo com Gontijo, a história da comunicação evolui juntamente com a história da humanidade.

A história das comunicações evolui no mesmo trilho da história da humanidade. Pelo simples fato de que a última só existe porque de alguma forma foi relatada de pai para filho, de tribo para tribo, de cidade para cidade, de país para país por meio de indivíduos e de tecnologias que expandiram os recursos do corpo humano. Os meios de comunicação são extensões de nosso corpo, e suas mensagens, de nossos sentir e pensar. (GONTIJO, 2004, p. 11).

A fala abriu o caminho para o homem e possibilitou que o mesmo pudesse desenvolver ainda mais as suas capacidades. Assim, desenvolveram-se vários idiomas e formas de linguagem, expressando, de forma clara, vontades e ideias. A partir desse momento os meios de comunicação foram se expandindo e passaram por várias modificações ao longo do tempo dando origem à escrita, a impressão, a tipografia e outros, até o surgimento do rádio, o primeiro meio que possibilitou a comunicação sonora não mais predominantemente de um-para-um, mas sim de um-para-muitos. Era a comunicação de massa que pedia passagem.

1.2 RÁDIO: A PRIMEIRA FORMA DE COMUNICAÇÃO SONORA. O PERFIL DO CONSUMIDOR DE SONS.

As ondas eletromagnéticas foram de grande importância para o desenvolvimento da tecnologia. Foi Maxwell que previu a existência desse tipo de

energia magnética em 1856, e Hertz mais de 30 anos depois realizou a comprovação dos estudos iniciados por ele.

O padre brasileiro Roberto Landell de Moura é considerado um dos pioneiros no trabalho com o uso de ondas de rádio, ou seja, as ondas eletromagnéticas, para a transmissão de informações sonoras, levando conhecimento e mensagens de um lado para o outro sem a utilização de cabos ou fios. Dessa forma a primeira demonstração pública de uma transmissão de voz foi no ano de 1901, em São Paulo, que cobriu uma região com cerca de 8 quilômetros.

Nessa época, a comunicação era feita através do uso de outros meios, como telégrafo com fio; do telefone com fio; e por código Morse. Antes da demonstração feita por Landell de Moura, ninguém havia conseguido fazer a transmissão de voz humana usando os sinais de rádio. Em 1901 o religioso conseguiu a patente para investir no desenvolvimento de um equipamento que ajudaria a realizar a transmissão fonética a distância, através do espaço, com ou sem o uso de fios e cabos.

Porém o padre não conseguiu apoio por partes de entidades governamentais e nem mesmo da igreja, então mudou-se para os Estados Unidos, onde conseguiu patentes como transmissor de ondas; telefone sem fio; e o telégrafo sem fio. Com o apoio das patentes retornou ao Brasil, pensando que conseguiria apoio no país tendo em mente a Marinha, porém isso não aconteceu, e a descobertas de Roberto não pode ser usada para fazer a comunicação entre navios.

A falta de conhecimento do Brasil em relação ao que já era produzido na Europa e nos Estados Unidos pelos cientistas, prejudicou o possível desenvolvimento do rádio como uma tecnologia nacional na comunicação. Sem esperanças, Landell abandonou as pesquisas e decidiu se dedicar à vida religiosa. Algum tempo depois de esquecer suas patentes, os americanos começaram a explorar comercialmente a descoberta, que já contava com estudos avançados na época. A importância do trabalho do padre só ganhou reconhecimento anos depois, quando o Telebrás (Telecomunicações Brasileiras S/A) deu o nome do religioso Padre Landell de Moura ao seu centro de pesquisas. Os radioamadores brasileiros têm o religioso como patrono. Estudos da Unicamp – Universidade de Campinas, São Paulo, dizem que:

Assim a invenção do rádio é atribuída a Loomis para os americanos, Hertz para os alemães, a Branly pelos franceses, a Popov pelos russos, a Marconi pelos italianos, a Lodge pelos ingleses. Para os brasileiros, esta primazia cabe ao Padre Roberto Landell de Moura, por seu pioneirismo nas telecomunicações, considerado o Patrono dos Radioamadores Brasileiros. (UNICAMP, 2000)

Oficial e historicamente, atribui-se a descoberta do rádio a Guglielmo Marconi². O instrumento é a junção da telegrafia, do telefone sem fio e das ondas de transmissão. Em 1860, o escocês físico James Dewar descobriu as ondas de rádio, que tinham a capacidade de enviar som. Essas ondas possuíam uma rápida variação da corrente elétrica para o espaço, e se moviam em forma de ondas radiofônicas. A descoberta foi apresentada em 1886 por Heinrich Hertz.

O italiano Guglielmo Marconi foi o responsável por estabelecer em uma linha telefônica os sinais de rádio, dando a invenção o nome de telégrafo sem fio. A primeira transmissão de rádio foi em um evento esportivo para o jornal de Dublin. No ano de 1901, Marconi recebeu o Prêmio Nobel de Física. Segundo Larson, Marconi não se considerava um físico.

Para Marconi, receber o prêmio foi uma honra imensa e completamente inesperada, pois nunca se considerara um físico. Na abertura de sua palestra na entrega do prêmio em Estocolmo, Marconi reconheceu que nem era um cientista. “Posso mencionar”, disse, “que nunca estudei física ou eletrotécnica da forma tradicional, apesar de ter, quando garoto, um interesse profundo nestes temas”. Ele também admitiu com franqueza que ainda não entendia totalmente por que era capaz de transmitir sinais através do Atlântico, somente sabia que podia fazê-lo (LARSON, 2007, p. 398).

O aparelho desenvolvido ainda não era como o rádio que conhecemos hoje, fazia somente a transmissão de sinais. O rádio começou a transmitir voz em 1921, e em 1922 houve a introdução de ondas curtas. Na época ocorreu uma grande disputa judicial entre Marconi e Nikola Tesla³, que em 1943 ganhou a disputa e foi reconhecido como verdadeiro inventor do rádio. Mas a fama de Marconi já havia se espalhado, garantindo ao italiano uma boa parcela de credibilidade, ressaltando assim os estudos feitos por ele.

² Guglielmo Marconi foi um cientista e inventor italiano que criou o primeiro telégrafo sem fio, isto é, um telégrafo que mandava mensagens através do ar. Essa invenção foi o ponto de partida para o rádio.

³ Nikola Tesla foi um inventor sérvio no campo da engenharia mecânica e eletrotécnica.

No início do século XX, em 1906, nos Estados Unidos, Lee De Forest criava a válvula radioelétrica, instrumento que permitia o aproveitamento das ondas eletromagnéticas para a propagação de informações sonoras.

A primeira transmissão feita com voz e música por ondas de rádio foi em dezembro de 1906, nos Estados Unidos. Foi o canadense Reinald Fressenden que reproduziu por uma hora conversas e músicas para radioamadores. Os primeiros emissores apresentavam algumas dificuldades para sintonizar nas estações, devido a isso a massificação do rádio só ocorreu em 1927. Após a Primeira Guerra Mundial, os governos passaram a monitorar as transmissões que eram feitas, em sua maioria de forma clandestina. Aos poucos o próprio governo passou a utilizar-se do rádio, o que acarretou a abertura de várias emissoras em 1922.

As primeiras emissoras de rádio se desenvolvem após a primeira Guerra Mundial. Na época dos conflitos, a transmissão das ondas eletromagnéticas ficou sob o controle do governo dos países que se encontravam em guerra. Após os conflitos surgem várias estações de rádio.

Porém o rádio não era para todos. Como ocorre em um processo natural de mercado, os primeiros aparelhos de radiofônicos lançados na sociedade de modo geral eram caros, sendo adquiridos somente pela elite da sociedade. Quando a primeira emissora de rádio surge, somente a classe A consegue sintonizar e acompanhar a programação.

Naturalmente esse novo meio vai ganhando mais adeptos, o público começa a se interessar, e a produção dos aparelhos vai caindo de preço, o que faz com que o rádio fique mais acessível para as pessoas. A audiência das emissoras começa a subir e as programações se tornam cada vez mais populares, caindo no gosto dos ouvintes. Seguindo um caminho natural, as rádios vão se direcionando para esse novo público.

Dessa forma, era muito comum as famílias mais humildes, que não tinham condições de adquirir os aparelhos radiofônicos, se reunirem com as famílias que tinham o aparelho para acompanhar a programação. As pessoas iam uma para as casas das outras para poder ouvir as novelas.

Em um período curto, a radiodifusão se espalhou por todo o mundo. A primeira grande empresa de telecomunicações foi criada em 1919, a Rádio Corporation Ir América (RCA), na sequência vieram a National Broadcasting Company (NBC), em 1926, e a Columbia Broadcasting System, em 1927. Conforme

o número de emissoras começava a subir, juntamente com o número de receptores, nos EUA: os aparelhos de rádio, que era cerca de 50 mil em 1922, saltam para mais de 4 milhões em 1925.

1.3 O AM e o FM

O rádio alcançou uma enorme popularidade entre os anos 30 e 60, as emissoras se profissionalizaram e os equipamentos usados como transmissores e aparelhos receptores se tornaram mais potentes. Ocorre ampliação também nas correntes das emissoras, ou seja, na separação de ondas, o que permite a melhora do som, evitando problemas de interferência. Devido as mudanças que ocorreram o rádio passa a ser capaz de difundir música em sua programação.

Na segunda Guerra Mundial são usadas novas frequências de ondas, devido aos avanços tecnológicos. As primeiras emissoras utilizando frequência modulada (FM) são produzidas nos Estados Unidos da América, em 1942. A FM permitia a recepção em alta-fidelidade (qualidade técnica), mas em compensação o alcance era pequeno. A difusão em amplitude modulada (AM), tinha um longo alcance, mas sofria algumas limitações de qualidade, a frequência dos sinais não se alterava, apenas a amplitude, ou seja, o alcance.

Os canais AM não permitiam a transmissão dos tons mais altos de música, o que era possível pelo canal FM, que utilizava altas frequências. Mas somente com o uso do satélite que as emissoras de FM ganham meios para melhorar seu alcance. Em 1958, ocorre a primeira transmissão via satélite, com o *Score I*, conhecido como o primeiro satélite de telecomunicações, um grande avanço tecnológico na área da radiodifusão. Com o uso de satélite as emissoras conseguiam irradiar seus programas com pouca interferência para o mundo todo no ano de 1958.

Daí para frente o rádio passou a ganhar fama mundial e começou a se desenvolver de forma pessoal em cada país. O conceito de comunicação de massa⁴ se tornou possível a partir do desenvolvimento do aparelho radiofônico. O rádio permitiu que as informações fossem amplamente transferidas, dentro do país, e também de maneira internacional. O aparelho de áudio é um instrumento de prestação de serviços, com um grande alcance entre as pessoas. A radiodifusão se

⁴ McQuail (1987, p. 29) diz que o termo massa, em âmbito social, tem um significado negativo e um positivo. No primeiro caso, pode designar multidão, no sentido de grupo de pessoas ignorantes e manipuláveis. No segundo, pode designar solidariedade ou pessoas organizadas para fins coletivos.

torna um meio de comunicação de grande importância, fundamental na vida dos cidadãos. Os ouvintes da radiodifusão, não pagavam nada para ter acesso ao serviço em meados da década de 60.

O rádio é um veículo de comunicação de massa que por meio de ondas eletromagnéticas atinge um público numeroso, anônimo e heterogêneo. Sua audiência é formada por um número considerável de ouvintes por ter a possibilidade de atingir uma extensa área de cobertura. O rádio só é limitado pela potência dos transmissores e pela legislação, que determina sua frequência, amplitude e potência. Sua audiência é anônima, pois o comunicador não sabe individualmente onde está cada um de seus ouvintes. Seu público ouvinte é heterogêneo, por causa da abrangência de pessoas de diversas classes socioeconômicas, com anseios e necessidades diferentes. O rádio, como emissor, utiliza a linguagem oral. Ele “fala” a mensagem e o receptor ouve. O ouvinte não precisa ser alfabetizado (CÉSAR, 2005, p. 163).

O rádio é um meio de comunicação baseado na difusão de informações sonoras por meio de ondas eletromagnéticas, que se dão em várias frequências. Para além da radiodifusão, as ondas eletromagnéticas também são usadas em transmissões de telefone, de radar, de televisão, em sistemas de navegação e nas telecomunicações.

1.4 O RÁDIO NO BRASIL: FORMATOS E MUTAÇÕES.

O rádio chegou ao Brasil em 1922, durante a exposição em comemoração do Centenário da independência do país. A empresa americana *Westinghouse Electric International Co.*⁵ instalou alto-falantes no topo do Corcovado, e na Praia Vermelha. A primeira transmissão foi feita à distância e sem fios, para que os ouvintes pudessem acompanhar a ópera *O Guarani*, de Carlos Gomes, e o pronunciamento do presidente da época, Epitácio Pessoa. Momento esse que inaugurou a radiotelegrafia brasileira. Após o discurso do presidente a transmissão seguiu com música lírica e conferências, captadas por 80 aparelhos de rádio distribuídos pelas cidades de São Paulo, Niterói e Petrópolis. Quando a festividade chegou ao fim, o rádio saiu do ar, e outra transmissão só foi acontecer no ano seguinte.

A primeira emissora de rádio do Brasil foi fundada por Edgard Roquette-Pinto médico, antropólogo, secretário da Academia Brasileira de Ciências, juntamente

⁵ A Westinghouse Electric Corporation é uma organização fundada por George Westinghouse em 1886 como Westinghouse Electric & Manufacturing Company.

com os cientistas que estavam sobre seu comando, contando também com a ajuda de Henry Morize, na época presidente da Academia e diretor do Observatório nacional.

A emissora Rádio Sociedade do Rio de Janeiro – atual rádio MEC - transmitia programas educativos e culturais, o que influenciou várias rádios amadoras que apareceram no país nos anos de 1920, como a Rádio Clube Paranaense, em Curitiba. No dia sete de setembro de 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro entrou no ar. Segundo Castro, a emissora Sociedade era uma fonte de informações que, a princípio, parecia uma extensão da Academia de Ciências.

Não era nada parecido com a rádio que logo se faria no Brasil. Ao contrário, com o seu programa de “educação em massa”, a Rádio Sociedade parecia, a princípio, uma extensão da academia de Ciências. Os acadêmicos faziam tudo: produziam, escreviam e apresentavam os programas. Roquette dava o exemplo, acordava todos os dias às 5 da manhã, lia os matutinos, circulava com seu lápis de duas cores tudo que lhe parecesse interessante e, duas horas depois, estava diante do microfone apresentando o “Jornal da Manhã”, lia as notícias, com destaque para o noticiário internacional, e comentava-as para os ouvintes. (CASTRO, 2002, p. 6)

Roquette-Pinto⁶ definiu a primeira transmissão de rádio no Brasil, da seguinte forma: “Tudo roufenho, distorcido, arrombando os ouvidos, era uma curiosidade sem maiores consequências”.

Em 1933, Roquette-Pinto chama seu amigo, o educador Anísio Teixeira, Secretário da Educação, para fundar uma rádio escola, que seria mantida pela Prefeitura do Rio de Janeiro. Com o auxílio de equipamentos e funcionários da Rádio Sociedade, a Rádio Escola Municipal também conhecida como PRD-5 começa a funcionar no ano seguinte. Anísio pede para ser o primeiro diretor, Roquette aceita com a esperança de que a nova estação do Largo Carioca escape do comercialismo. Para evitar a morte ou a desfiguração da rádio sociedade, Roquette procura reverter seus canais para o ministério da Educação e Saúde.

No ano de 1936, é proposto ao Governo da República por Roquette-Pinto, a doação da Rádio Sociedade ao Ministério da Educação e Saúde, com a condição de que esta permaneça com caráter exclusivamente cultural. Com a transferência realizada de acordo com as negociações para a doação surge a Rádio Ministério da

⁶ Edgard Roquette-Pinto foi um médico legista, professor, escritor, eugenista, antropólogo, etnólogo e ensaísta brasileiro. Membro da Academia Brasileira de Letras, é considerado o pai da radiodifusão no Brasil. Criador da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, com o intuito de difundir a educação por este meio, por volta de 1923.

Educação, primeira emissora do país dedicada exclusivamente a educação da população brasileira. Maria Cristina Leal faz referência a esse processo de doação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em seu artigo intitulado *Nas ondas da razão e da ciência: a rádio educação como instrumento da modernidade no Brasil dos anos 20 aos 50*. Segundo Leal:

Em 7 de setembro de 1936, a Radio Sociedade do Rio de Janeiro, tornou-se Radio Ministério da Educação e Cultura, primeira emissora dedicada exclusivamente à radio-educação. Um slogan de Roquette-Pinto abria, diariamente, a sua programação: “Pela cultura dos que vivem em nossa terra, pelo progresso do Brasil”. (LEAL, 2003, p. 3)

A Lei nº 1378, de 13 de janeiro de 1937, organizou a Rádio do Ministério da Educação e Cultura (MEC) e instituiu o serviço de Radiodifusão Educativo, destinado a promover, programas com caráter educativo. O primeiro diretor da emissora foi o próprio Roquette-Pinto que definiu uma linha de programação diversificada para a emissora, atendendo assim os fins culturais e educacionais. A programação era composta por operas ao vivo, palestras de temas diversos e programas dedicados à literatura. Na área da educação havia aulas de esperanto, Italiano, Português, Frances, Inglês, História natural, Física e Química. Para Roquette, o rádio era justamente um meio de democratizar a educação e a cultura, palavras do próprio que ficam bem evidente no texto transcrito por Ruy Castro:

O rádio é a escola dos que não tem escola. 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 dos enfermos é o guia dos sãos – desde que o realizem com espírito altruísta e elevado. (CASTRO, 2004, p. 10).

Ao defender a transmissão de programas educativos pelo rádio na tentativa de reduzir os elevados índices de analfabetismo da sociedade de sua época, se empenhando na luta para democratizar o acesso ao conhecimento. Mesmo não alcançando muito sucesso, sua iniciativa abriu as portas para uma série de outras experiências consideradas inovadoras, que se valeram do rádio como um meio de comunicação capaz de melhorar a instrução da população brasileira.

Se utilizando do espaço ocioso dos transmissores adquiridos pela União junto a Western, o Brasil entra definitivamente na era das comunicações eletrônicas, com

o início das operações da rádio do Rio de Janeiro, em 1º de maio de 1923. A princípio o rádio atua no âmbito da burguesia.

De volta a trajetória do rádio no país, o crescimento do equipamento em sua primeira década de existência no Brasil se deu de forma lenta, pois como já dito, a legislação brasileira não permitia a veiculação de textos comerciais o que dificultava a sobrevivência financeira das Rádio sociedades, que sobreviviam através de doações de amigos e sócios.

O rádio não era acessível para todos. Os primeiros aparelhos lançados na sociedade de modo geral eram caros, sendo adquiridos somente pela elite da época, ou seja, só os bens afortunados conseguia acompanhar a programação. Tempos depois, de forma natural, essa nova tecnologia vai ganhando adeptos, o público começou a esboçar interesse. A produção dos aparelhos cai de preço, o que torna o rádio mais acessível para as pessoas de diversas classes no país. A audiência das emissoras começa a subir e as programações se tornam cada mais populares. Dessa forma o rádio começa a fugir dos princípios iniciais planejados por Roquette-Pinto.

Porém tal fato não impedia que as emissoras mesmo não tendo intervalos comerciais, tivesse seus programas patrocinados por anunciantes específicos cujos produtos eram recomendados para o público ao longo do programa.

As modalidades de rádios como a rádio sociedade e rádio clube, surgem em todo Brasil, o princípio era basicamente o mesmo, onde um grupo de pessoas pagavam uma mensalidade para a manutenção do equipamento e o salário dos funcionários, e alguns ainda cediam discos para serem ouvidos por todos. Característica essa adotada por Roquette-Pinto, que tornou possível, em um primeiro momento, a radiodifusão, que só se transformou em um meio de comunicação de massa na década de 1930, com a introdução do rádio comercial e a redução do preço dos aparelhos receptores.

Em meados de 1927, começa a era eletrônica do rádio. O som dos discos não precisa mais ser captado por microfones, o toca-discos tinha sido conectado a uma mesa de controle de áudio e o volume podia ser controlado eletronicamente. Com estúdios mais ágeis, as produções dos programas radiofônicos ficam mais aprimoradas.

Com a abertura do rádio espetáculo a partir do trabalho de César Ladeira, a princípio na Record, de São Paulo, e depois na Mayrink Veiga, no Rio de Janeiro,

abrem-se as possibilidades para que o veículo atenda às necessidades de divulgações de produtos e serviços de terceiros. Ortriwano atribui a ele a criação de elenco exclusivo e remunerado, base da profissionalização do meio que irá permitir o surgimento dos programas de auditório, humorísticos e novelas, principais conteúdos para o mercado anunciante da época.

Logo no início desses anos 30, o rádio também já veiculava propaganda política e, em determinados episódios, como a Revolução Constitucionalista de 1932, em São Paulo, conclamou o povo em favor da causa política, com César Ladeira ganhando fama nacional como locutor oficial da revolução, através da Rádio Record, que, aliás, foi pioneira em múltiplos sentidos. Primeira líder de audiência, introduziu a programação política, ao trazer os políticos aos seus microfones – para “palestras instrutivas”, como dizia seu proprietário, Paulo Machado. Depois, organizaria a cadeia de emissoras paulistas na propaganda da Revolução Constitucionalista, em 1934 torna-se agente da reviravolta que se oporia na programação das emissoras brasileiras logo a seguir. (ORTRIWANO, 1985, p. 17)

Com o surgimento de programas de entretenimento o rádio avançava para o desenvolvimento de mais uma fase, entrando assim na era comercial das emissoras de rádio brasileiras.

1.5 A RÁDIO COMERCIAL BRASILEIRA

No início da década de 1940 o rádio se torna um veículo mais popular. Surge o rádio comercial, após a emissão de um decreto permitindo a atividade publicitária – Decreto nº 21.111, de 1º de março de 1932, autorizava 10% da propaganda da rádio a ter comerciais. Diante disso, a produção erudita passou a ser popular e os proprietários mudaram seus interesses de educativos para mercantis. A competição gerou desenvolvimento técnico, popularidade e status às emissoras. Na opinião de Pretto:

Vargas estabeleceu a 1ª Legislação da área, Decreto nº 20.047, de maio de 1931, primeiro diploma legal sobre a radiodifusão que define o rádio como "serviço de interesse nacional e de finalidade educativa" no ano seguinte o Decreto nº 21.111, autoriza a veiculação de propaganda pelo rádio, tendo limitado sua manifestação, inicialmente, a 10% da programação. (PRETTO, 2007, p. 30)

O rádio tem a sua estruturação na década de 30 como veículo de comunicação de massa, refletindo as mudanças pelas quais o país passava. Com o crescimento da economia nacional, o Brasil atraía investimentos estrangeiros, que

encontravam aqui um mercado promissor. Junto a indústria elétrica, a indústria fonográfica proporciona um grande impulso a expansão radiofônica.

Ainda no mesmo ano, o governo começa a distribuir concessões de canais a indivíduos e empresas privadas. No mês de maio do mesmo ano, o rádio começava a mostrar sua capacidade de mobilização política. A cidade de São Paulo exigia a deposição do então presidente Getúlio Vargas, as rádios paulistas, como a rádio Record se tornavam armas poderosas.

Em julho do mesmo ano, teve início o movimento conhecido como a Revolução Constitucionalista, que tinha como exigência a convocação de eleições para a formação de uma Assembleia Constituinte. O país precisava de uma nova constituição. A cidade foi cercada pelas forças federais e isolada utilizou as emissoras de rádio para levar os acontecimentos a outras partes do país. No mês de outubro São Paulo entregava as armas. O rádio sai do conflito com destaque por sua atuação, alguns profissionais da área, como o locutor Cesar Ladeira, fica conhecido nacionalmente. Segundo Sampaio:

[...] ficou célebre o então o jovem César Ladeira, o locutor da revolução - que conclamava o povo, tendo ao fundo a *marche aux flambeaux*, a pegar em armas por uma Carta. Com abundantes conotações, de parcialidade ele dava, também, notícias do front, exaltando vitórias das tropas constitucionalistas contra a ditadura de Vargas [...]. 21 (SAMPAIO, 1971, p.20)

Em 1932 a Radio Philips investia no Programa Casé, que trouxe uma revolução na forma de apresentar programas de rádio. Ademar Casé, junto com Nássara, criou os primeiros jingles publicitários. Seu programa foi o pioneiro em abrir espaços para patrocinadores e a veicular quadros humorísticos. A Sociedade Rádio Philips do Brasil foi fundada em 12 de março de 1930 no Rio de Janeiro, na época capital federal, pela Philips. O próprio Ademar Casé, segundo relatado por seu sobrinho Rafael, em uma publicação intitulada Programa Casé, criou dentro do rádio o contrato para os artistas, entre eles os cantores, as cantoras, que se apresentavam com exclusividade e com um compromisso firmado com os anunciantes. Era um tempo em que ninguém ainda cogitava em publicidade como uma atividade econômica, mas aquele simples vendedor de aparelhos de rádio lançava então a moda do patrocínio, comerciando programas musicais, quadros de

situações e até cenas teatralizadas. O rádio começava a gritar anúncios e Nássara colocava na boca do povo o primeiro jingle, da até hoje lembrada Padaria Bragança.

A rádio Philips tinha uma boa qualidade de som, se comparada com outras emissoras da época, tinha potência no sinal irradiado, e também bons aparelhos da marca que eram vendidos a elite carioca pelo pernambucano que se tornaria um famoso produtor de programas de rádio da época, seu nome era Ademar Casé. Aproveitando sua fama como um grande profissional dentro da Philips Ademar sugeriu para Vitoriano Augusto Borges, diretor da rádio, o aluguel de um horário, explicou que essa nova experiência seria ainda melhor e mais dinâmica do que o Esplendido Programa, que continha o maior sucesso da época e era transmitido pela Rádio Mayrink Veiga. O programa Casé estreou no dia 14 de fevereiro de 1932.

A Rádio Philips foi desativada em 1936 por uma organização holandesa, devido a uma legislação governamental, que criava embaraços para uma emissora com suas características, que tinha como principal objetivo, divulgar produtos fabricados e comercializados pela Philips do Brasil, conforme descreve Reinaldo C. Tavares em seu livro “Historias que o Rádio não contou”.

Rafael Casé - neto de Ademar – escritor de “Programa Casé – O Rádio Começou Aqui”, relata outra versão quanto a desativação da rádio. A Philips era a única emissora carioca que atingia São Paulo, e como não apoiava a revolução Constitucionalista de 1932, começou a enfrentar um boicote paulista em seus aparelhos. Como a emissora tinha o intuito de divulgar seus aparelhos e não prejudica-los, a multinacional decidiu vende-la. Foi comprada pelo grupo do jornal A Noite, Noite Ilustrada e Revista Carioca, e foi transformando na famosa rádio Nacional do Rio de Janeiro.

As multinacionais foram as primeiras empresas a usar o rádio para a publicidade. Os programas de auditório e as radionovelas tinham patrocínio de marcas como Philips, Gessy e Bayer.

Na área da política, o rádio também apresentou forte influencias com: a propaganda eleitoral, o pronunciamento do presidente fazia parte da programação e alcançava milhares de ouvintes. No ano de 1933, Edwin Armstrong apresenta o sistema FM para os executivos da *Radio Corporation of América (RCA)*. Edwin Armstrong é o engenheiro elétrico estadunidense, inventor do rádio FM.

As maiorias das empresas de radiodifusão que surgiram na década de 1930 estavam concentradas na capital federal e em São Paulo, dessa forma algumas

características ao padrão de controle e propriedade das emissoras já eram perceptíveis desde tempos pioneiros da implantação do veículo. O governo federal e o governo estadual controlavam emissoras de grande impacto e audiência, como a Rádio Nacional no rio de Janeiro, ou a Rádio Inconfidência em Minas Gerais, ou então financiavam as atividades de estações educativas destinadas a um público seletivo, como a emissora ligada ao Ministério da Educação. Os principais órgãos da imprensa diária e as redes privadas, que constituem a indústria cultural, possuíam 90% das suas próprias estações nas grandes praças do mercado consumidor, como a Rádio Jornal do Brasil e as diversas estações integradas a rede dos diários associados.

O rádio tem uma rápida evolução em todo o país, o que preocupa o governo, que cria o Departamento Oficial de Propaganda (DIP). O departamento tinha o poder de fiscalizar e censurar a programação das emissoras de rádio. No ano de 1936, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro (PRE), atingia todo o território nacional e até outros países com suas transmissões. Com o grande sucesso chama a atenção do governo Vargas, que usa a rádio para fazer a divulgação do regime político que estava em vigor. A emissora dispunha dos melhores profissionais e os equipamentos mais modernos. Em seu livro Ortriwano relata a ligação do DIP com a Presidência da República.

O DIP, diretamente ligado a Presidência da República e que substituiu o Departamento de Propaganda e Difusão cultural, “tendo a seu encargo a fiscalização e a censura não só do conteúdo das programações radiofônicas, como as do cinema, teatro e jornais”. Depois “A Voz do Brasil” passou a ser responsabilidade da, Agência Nacional, atual Empresa Brasileira de Notícias – EBN. (ORTRIWANO, 1985, p. 17-8)

Nessa época nasce também, a Voz do Brasil, criado em 1935, há 75 anos, na ditadura Vargas, época em que as comunicações não alcançavam a totalidade do território nacional, o programa atraiu o interesse do presidente e dos políticos, que passaram a usá-lo como canal de comunicação. O programa foi criado por Armando Campos, um amigo de infância de Getúlio, a intenção era ajudar o mesmo, colocando suas ideias para a população escutar, e dessa forma se tornarem a favor do governo. No dia 22 de julho de 1935 passou a ser transmitido o “Programa Nacional”, apresentado pelo locutor Luiz Jatobá. De 1935 a 1962, o programa foi ao ar com o nome Hora do Brasil. No ano de 1939 o decreto Lei 1.915 cria a Hora do

Brasil, com a intensão de centralizar, orientar, superintender e coordenar a propaganda nacional, e auxiliar os ministérios, e entidades públicas na parte relacionada a propaganda nacional. Na época existiam cerca de 77 emissoras de rádio no País. Segundo o site Defesanet a ideia de um noticiário oficial do governo nasce em 1934.

A ideia de um noticiário oficial do governo nasceu em 1934 com o Programa Nacional, criado por Armando Campos, um amigo de infância de Getúlio Vargas, transmitido na voz empostada de Luiz Jatobá, o famoso locutor de todas as ditaduras, do Estado Novo ao regime militar. Mas o programa não era obrigatório. Reformulado e com o nome de Hora do Brasil, o programa oficial tornou-se obrigatório e passou a ser transmitido por todas as rádios do País a partir do dia 22 de junho de 1935. (DEFESANET, 2011).

Em 10 de novembro de 1937, com a ascensão do Estado Novo, Getúlio Vargas passou a usar intensamente o programa, Hora do Brasil, para passar suas mensagens a população, como carro-chefe do antigo Departamento de imprensa e Propaganda, o DIP. Para atrair o ouvinte o DIP convidava os artistas famosos para se apresentarem no programa Hora do Brasil que era formado por quadros de notícias, com caráter geral, entretenimento e informes políticos. Com esse programa o governo pretendia personalizar a relação política com cada cidadão sem que precisasse montar um sistema com emissoras próprias.

Em 1938, o programa passou a ter veiculação obrigatória, com a divulgação dos atos do Poder Executivo, das 19 às 20 horas da noite, horário de Brasília. Em 1962 com a Lei de nº 5117, que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações e cria a obrigatoriedade de paralisar a programação das emissoras de rádio para a transmissão do programa Voz do Brasil. Quando o código entrou em vigor, o poder Legislativo passou a ocupar a segunda meia hora do noticiário.

A Voz do Brasil é um noticiário radiofônico público, que vai ao ar em praticamente todas as emissoras de rádio aberta do Brasil, as 19:00h, horário de Brasília, e faz parte da história de radiodifusão brasileira, e também é o programa mais antigo do rádio. Tem sua veiculação obrigatória em todas as emissoras do país, por determinação do código Brasileiro de Telecomunicações. Porém algumas rádios que são amparadas por liminares, estão desobrigadas de sua transmissão. Isso acontece pois a Voz do Brasil foi criada em um contexto onde não havia nenhuma possibilidade do governo se comunicar com o cidadão, por não existir

meios de comunicação estatais, por não terem alcançado as fronteiras mais distantes e assim informar aos brasileiros os fatos e acontecimentos da República.

As emissoras da rádio Nacional pertenciam ao sistema Radiobrás, e sua programação cobria toda a Amazônia Legal, em ondas medias e tropicais e poderia colocar a Voz do Brasil no horário que melhor lhe aprouvesse. Nos dias atuais, as autoridades governamentais, possuem plataformas de informação, nos três poderes, como sites dos ministérios, Presidência da República, Câmara, Justiça e Senado. Os sites do Governo, da Radiobrás e da EBC, são agências de notícias oficiais, e são construídos dentro das mais modernas técnicas de comunicação e marketing político, se valendo de recursos de última geração como Twitter, aderindo mais facilidade e eficiência ao se comunicar com o cidadão.

Os primeiros 25 minutos da Voz do Brasil são produzidos pela Radiobrás, ao vivo, via Embratel, para todo o Brasil. No ano de 1995 o programa entrou para o *Guinness Book* como o programa de rádio mais antigo do Brasil. Além disso o noticiário também é o mais antigo do hemisfério sul. Por muitos anos o programa começou com o bordão “Em Brasília, dezenove horas”, hoje substituído para “Sete da noite em Brasília”. O tema de abertura é O Guarani, de Carlos Gomes, que recebeu novas versões como samba, choro entre outros.

No ano de 1936, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro foi doada para o Ministério da Educação que tinha como titular Gustavo Capanema, que relatou a Roquette-Pinto que a rádio seria incorporada ao Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que era responsável pela censura durante a era Vargas. Roquette-Pinto não gostou da proposta da incorporação e exigiu autonomia da rádio, para assim preservar a função educativa que a mesma tinha. Roquette ganhou a batalha e até hoje a rádio MEC mantém seus ideais.

Em 1936, os aparelhos de rádio podiam ser comprados em lojas do ramo. Nas décadas de 1930 e 1950, o rádio viveu a chamada “Era de Ouro”, como principal meio para divulgação de informações, artistas, talentos, junto ao cinema. A Rádio Record, foi criada em 1931, em São Paulo. A Rádio Mayrink Veiga, surgiu no ano de 1934, no Rio de Janeiro, e foi uma das mais importantes do país por três décadas. No ano seguinte surge a Rádio Jornal do Brasil e a Rádio Tupi, duas emissoras que existem até hoje. No ano de 1936, vem a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, que lidera a audiência por 20 anos e modifica os padrões de linguagem do rádio brasileiro.

A Rádio Nacional do Rio de Janeiro pertence a rede Rádio nacional, do Sistema Radiobrás da estatal Empresa Brasil de Comunicação. Foi a primeira emissora a ter alcance em quase todo território brasileiro. Com o prefixo PRE-8, era identificada pelos ouvintes. Foi criada em 12 de setembro de 1936, com a transmissão iniciada às 21 horas, com a voz de Celso Guimarães.

Tornou-se um marco na história brasileira. Operou na faixa de 980 KHz até 1975, desde então, opera na faixa de 1130, com o prefixo ZYj-460. De início era uma empresa privada que pertencia ao grupo jornalístico “A Noite”, foi estatizada pelo Estado Novo de Getúlio Vargas em 8 de março de 1940, e foi transformada na rádio oficial do Governo brasileiro. Interessado no poder e no uso do rádio como instrumento de propaganda o estado permitiu que os lucros adquiridos com a publicidade fossem aplicados no melhoramento da estrutura da rádio, o que permitiu que a mesma mantivesse o melhor elenco de músicos, cantores e radialistas da época, e a atualização e melhoria das instalações e equipamentos. No ano de 1941, a Rádio Nacional apresentou a primeira radionovela do país “Em busca da Felicidade” e, em 1942, inaugurou a primeira emissora de ondas curtas, e seus programas alcançaram uma dimensão nacional. Ortriwano relata o decreto de Getúlio Vargas em 1940.

Em 1940 o governo decidiu que a Rádio Nacional “tinha que ser um instrumento de afirmação do regime”, e ‘Getúlio Vargas decretou a encampação da empresa A Noite, a qual pertencia a emissora”. (ORTRIWANO, 1985, p. 18)

A rádio contava com programas de humor como: “Balança mais não cai” com Paulo Gracindo, Brandão Filho, Walter D’Ávila, entre outros, e “PRK-30” que simulava uma emissora clandestina que entrava na frequência da Rádio Nacional, o programa era escrito, dirigido e apresentado por Lauro Borges e Castro Barbosa, ele parodiava outros programas, propagandas, cantores, músicas e a própria Rádio Nacional. Também foi pioneira no rádio jornalismo em 1941, durante a II Guerra Mundial, criou o Repórter Esso. Para noticiar a guerra sob o ponto de vista dos aliados, o Repórter Esso criou um padrão de qualidade no rádio jornalismo brasileiro, que se limitava a ler as notícias dos jornais impressos. Com o seu modo preciso de noticiar, o Repórter Esso fez escola e serviu de modelo para diversos outros programas de notícias que seguiram, até mesmo na televisão.

O Repórter Esso foi transmitido até o ano de 1968, com o slogan “A testemunha ocular da história”. Entre 1930 e 1950, o rádio continha glamour no Brasil. Muitas pessoas queriam ser artistas ou cantor no rádio, era o desejo deles. Fazer parte da aclamada programação de uma emissora grande como a Rádio Nacional, gerava mais sucesso e visibilidade ao artista. Atualmente o acervo da radio se encontra no Museu da Imagem e do som⁷, do Rio de Janeiro e conta com a “Coleção Rádio Nacional”.

Essa expansão do rádio refletia nas mudanças tecnológicas de ampla repercussão, como, a introdução dos rádios de válvula de 1930, o que ocasionou o barateamento dos custos de produção dos aparelhos e, impulsionou o crescimento do público ouvinte. Os investimentos particulares também ganharam um estímulo através do licenciamento oficial para publicidade nessa mídia, de início fixada em 10% da programação diária, o que torna o rádio um veículo comercial capaz de atrair e converter alguns anunciantes como, Colgate, Palmolive e outros, em produtores de programas como, radionovelas e seriados.

No ano de 1937, São Paulo e as cidades-polos do mercado emergente do interior paulista abrigavam cerca de 45% das estações brasileiras. O Rio de Janeiro dispunha de treze emissoras, incluindo a Rádio Nacional, que era a emissora líder e responsável pela difusão das novelas que constituíam desde então o produto típico e de maior impacto na era marcante e definidora dos estilos e linguagens da indústria cultura brasileira. Dados mostram os sinais iniciais de constituição de grandes empreendimentos empresariais a partir do controle conjugado de importantes órgãos de imprensa e de estações de rádio líderes em potência de emissão e audiência como: Jornal do Brasil/jornal e emissora no Rio de Janeiro; Diários associados/jornais e emissoras da rede Tupi no Rio, São Paulo e outros.

A Rede Bandeirantes de Rádio ou Rádio Bandeirantes – PRH-9 – conhecida também como Band AM e FM, é uma rede de emissoras de rádio com sede na cidade de São Paulo, foi inaugurada em 6 de maio de 1937. Com seus primeiros locutores sendo Joaquim Carlos Nobrega, Tito Lívio Fleury, Mario de Carvalho

⁷ O Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro (MIS-RJ) foi inaugurado em 3 de setembro de 1965, como parte das comemorações do IV Centenário da cidade do Rio de Janeiro. A instituição lançou um gênero pioneiro de museu audiovisual, que seria seguido em outras capitais e cidades brasileiras. Além de ter se qualificado como centro de documentação de música e imagem, foi também um centro cultural de vanguarda nas décadas de 60 e 70.

Araújo e Plínio Freire Campello. Muitos locutores passaram pela rádio, que depois de anos, adotou o estilo Jornalismo-Esporte, no qual é uma das rádios mais poderosas do Brasil.

A rádio foi controlada por Paulo de Carvalho, e depois vendida para Ademar de Barros. Mais tarde o grupo empresarial teve João Jorge Saad como dono. Hoje, a rádio integra a Rede Bandeirantes de rádio e Televisão, incluindo a Rede BandNews de rádio e Rede BandNews de TV por assinatura, ambas dedicadas ao jornalismo. Atualmente pertencem ao neto de Adhemar de Barros, Johnny Saad, que lidera o grupo.

No ano de 1939 se inicia a Segunda Guerra Mundial, e em meio ao conflito o rádio se torna um importante veículo, pois faz a descrição dos ocorridos diariamente e traz notícias do front. Dessa forma surge o rádio jornalismo, sendo o Repórter Esso um marco dessa época. Apesar das críticas dos puristas que acusavam o rádio de não possuir a mesma credibilidade que a imprensa escrita, o mesmo marcou profundamente a história da vida artística brasileira, com tendências e fazendo escola. Grandes nomes da música surgiram no rádio, como Carmem Miranda, Silvio Caldas, Noel Rosa, Ciro Monteiro, Orlando Silva e outros.

A Segunda Guerra Mundial estabelece o rádio no campo jornalístico, diante dos recursos de comunicação existentes a transmissão radiofônica supera em agilidade qualquer outro meio. Os gravadores magnéticos, que utilizavam um fio metálico, se tornaram um recurso apreciável por forças armadas e por jornalistas que trabalham na rádio. Eles são os precursores dos equipamentos que aparecem pós-guerra, melhorando a técnica de registro, edição e preservação dos acontecimentos de magnitude histórica.

No ano de 1940, o grupo de empresários ao qual pertencia a Rádio nacional foi incorporado ao patrimônio do governo e a emissora passou para o controle do Estado. Diferente das outras emissoras estatais a rádio Nacional continuou a ser administrada como uma empresa privada, com recursos oriundos da venda de publicidade. Entre 1940 e 1946 a Rádio nacional se tornou campeã de audiência e captava altos recursos publicitários, como o caso da chegada da Coca-Cola no Brasil. A rádio investiu em um valor significativo e colocou no ar o programa “Um milhão de melodias”, com uso exclusivo para o lançamento de produtos. Na década de 40 as empresas multinacionais usam o rádio como um aliado para sua entrada

no mercado brasileiro. Ferrareto destaca o programa “Um milhão de Melodias”, que ajudou a divulgar marcas como a Coca-Cola.

O nome do produto aparece associado ao do programa, como no caso do mais famoso noticiário do rádio brasileiro, o Repórter Esso; lança-se mão de promoções como a do Creme Dental Colgate, patrocinador de Em busca da Felicidade [...]; alguns programas são usados no lançamento de produtos. Um forte exemplo é Um milhão de melodias, grande divulgador da música norte-americana e que lançou no Brasil o refrigerante Coca-Cola. 90 (FERRARETO, 2000, p.117).

Em 1941 a Rádio Nacional lança a primeira rádio novela do Brasil, Em busca da Felicidade. Na sequência veio O Direito de Nascer. Em busca da felicidade era um original cubano de Leandro Blanco adaptado por Gilberto Martins a pedido da Standart Propaganda, que patrocinou o programa e escolheu o horário de lançamento. O horário escolhido era de baixa audiência, mas o patrocinador criou uma estratégia para avaliar a receptividade do novo gênero oferecendo um brinde a cada ouvinte que enviasse um rótulo de creme dental Colgate. No primeiro mês de promoção chegaram a 48.000 pedidos comprovando a eficácia comercial da programação. Com o sucesso do gênero começam a surgir outras rádios novelas em outras faixas de horários. A Nacional se transformou em uma fábrica de ilusão, suas novelas marcaram época, forjaram hábitos e atitudes, despertaram polêmicas e fizeram muito sucesso junto ao público ouvinte. Como relata Ortriwano:

O decênio de 40 vê o surgimento da primeira radionovela – em 1942, ai ao ar pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro, “Em Busca da Felicidade”. O gênero prolifera rapidamente, fazendo parte da programação da maioria das emissoras da época e dos anos seguintes. Em 1945, só a própria Rádio Nacional transmitia 14 novelas diariamente. (ORTRIWANO, 1985, p. 21)

A Rádio Nacional lança o jornal mais importante da rádio brasileiro o “Repórter Esso”, as 12h45min do dia 28 de agosto de 1941. A primeira notícia falava sobre os ataques de aviões da Alemanha á Normandia, em meio a Segunda guerra Mundial e foi lida por Romeu Hernandez. Quem marcou a história do Repórter Esso foi o gaúcho Heron Domingues. A Rádio Nacional inaugurou em 1942 a primeira emissora com ondas curtas do país passando a transmitir seus programas para todo o território nacional, o que torna uma estação ainda mais atrativa para patrocinadores. Devido a qualidade técnica dos programas e a concentração de

profissionais qualificados garantiu a Nacional altos índices de audiência e transformaram a emissora em um modelo a ser seguido. Segundo Ortriwano, o Repórter Esso frisava a importância de manter a população informada sobre os avanços da guerra.

Em 1941, por necessidade imperiosa de nos colocarmos a par da II Guerra Mundial, surgiu o 'Repórter Esso', exatamente às 12h45m do dia 28 de agosto, na Rádio Nacional do Rio de Janeiro, precedido do prefixo que se tornaria celebre, composto de fanfarras e clarins, de autoria do maestro carioca". Com seu slogan de "Testemunha ocular da história", o Repórter Esso, durante os 27 anos em que esteve no ar, deu em primeira mão as principais notícias do Brasil e do mundo. A voz grave e modulada de Heron Domingues, locutor exclusivo do Repórter Esso durante 18 anos, tornou-se popular em todo o Brasil. (ORTRIWANO, 1985, pp. 20-1)

Dois setores garantiram o sucesso da emissora em âmbito nacional: as rádios novelas e os programas musicais. No ano de 1942, a Rádio tupi de São Paulo também começa a sua tradição jornalística, com o "Grande Jornal Falado Tupi", que foi criado por Coripeu de Azevedo Marques e Armando Bertoni, com uma de duração diária. O Repórter Esso e o Grande Jornal Falado Tupi, foram marcos para que o radiojornalismo brasileiro fosse encontrasse a sua definição, uma linguagem própria para o meio, deixando de ser apenas uma leitura feita no microfone das notícias dos jornais impressos. Ainda segundo Ortriwano:

Nos anos 20, nossos jornalistas no rádio limitavam-se aos jornais falados, predominantemente a leitura dos jornais impressos ao microfone das emissoras, e às crônicas. Enquanto isso, nos Estados Unidos, os repórteres já transmitiam diretamente do palco da ação (ORTRIWANO, 1990, p. 44).

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, as indústrias retornaram seu crescimento e alguns produtos disponíveis nos Estados Unidos e na Europa começaram a chegar ao Brasil. Entre 1945 e 1950 ocorre um processo de crescimento acelerado do setor radiofônico como um todo. Surgem novas emissoras de rádio, os equipamentos são melhorados, e as estações de ondas curtas são ampliadas. Esse quadro criou uma situação favorável para os patrocinadores que possuíam um campo de atuação nacional.

Na década seguinte seria o período de glória do rádio brasileiro. O auge do rádio no Brasil ocorreu a partir dos anos 40, com o surgimento de ídolos, novelas e revistas sobre o meio artístico. Nomes como Mario Lago, Cauby Peixoto, Emilinha

Borba e outros eram retratados na revista do rádio, de Anselmo Domingos. Com o transistor, criado em 1947, a comunicação se torna mais ágil possibilitando o “ao vivo” da rua e receptores sem tomadas, o que gera uma revolução na radiodifusão. Aparecem os difusores portáteis e o rádio passa a substituir os jornais como meio de veiculação de notícias.

Baseado no espetáculo das novelas, humorísticos e programas de auditório, a indústria de radiodifusão sonora começa a se desenvolver ao longo dos anos de 1950 nas principais cidades do país. O perfil do pessoal artístico no rádio brasileiro, na década de 1950, indica quais os programas e gêneros de maior audiência, com maioria sendo reciclados e readaptados para entrar na programação televisiva nas décadas seguintes. A rádio se apoia no tripé de novelas e seriados, programas de auditório e de humor, com o elenco de cantores, atores, músicos, locutores, animadores, pertencentes as emissoras com contratos de exclusividade, em meio ao clima de concorrência entre as entre as estações de maior audiência.

Esse período do ouro entra em crise no final dos anos de 1960 com a chegada da televisão, que tem suas primeiras transmissões no Brasil em 1950. Os artistas de rádio migram para a TV, dessa forma os programas de humor são substituídos por música e as novelas e programas de auditório que dariam lugar a serviços de utilidade pública. Em 1960 junto a 735 emissoras de rádio, o país abrigava 15 emissoras de televisão.

Com a popularização da televisão, no final da década de 50, o rádio chegou ao fim e as emissoras são obrigadas a redefinir seus objetivos. Nessa reestruturação o rádio jornalismo passa a ter mais espaço e um maior alcance a comunidade. A primeira rádio a divulgar notícias durante toda a programação é a Bandeirantes, de São Paulo, que foi inaugurada em 1954. Em sua maioria as rádios apresentavam programas musicais, como a Rádio Cidade de 1977, que foi líder de audiência na década de 80. A primeira rádio FM só de notícias foi a CBN, Criada no ano de 1996. Os canais televisivos ainda se encontravam em estágio de implantação e ajustes, em uma indústria cultural ainda dominada pelo investimento publicitário na mídia radiofônica.

1.6 ADAPTAÇÕES A NOVAS REALIDADES: O DESAFIO DA TV, O DESAFIO DO DIGITAL.

Apesar de todo o sucesso alcançado, o rádio passa por momentos difíceis devido a chegada da TV ao Brasil. Na medida em que a TV vai se tornando cada vez mais popular, o rádio encontra seu ponto de resistência, esse momento faz com que as emissoras radiofônicas sejam obrigadas a redefinir seus objetivos e reestruturar mercadologicamente os seus mercados.

A televisão surge no Brasil em 1950, trazida por Francisco de Assis Chateaubriand, fundador do primeiro canal de televisão do país, ele queria aumentar seu conglomerado de mídia e Diários Associados. Chateaubriand fundou em 1921, O Jornal, com a fundação da revista O Cruzeiro, em 1922 a organização de seu império deslança. Chateaubriand diversificou suas atividades, com empresas na área da aviação, indústria química, agropecuária, e artes plásticas no Museu de Arte de São Paulo (MASP).

Na época, os equipamentos televisivos não eram produzidos aqui no Brasil, então, todos os aparelhos foram trazidos dos Estados Unidos. A carga chegou de navio no dia 25 de março de 1950, no litoral de São Paulo, encomendados pela empresa Radio Corporation of America (RCA). Em 10 de setembro, ainda em fase experimental, a TV Tupi realiza uma transmissão, o conteúdo exibido foi um filme do ex-presidente Getúlio Vargas, relatando a sua vida política.

Em 18 de setembro, vai ao ar oficialmente a TV Tupi, no canal 3 em São Paulo, o transmissor foi colocado no topo do prédio do Banco do Estado de São Paulo. Na época a programação era improvisada e gerada ao vivo. Alguns imprevistos aconteceram na época, como equipamentos estragando e falhando. Como não existiam televisores em São Paulo, Chateaubriand espalhou 200 aparelhos em lugares considerados estratégicos na cidade de São Paulo para a transmissão.

Com a chegada da televisão, o rádio passou por um processo de reestruturação, de início opta por produções de programas que sejam mais baratos e ao mesmo tempo, atraentes para o público de forma geral. Assim, o rádio deixa de ser um veículo de informação da família para oferecer um serviço individual, ganhando força e resistência.

Essa reestruturação acontece por volta dos anos 1960, o rádio jornalismo ganha mais espaço dentro das programações das emissoras. A primeira emissora a divulgar notícias durante toda sua programação é a Bandeirantes, de São Paulo, de 1954, o que mostra o quanto o serviço de rádio jornalismo tinha muito para crescer.

Os serviços de utilidade pública se tornam a atração principal das programações das emissoras de rádio, como relata a pesquisadora Gisela Ortriwano. “O rádio se encaminha para atender as necessidades regionais, principalmente ao nível informacional.

Buscando novos caminhos o rádio “aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública. Foi se encaminhando no sentido de atender as necessidades regionais, principalmente ao nível de informação. Começa a acentuar-se a especialização das emissoras, procurando cada uma delas um público específico” (ORTRIWANO, 1985, pp. 21-22).

Dessa forma, as primeiras emissoras FMs aparecem na década de 1960, com uma ampla programação musical, como a Rádio Difusora de São Paulo. A primeira rádio FM no Brasil foi a Radio Imprensa, fundada pela carioca Anna Khoury em 1995. Como ainda não havia aparelhos de rádio para transmissão em frequência modulada, a própria emissora que incentivou a indústria de receptores FM. Esta rádio teve exclusividade de mercado até o ano de 1976, quando começam a surgir várias outras emissoras FM.

Foi Anna Khoury quem, em 1995, fundou no rio de Janeiro a Radio Imprensa, utilizando pela primeira vez no Brasil a transmissão em FM, a Frequência Modulada. Ela a “Mãe da FM”, estimulou a indústria de receptores de FM, que naquela época inexistia no país. (Entrevista a Chico Barbosa)

No ano de 1967, é criado o Ministério das Comunicações (MC). Desde a primeira transmissão de rádio no Brasil na década de 1920, os marcos que regulamentam a radiodifusão são marcados pela lentidão. A primeira transmissão radiofônica no país foi feita em 1922, com a regulamentação iniciada após dois decretos, 20.047 de 1931 e 21.111 de 1932, do Então Presidente Getúlio Vargas.

Em 1962 foi promulgado o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), que consolidou a regulamentação da radiodifusão e das telecomunicações. O documento veio por meio de pressão dos empresários, que por meio de ação junto ao poder legislativo, conseguiu derrubar os vetos ao documento impostos por João Goulart o então presidente.

A passagem do negócio radiofônico a sua fase industrial se relaciona com o advento da sociedade de consumo, que se desenrola na mesma época do chamado

Milagre Brasileiro, ou o período econômico entre 1967 e 1973. A classe dominante, os indivíduos pertencentes a classe B e C que de modo crescente recorrem ao crédito pessoal para poder ampliar o poder de compra se seus salários, englobando, em 1970, de acordo com dados do publicitário Mauro Salles (1971, p. 6), grande parte dos consumidores que viviam nas principais cidades do país e em áreas próximas, já eram o equivalente, a 40% da população do Brasil.

Na fase industrial do rádio, o proprietário da rádio Kosmos, Auricélio Penteado, de São Paulo, decide ampliar técnicas de pesquisa de audiência se espelhando em levantamentos realizados por George Gallup nos Estados Unidos. Ao constatar que sua estação apresenta problemas relacionados ao público, o empresário lidera um grupo que se concentra na fundação, do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), uma das fontes mais antigas de referência e de frequente uso quanto a esse assunto. Adorno dizia “elemento de cálculo” fundamental para aferir resultados nas indústrias de comunicação de massa.

Na década de 40, Auricélio era dono da Rádio Kosmos de São Paulo. Ansioso por conhecer os índices de audiência de sua emissora, foi até os Estados Unidos estudar no American Institute of Public Opinion, criado em 1935 por George Gallup, para aprender as técnicas de pesquisa. De volta ao Brasil, começou a medir a audiência das rádios de São Paulo e, curiosamente, constatou que a Rádio Kosmos não estava entre as mais ouvidas. A partir daí, passou a dedicar-se exclusivamente às pesquisas. (O Explorador, 2011)

Em 18 de dezembro de 1950 foi inaugurada a TV Tupi-Difusora, de São Paulo, que passa por um processo onde a televisão aderia o espetáculo de novelas, programas de humor e de auditório, levando para os estúdios também a presença de atrações, do gosto do público e os anunciantes. Até 1969, de acordo com dados da agência J. Walter Thompson (apud Caparelli, 1982, p. 83), a participação do rádio na divisão das verbas publicitárias cai de 40 para 13%, enquanto a da TV sobe de 1 para 43%, com a ultrapassagem de um meio pelo outro ocorrendo em 1960. De 1960 a 1970, a população urbana supera a rural, com 66% dos habitantes do país “ou 61,5 milhões de pessoas, concentrando-se em cidades ao final deste período.

Novos públicos começam a surgir nas regiões metropolitanas, com as parcelas mais desfavorecidas, consequência do êxodo rural, dos estudantes secundaristas, vestibulandos e universitários das classes média e média alta,

resultado da ascensão da juventude ao status de categoria social. Fatores esses associados a disseminação das emissoras em FM, no início da década de 1980, com a posse de mais de uma estação por um mesmo grupo empresarial, lançam as bases de segmentação: O decreto Lei nº 236 de 1967, modifica o CBT, estabelecendo limites para a posse de emissoras no país. Dessa forma cada entidade passava, então, a ter o direito de posse de até cinco emissoras de televisão abertas (VHF), sendo no máximo duas por estado, e quatro emissoras nacionais de rádio. As concessões eram responsabilidade do Poder Executivo Federal, a quem cabia, definir critérios, se desejasse, sobre como, por que e para quem seriam distribuídas essas concessões.

Juntamente com isso, soma-se a modernização da infraestrutura necessária as comunicações, compreendida no âmbito das políticas voltadas ao setor durante o regime militar. Haroldo de Mattos (1984), ministro das Comunicações no governo de João Figueiredo, defendia o regime a difusão da informação, educação e cultura, o que dependeria da expansão da radiodifusão.

Mattos (1984) lembra que o Ministério das Comunicações (MC), desde a sua fundação, tinha como objetivos a promoção da integração e do desenvolvimento nacionais, a difusão da informação, educação e cultura, e a garantia da segurança nacional. A ideia de integração faz parte da promoção do desenvolvimento, tal como refletido em políticas de prestação de serviços relativos ao setor e de incentivo à consolidação de indústrias e de tecnologias nacionais. (PIERANTI, 2007, p. 43)

Para colocar em prática essa expansão, a modernização da infraestrutura foi acompanhada por uma reformulação da própria estrutura administrativa no âmbito estatal, com a criação da Embratel, da Telebrás e da Radiobrás. Como relata Octavio Penna em seu livro:

Os governos militares criaram, por exemplo, o Ministério das Comunicações, em 1976, a Telebrás, a Radiobrás, agência de notícias oficial do governo federal, e a Embratel, empresa fundada para a formação de grandes redes de televisão. (PIERANTI, 2007, p. 19)

A modernização da infraestrutura viabilizou a expansão da radiodifusão, e sua expansão em direção ao interior do país. A integração nacional, desenvolvida através da radiodifusão, prevalece como estratégia promovida pelo regime militar com vistas a difusão da imagem. A interiorização da radiodifusão se dá através das emissoras transmitidas por ondas médias, que se apresentavam constantemente,

em grandes números no interior do que nas capitais, e foi com base nelas que se promoveu a interiorização do rádio no Brasil. Para isso o Poder Executivo dependia de empresários que estivessem dispostos a investir, no interior, e nos meios de comunicação de massa eletrônicos.

Em meio a esse processo, o Estado associou-se às oligarquias regionais, premiando políticos e empresários que se tornariam os coronéis da radiodifusão no interior (Pieranti, 2007). Empresas estatais exerceram papel fundamental no modelo adotado para a expansão da radiodifusão, com o estado garantindo a infraestrutura necessária aos investidores. Como relata Pieranti, as políticas para as Comunicações no Brasil voltam-se historicamente a questões relativas à infraestrutura e a sua modernização, dando ênfase a aspectos técnicos em detrimento do conteúdo transmitido pelos meios de comunicação de massa.

Os empresários contavam com uma legislação nova e sem barreiras rígidas à concentração empresarial, e a operação das emissoras em redes, o que em tese, permitia atingir um público maior, baratear a produção e potencializar os lucros. O presidente da República, sem a fiscalização de outros órgãos, assume a responsabilidade de distribuir as concessões e avaliar com ou sem critérios, quem seriam os empresários agraciados.

O cenário era propício para empresários interessados em investir no ramo – principalmente aos que tinham simpatia junto ao Poder executivo Federal. Esse, por sua vez, independentemente de quem ocupasse seu cargo máximo, optou pela radiodifusão sedimentada sobre base privada e comercial, tanto nas capitais quanto no interior do país, apesar de o CBT e o Decreto-Lei 236 defenderem a radiodifusão pública.

Durante 1981 e 1988, ano em que foi feita a promulgação da Constituição Federal, as emissoras de rádio de ondas médias, e as emissoras de televisão cresceram bastante. Na are televisiva, ocorre a falência de algumas emissoras que surgiram antes do regime militar, como a TV Continental, TV Rio, TV Excelsior e Rede Tupi, o que gera uma reordenação de frequências, o que possibilita o Poder Executivo escolher novos agraciados para esta a frente das principais redes de televisão do país. De acordo com Pierantini:

Os problemas financeiros atingiram principalmente as emissoras de televisão. A crise atingiu as oito emissoras que já compunham uma rede, fazendo com que os proprietários, sem dinheiro, vendessem a TV Rio,

posteriormente repassada a outros empresários sem autorização governamental. [...] a TV Continental foi arrendada pelo deputado federal Rubens Berardo, do MDB. Heron Domingues tornou-se seu novo arrendatário em 1966, quando a emissora já enfrentava problemas financeiros. Em 1971, assolada pelas dívidas, a TV Continental faliu. (PIERANTINI, 2007, pp. 65-6)

Durante o regime militar surgem algumas emissoras televisiva, como, TV Bandeirantes, a TV Manchete e o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) e a TV Globo se fortalece. As novas redes de televisão passavam alcançar o interior do país. Na Constituição Federal de 1988, o presidente da República, na época, José Sarney, continuaria a ser responsável pela distribuição das concessões, mas passaria a ser fiscalizado, pelo Poder Legislativo, medida que teria eficiência reduzida, visto que parte dos parlamentares estavam diretamente interessada nas concessões. Conforme dados do Conselho de Comunicação Social (Congresso Nacional, 2004), nenhuma outorga ou sua renovação foi recusada, até 2004, pelos parlamentares responsáveis por monitorá-las.

Durante um certo período, a participação do rádio na divisão de lucros publicitários não ultrapassou os 11%, já a televisão prosperou até chegar nos seus 58% em 1988. O grande avanço da televisão provocou o encolhimento das mídias concorrentes no reparte dos gastos com publicidade, apenas os jornais conseguem se recuperar e até mesmo ultrapassar os coeficientes de antes da chegada da televisão.

Uma característica desse novo momento é a conglomeração. Os grupos se articulam, criando propriedades cruzadas nos meios de comunicação, controlando de forma simultânea jornais, emissoras de rádio, e estações de TV. O rádio consegue se estabilizar e voltar a crescer, ganhando pontos na publicidade. Em 2006, o rádio apresenta um crescimento de 47%, superando assim a televisão. Porém no mesmo ano volta a cair novamente, conseguindo alcançar o mesmo percentual somente em 2010.

Com a expansão e os conteúdos da radiodifusão sonora, o Governo mostra sua preocupação criando, em 1976, a Radiobrás – Empresa brasileira de Radiodifusão. No mesmo ano nascem também as agências de produção radiofônica, como o “Studio Free”. As primeiras emissoras em frequência modulada (FM), com qualidade de som melhor que as AM, a princípio operavam com músicas instrumentais. Dessa forma não tinham grande audiência do público jovem. Isso

muda a partir de 1976, algumas emissoras passam a dirigir sua programação para este segmento. Para quem possuía um gravador, era uma boa chance de estar atualizado com os lançamentos musicais. Atualmente a segmentação da audiência direciona, via de regra, as emissoras de AM à informação e as de FM ao entretenimento.

Nos dias atuais o sinal FM se tornou a modulação de rádio mais ouvido no Brasil. Algumas rádios AM retransmitem seu sinal em FM, como Rádio Gaúcha, a Rádio Globo e a Rádio Bandeirantes. As rádios FM, que transmitem música possuem maior visibilidade no Brasil, se destacando as que tem um público mais jovem, já os adultos preferem o sertanejo e o religioso. As configurações dos aparelhos de celulares no Brasil captam apenas o sinal das rádios FM.

No âmbito AM, a precisão da notícia vem através dos repórteres distribuídos no país, e conta também com os ouvintes-repórteres, cidadãos comuns que fazem seus relatos através de seus telefones celulares, e ajudam fornecendo informações. As FM perderam seu caráter regional e as redes nacionais via satélite interligam inúmeras emissoras em diversos estados. A rede bandeirante de rádio, é a primeira emissora brasileira a transmitir via satélite, com emissoras AM e FM, para 80 regiões do país. Tempos depois, o sistema Globo de rádio inaugura a CBN (Central Brasileira de Notícias), emissora especializada em informações jornalísticas que, a partir de 1996, inicia suas transmissões simultâneas em FM.

No dia 26 de setembro de 2005, iniciam-se as comemorações aos 84 anos do rádio no Brasil, ocorrendo também os primeiros testes para transmissões de rádio no sistema digital, um novo modo de usar a tecnologia que estava chegando no Brasil. No ano de 2010, esperava-se que fosse definido algum tipo de padrão e que pudesse ser reconhecido por todo o país para o recebimento da nova tecnologia, que trazia como principal proposta uma melhor qualidade de som e opções para o ouvinte como letreiros digitais com informações e outros.

Com os avanços tecnológicos os aparelhos receptores se modificam, melhorando cada vez mais o seu desempenho. Dessa forma a modernidade alcança vários âmbitos da vida humana, incluindo melhorias no rádio, TV e outros meios utilizados pela população, permitindo assim novas linguagens de comunicação.

1.7 RÁDIO: NOVAS LINGUAGENS.

O primeiro grande impacto que o rádio sofreu foi com chegada da televisão, na década de 50. Nessa época o entretenimento era predominante no rádio, com base nas novelas, programas humorísticos e de auditório. Já programas como jornais, reportagens e transmissão de eventos esportivos dispunham de pouco espaço na programação. Dessa forma o rádio buscou por mudanças, inserindo na programação a prestação de serviços de utilidade pública como: anúncio de crianças perdidas e uma central de informações, que faziam plantões de estúdio.

Sendo afetado pela programação da televisão o rádio começou a procurar outras maneiras para sobreviver se utilizando de músicas gravadas, do noticiário, fazendo mais coberturas esportivas e a apresentação de serviços. Nesses períodos receptores transistorizados passaram a dar mobilidade ao rádio, que passou a acompanhar o ouvinte. Saindo dos lugares fixos o rádio começou adquirir características de um meio individual de consumo, que ao mesmo tempo poderia ser privado.

Devido a essa nova possibilidade de movimento, as emissoras se focaram nos programas populares, que faziam referência a "dona de casa", explorando as coisas rotineiras do dia a dia, dando conselhos de relacionamentos amorosos, culinária, astrologia, fofoca da vida de artistas e outros. Com o decorrer do tempo, nas décadas de 60 e 70, o rádio teatro e o humor ainda obtinham seus espaços com programas gravados. Já o esporte começa a atrair verbas publicitárias, com a transmissão de jogos de futebol, gerando grande interesse com a conquista da Copa do Mundo de 1958, na Suécia, pela seleção brasileira. Conforme citado acima, devido a chegada da televisão, o rádio procurou formas para sobreviver.

A linguagem do rádio em termos técnicos engloba o uso da voz humana, em geral na forma de fala, da música, dos efeitos sonoros, ou ruídos e do silêncio. Podendo estar esses elementos combinados entre si ou separados. De acordo com Armand Balsebre (2007), a estrutura da mensagem sonora é composta por elementos que estão sintetizados nas palavras, na música e nos ruídos, ou efeitos sonoros. Sua elaboração parte do pressuposto que esses três sistemas, com suas particularidades, ao se comunicarem, possibilitam a existência da linguagem radiofônica. Segundo Balsebre:

Linguagem radiofônica é o conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas por sistemas expressivos da palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio, cuja significação vem determinada pelo conjunto de recursos técnico-expressivo da reprodução sonora e o conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativa-visual dos radiouvintes. Tradução nossa. (BALSEBRE, 2007, p. 27).

Quando Roquette-Pinto inaugura a rádio no Brasil, ele tem um objetivo bem definido. Ele aceita ficar à frente da primeira emissora de rádio desde que ela tenha um cunho educativo e cultural. Quando o rádio começa a ganhar um viés mais comercial através de outros apresentadores, como Ademar Case, já citados acima, ou seja, mais entretenimento, mais apresentações musicais e outros, ocorre uma mudança nas programações.

Em função da audiência a rádio começa a ganhar mais espaço de comercialização, para veicular propagandas, anúncios e outros, o rádio chega em sua era comercial, tudo o que Roquette-Pinto não queria, ao invés de educar a programação passava a incentivar o consumo, gerar consumidores. Dessa forma, Roquette doa a Rádio para o Governo Federal – Rádio MEC. A partir daí começamos a ver uma mudança de tempos no rádio.

Essa mudança nas programações, de uma linguagem educativa e cultural, para uma linguagem comercial, é vista como uma divisão de tempos no segmento do rádio. Dessa forma quando o rádio começa a alcançar um grande volume de público, a programação radiofônica se baseia em cinco segmentos de linguagem. Esses segmentos são: Os programas de entretenimento, os jornalísticos, shows, esportes, humor e radionovelas. Esses são os conteúdos que marcam as linguagens utilizadas pelo rádio. Até hoje esses segmentos são seguidos pela televisão, rádio e internet.

Esses gêneros eram a cara do rádio, eles estruturavam toda a programação, junto a um período de extremo sucesso do rádio, o que gerava uma grande audiência. O rádio é muito propício a mudanças de linguagem, na medida em que a mídia sofre a pressão de uma nova tendência, como foi o aumento do público e a chegada da televisão no caso do rádio, a linguagem vai mudando de acordo com a demanda existente.

O gênero jornalístico: O rádio busca levar ao ouvinte a informação da forma mais atualizada e abrangente. O Rádio Jornal é um programa dividido em diferentes

seções, ou episódios, que congrega e reproduz outros formatos jornalísticos, como as notas, notícias, reportagens, comentários e crônicas.

Um exemplo de rádio jornalismo no Brasil é a Rádio Jornal do Brasil criada no ano de 1935. O Jornal do Brasil dispunha de um aparelhamento radio-difusor ultramoderno. Alcançando todos os habitantes do Brasil onde estivessem, sob a forma jornalística com aspectos culturais da literatura e da música. Na transmissão de inaugural, o microfone da PRF4 foi ocupado por personalidades conhecidas do meio cultural, representantes das classes e instituições que, com saudavam da Rádio Jornal do Brasil ouvintes de todo o território brasileiro.

O gênero musical: Os programas musicais ocupam um espaço maior na programação de grande parte das rádios comerciais do país. Normalmente esses programas se baseiam na alternância entre música e locução. As variações dos programas são várias, de modelos onde o locutor pouco interfere na programação musical quase ininterrupta, como pode ser o caso das emissoras FMs, e àqueles em que cada música é precedida de um longo comentário explicativo, ou mesmo executada ao vivo.

A música sempre ocupou um lugar de destaque nas emissoras de rádio, as apresentações eram ao vivo durante as três primeiras décadas do rádio, quando havia orquestras e pequenos conjuntos regionais que eram contratados. Os cantores populares destacavam-se junto ao público. Os programas de auditório e de calouros conquistaram espaço na Rádio Nacional, e foram responsáveis por revelar vários talentos como Carmem Miranda. Era comum que nesses programas fossem feitos o lançamento de músicas populares, dessa forma se podia perceber a reação do público, vendo o grau de aceitação ou rejeição diante das músicas. Também era um privilégio apresentar-se numa emissora como a Tupy ou a Nacional, pois isso possibilitava ao artista tornar-se conhecido no país e vender seus discos.

Os shows: São espetáculos musicais, humorístico, concertos e outros, e podem ser apresentados em teatro, televisão, rádio, casas noturnas ou mesmo ao ar livre.

O gênero esportivo: São produzidos dentro de formatos jornalísticos tradicionais, como boletim, reportagem, rodas de entrevistas, e outros. São conhecidos também como programas esportivos e fazem as transmissões de eventos, como vôlei, basquete, e claro o que mais se destaca entre os esportes, futebol. O esporte é a paixão dos brasileiros e também da maioria das pessoas no

mundo. Também são característicos do meio radiofônico as transmissões de corridas de cavalo.

Os formatos de programações esportivas podem variar de acordo com os programas. Os boletins esportivos; aparecem ao decorrer das programações artísticas ou jornalísticas das emissoras e possuem duração máximo de cinco minutos. Tem notícias, reportagens curtas, entrevistas e comentários de todos os esportes. Os programas de estúdio contam com periodicidade e duração fixa, durante de quinze minutos até uma hora de transmissão. Apresentam as mesmas características do rádio jornal e devido a essa ligação são conhecidos como “rádio jornal de esportes”. Esses programas também abordam as coberturas esportivas e o placar de campeonatos e jogos.

Os programas de humor: Também conhecidos como entretenimento é um gênero intelectual que usa as mais variadas formas para se expressar, tendo como principal motivo o riso. A partir da década de 30, surgem os primeiros programas caracterizados como humor. Um deles é o “Manezinho e Quintanilha”, de 1931. A partir daí pode-se falar da história do humor no rádio brasileiro. O italiano Dino Cortopazzi fez muito sucesso em São Paulo com um programa em que tinha um personagem português com o nome de Zé Fidélis. No Rio de Janeiro, Renato Murse criou no final da década de 30 o “Cenas Escolares”, com o personagem “Manduca”, que era um estudante problemático. O programa recebeu críticas dos professores e educadores da época, por tratar dos problemas escolares e realizar críticas duras. Após alguns problemas, Renato Murse, fez algumas adaptações no programa que passou a imitar uma espécie de escola e contava com outros personagens. Esse programa inspirou outros como a “Escolinha do professor Raimundo” e “Escolinha do Golias”, apresentados pela TV Globo e o SBT.

Outro programa famoso foi o “Balança mais não cai”, que já estava escrito há um tempo por Max Nunes, mas ainda não havia sido aprovado. Até que em 1950 é levado ao ar pela primeira vez. Surgia com inovações, como quadros que eram isolados e não se interligavam, o elo da produção era o prédio onde as situações ocorriam. O Balança Mas Não Cai dispunha de muita audiência, Devido ao grande sucesso que fazia, precisava ser repetido no dia seguinte. O programa surgiu como substituto do PRK-30, e se consagrou como um sucesso. Era escrito por Max Nunes e Haroldo Barbosa. Lauro Borges escrevia o PRK-30 e satirizava o “rádio real”. Tudo era caricaturado com muito humor: novelas, trocadilhos infinitos com a

situação política do país, paródia de cantores e músicas, fina ironia com toda espécie de programa.

As rádio novelas: A princípio dramas radiofônicos de longa duração e divididos em vários capítulos que, no Brasil, se descaram nas décadas de 30 e 50, alcançando grandes sucesso no país. Em inglês, foram apelidadas de “soap operas” por serem patrocinadas por fabricantes de sabonete e endereçadas exclusivamente para o público feminino.

A primeira rádio novela transmitida no Brasil foi “Em busca da felicidade”, indo ao ar em 5 de junho de 1941, através da Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Uma adaptação por Gilberto Martins, original cubano de Leandro Blanco. Nessa época as emissoras brasileiras já realizavam “rádio dramatizações”. Eram comuns os “teatros em casa”, conhecidos também como “radiatros”. Inúmeros esquetes teatrais faziam parte dos mais variados programas das emissoras de rádio, em diversas regiões do país ou ainda algumas dramatizações em dois ou três capítulos.

Quando a televisão chega, em 1950, não significa a decadência do rádio, o veículo ainda permanece em alta por muitos, justamente pelo fato das pessoas não terem condições de adquirir os aparelhos televisivos. Quando a TV se consolida e passa a ser a grande mídia, o rádio vai atrás de novas linguagens. Nos anos 70 surge a frequência modulada, que traz melhorias as emissoras de rádio. Como característica principal o rádio possui a qualidade de se adaptar com facilidade as novas demandas, adotando diferentes programações.

1.8 A EXTREMA SEGMENTAÇÃO: MEU RÁDIO, MINHA TRIBO.

Como visto no capítulo acima, após a chegada da televisão as rádios se voltam para uma linguagem baseada no humor, na música, produções jornalísticas, esporte e radio novelas. A partir dessa época a rádio passa por mais mudanças, começando a pensar no público de uma forma específica, o que dá origem ao processo de reestruturação das programações.

As emissoras começam a segmentar seus conteúdos, ou seja, começam a falar na linguagem dos estratos sociais, para pessoas que compartilham necessidades e comportamentos semelhantes. Essa segmentação também ocorrer de forma geográfica, a rádio informa o global, mas seu ponto chave é o local, priorizando sua região. O processo de concentração de um rádio em um

determinado segmento pode englobar apenas alguns programas ou a totalidade das transmissões.

Desse modo a programação passa a oferecer serviços em um âmbito definido, buscando anunciantes adequados e ouvintes específicos. De acordo com o livro "A volta pelas ondas: O rádio e o migrante nordestino em São Paulo" de Rose Reis de Souza, alguns critérios estão relacionados ao corte feito na audiência total para ir ao encontro de um público-alvo definido.

O que não era exatamente uma novidade, já em décadas anteriores, existiam programas dirigidos a segmentos específicos de audiência, o que abriu espaço para futuras especializações, trazendo para as rádios programações musicais de vários países. Aspectos demográficos e socioeconômicos junto a outros critérios também ajudam a definir o público alvo, além é claro das particularidades dentro dessas características globais. Ferreto (2000) cita a Central Brasileira de Notícias como um segmento específico.

A central Brasileira de Notícias constitui-se em outro exemplo de segmentação. O sistema Globo de Rádio mantém emissoras nitidamente populares, como as Globo AM, do Rio é de São Paulo, enquanto a CBN, do mesmo grupo, explora a filão do jornalismo. (FERRARETO, 2000, pp. 52-3)

Ao longo dos anos 80 e 90, as emissoras abrem espaço para os serviços à população, fornecendo informações sobre o trânsito, meteorologia, aeroportos, estradas e outros. Também ocorre uma argumentação com os programas jornalísticos e as coberturas esportivas. As emissoras FMs antes votadas para a classe A e B, passam a ocupar espaços com programas que contam com a participação do ouvinte de classes C e D. A partir dos anos 90 os avanços tecnológicos passam a se reinventar com uma grande rapidez. A Internet surge para revolucionar todas as áreas da vida, mudando aspectos sociais, econômicos e até mesmo culturais.

Após a primeira transmissão radiofônica no Brasil, que compartilhou atrás de altos falantes o discurso do Presidente Epitácio Pessoa, o rádio ganhou espaço no país, seguido da criação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, o processo de popularização do aparelho no país, o rádio foi se desenvolvendo.

Ao longo de sua trajetória, com a criação de diversas emissoras, o rádio passou por várias mudanças e foi se adaptando conforme os avanços tecnológicos

e a melhoria dos equipamentos e das técnicas, originando dessa forma diversos gêneros. Esses gêneros foram se adaptando e se especializando conforme o aumento do público, e a procura por determinados segmentos como músicas, esporte, notícias e outros.

Alguns desses segmentos são:

All News: Também conhecidas como emissoras que só transmitem notícias. Essas emissoras tem o jornalismo como seu foco principal, os temas são os que possuem relevância para os ouvintes, sendo de caráter local, regional, nacional e até mesmo mundial, isso vareia da programação da rádio. Essas emissoras normalmente são compostas por profissionais da área como jornalistas, que buscam fontes, checam as informações, fazem a apuração e as veiculam com padrões de texto e narração. Essas informações podem vir na forma de notas, boletins, reportagens, debates, entrevistas e especiais.

Exemplos de emissoras desse segmento são as rádios CBN, BandNews FM, Globo e outros.

Gospel: Rádios gospel são ouvidas por quem busca estreitar seus laços religiosos. A programação é feita com bastante interatividade, com mensagens de pessoas que desejam desabafar ou incentivar outras a seguir o caminho da fé. Também faz parte da programação a leitura do evangelho do dia, citações bíblicas e outros. A trilha sonora, conta com uma variedade de músicas do estilo gospel. Um gênero de rádio que ganhou muita força nos últimos anos, apostando sobretudo na internet como ferramenta de impulso e conquistando cada vez mais público, incluindo os jovens.

Exemplos de emissoras desse segmento são a radio Gospel FM, a Gospel Mix, a felicidade Gospel e outras.

Sertanejo: As emissoras desse segmento em sua maioria costumam ter o foco na música, sendo esse o carro-chefe da grade de programação. As rádios sertanejas tocam qualquer sucesso desse estilo, fazendo uma mistura de informações e interatividade ao longo da programação diária. O ouvinte está sempre por dentro das melhores músicas sertanejas, sabendo dos artistas mais badalados, nomes desconhecidos que estão entrando em cena, os hits que não saem da cabeça e mais. Os festivais sertanejos costumam ganhar muita visibilidade.

Exemplos desse segmento são a Sertaneja Mix, Sertanejo Hits, Radio Terra FM e outros.

Esportiva: Devido aos crescentes avanços das webs radio no atual cenário brasileiro, as emissoras voltadas para esse segmento têm aumentado de quantidade. Com programações voltadas para o esporte, abordam partidas de futebol, vôlei, basquete e outras modalidades. Algumas delas transmitem conteúdo 24 horas por dia ao vivo, como a Grenal de Porto Alegre. Ocorrem também a transmissão de jogos, debates, entrevistas e outros.

Pode-se perceber assim que os gêneros de rádio se modificam ao longo do tempo, e atualmente atendem os diversos estilos de públicos. Os podcasts e a web radio tem se tornado cada vez mais populares, mostrando a qualidade dessas plataformas, com várias alternativas de conteúdo para todos os gostos.

CAPÍTULO II

2. O PODCASTS.

O Podcast é uma junção de áudio e vídeo, que pode ser utilizado em diversas mídias, com vários formatos. Sua principal característica é seu formato de distribuição chamado de podcasting, um meio de publicação de arquivos de mídia digital por meio do *Feed RSS*, que possibilita aos ouvintes e assinantes de podcast o acompanhamento e até mesmo o download do conteúdo na medida em que ele vai sendo atualizado.

Em 2004, a distribuição de arquivos contendo programas de áudio já era possível, seguindo a mesma lógica da programação de rádio, eram compartilhados pela Internet como arquivos de PM3 ou algo similar. Para que o internauta pudesse ouvir esse arquivo, era preciso acessar um site que pudesse hospedar o arquivo e fazer o seu download para o computador, para depois ouvi-lo.

Foram feitas algumas experiências relacionadas ao download automático de arquivos de áudio, ligado diretamente as empresas que também faziam a produção desse tipo de conteúdo, elas buscavam lucrar. Mas como houve dificuldades em lucrar com o sistema, essas experiências acabaram sendo abandonadas com o tempo.

Com a grande quantidade de aparelhos portáteis que reproduziam áudio em formato de PM3, foram surgindo novas ideias, dentro delas a automatização do acesso a audioblogs e outros programas de áudio. Assim veio a possibilidade do

download ocorrer de forma automática através de programas nomeados como agregadores.

No ano de 2004, Adam Curry criou seguindo um script escrito por Kevin Marks, um jeito de transferir arquivos de áudio que eram disponibilizados na plataforma iTunes, que a princípio era mais utilizada para alimentar conteúdos de iPods, tocadores de músicas bem comuns da Apple. Essa transmissão de dados foi chamada de podcasting, sendo a junção do prefixo "pod" oriundo do *ipod*, com o sufixo "*casting*", originado da expressão "*broadcasting*", transmissão pública e massiva de informações, que se feitas também através do rádio, podem ser chamadas de radiodifusão.

Ben Hammersley foi o jornalista que utilizou o termo pela primeira vez, em uma matéria publicada no The Guardian em 12 de fevereiro de 2004, definindo a forma de transmissão das entrevistas de Lyndon, e o termo acabou sendo adotado para se referir ao novo sistema de transmissão de dados. Dessa forma os programas de áudio que passaram a ser distribuídos via *podcasting* começaram a ser chamados de *podcast*.

Existe uma certa semelhança entre o podcast e o que pode ser chamado de "rádio pela Internet", pois a base de desenvolvimento é a mesma, informações que são passadas por meio de arquivo de áudio, mas apesar disso, são classificadas de modo diferente.

Desse modo entende-se que o podcast é uma forma de transmitir um arquivo de áudio, ou de vídeo pela internet, para que ele possa ser ouvido em um aparelho que reproduza o arquivo. De acordo com Primo (2005, p. 30) "o podcast é um processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na Internet". Uma junção entre o arquivo de áudio e o texto que ajuda a divulgar o podcast, quando ele é lançado na internet, no feed.

2.1 PODCAST NO BRASIL

A princípio, os podcasts eram programas de áudio e vídeo distribuídos dessa forma, mas no Brasil acabaram ganhando uma separação informal que intitulou o podcast como programas de áudio e os vídeos como videocast. E o primeiro podcast brasileiro surgiu no ano de 2004, em 21 de outubro, através do Digital

Minds criado por Danilo Medeiros, associado a seu blog. A partir desse momento vários outros podcast surgiram.

Em 2005 aconteceu a primeira edição da Conferência Brasileira de Podcast a PodCon Brasil, primeiro evento brasileiro dedicado exclusivamente ao assunto, realizado entre os dias 2 e 3 de dezembro em Curitiba, Paraná. Com organização de Ricardo Macari e patrocínio de Eddie Silva e da cervejaria Kaiser. Mais tarde o evento passou a fazer parte do Fórum de Mídias Digitais e Sociais. Durante a PodCon de 2005, foi organizada a Associação Brasileira de Podcast (ABPod), tendo como presidente o podcaster Billy Umbella.

Porém, ainda em 2005 ocorreu o chamado *podfade*, ou seja, o boom de vários podcast no Brasil e no mundo. No ano de 2006 poucos programas da primeira geração ainda faziam publicações, novos podcasts surgiram o que fez o ramo de produção voltar a crescer. Em 2008 o Prêmio IBest, um dos principais prêmios brasileiros voltados a internet, incluiu a categoria podcast, o julgamento era feito através do voto popular, o Nerdcast foi o vencedor, seguido de Rapaduracast e Monacast, os dois primeiros são produzidos até os dias atuais.

Os primeiros podcasts brasileiros se assemelhavam bastante aos norte-americanos, com nenhuma ou pouca edição, lembrando programas de rádio ao vivo.

Os novos programas surgiram inspirados nos programas de rádio, se voltando para os jovens, eram uma combinação de técnica, mixagem de sons, a produção de pautas leves, descompromissadas que trabalhavam com humor, e trilhas sonoras que complementavam as falas dos locutores. Nos dias atuais os podcast se baseiam em uma conversa informal que ocorre de forma descontraída, sobre diversos temas. Até mesmo os programas especializados em um determinado nicho se valem do humor, de uma boa edição.

Inicialmente os podcasts começaram a ser produzidos por ouvintes que conheciam a nova proposta de material em áudio e resolviam se arriscar no nicho e produzir seus próprios programas. Devido a este mesmo fator são poucos os podcast que mantem as postagens regulares por mais de um ano, que são produzidos em paralelo a outras atividades profissionais de seu produtor. Alguns podcast com pouca visibilidade ganham dinheiro com banners de publicidade online, como o Google AdSense, responsável por definir a relação entre blogs e podcast no Brasil, dessa forma são poucos os podcast que não estão vinculados a

um blog, que serve de suporte para as postagens dos episódios e garantem assim a inserção de publicidade.

No Brasil o podcast virou sinônimo de programas de áudio, por ter uma baixa produção do mesmo em formato de vídeo. Também existe uma grande ausência de grandes empresas de mídia que produzam esse produto. A maioria dos podcasts brasileiros surgirem por iniciativas pessoais, está relacionado a nichos de assuntos que não são valorizados pela mídia em massa, assim muitos dos programas produzidos dão suporte e abrem o acesso à comunicação para setores que outrora eram marginalizados.

Essa iniciativa faz com que os chamados “podsfera” brasileira tenham iniciativas de suportes mutuo, até mesmo entre os programas considerados como concorrentes. É comum que quem produza esse conteúdo participe do programa de outras pessoas, conversando sobre assuntos diversos e divulgando seu próprio programa. Uma coloração bem difundida no meio fazendo troca entre podcasts que estão começando e aqueles que já se consagraram no mercado.

Atualmente existem vários formatos, estilo e temas de podcasts, que lidam ou não com o humor, que não se preocupam muito com a edição do áudio, e sim com a qualidade do conteúdo e a agilidade de publicação.

A podsfera brasileira se tornou solida ao longo dos anos, em termos de qualidade e quantidade, embora a popularidade ainda seja media. Já é possível encontrar programas sobre várias temáticas, os produtores vão dando personalidade ao material, o que facilita o reconhecimento por parte do ouvinte. Com os avanços tecnológicos a produção de conteúdos nesse ramo vem passando por mudanças, e muitas coisas ainda vão mudar, dessa forma os podcast vem conquistando cada vez o público e se destacando no cenário brasileiro.

2.2 PLATAFORMAS DE STREAMING E PODCAST

Em 21 de outubro é comemorado o dia do podcast no Brasil. Para demonstrar a popularidade que esse produto vem adquirindo no país, a plataforma de streaming Deezer realizou uma pesquisa para obter dados. De acordo com o levantamento houve um registro crescente de 67% no consumo nacional de podcast no ano de 2019. A pesquisa foi divulgada para a Tilt – o canal sobre tecnologia do UOL - os dados foram apurados no mês de julho com os usuários de plataformas de

streaming de podcasts, que passam pelo Spotify, Apple e Google Podcast, além dos aplicativos especializados na distribuição e organização desse tipo de conteúdo.

A Deezer comparou os resultados do comportamento dos brasileiros como os de ouvintes de outros países, ressaltando que os Europeus tiveram um crescimento de menos de 50%. Levando em consideração somente a audiência de podcast na Deezer, a empresa relata um aumento de 117% do consumo no último ano da pesquisa. Os investimentos feitos pelos produtores em plataformas como a Deezer resultaram em ouvintes. Quem ouve podcast tem dedicado um tempo cada vez maior para esse hábito. Os ouvintes brasileiros consomem mais de uma hora de podcast por dia.

Existe grande criatividade nos conteúdos feitos por produtores que vêm se profissionalizando, juntamente com veículos reconhecidos de comunicação que apostam nesse produto. Um exemplo é o UOL, site de publicação da pesquisa. De acordo com a pesquisa, o podcast cresceu em 2019 no Brasil e a tendência é crescer cada vez mais em 2020.

Os podcasts produzidos por empresas pode sim ser algo rentável, afinal o produto se sustenta através dos anúncios publicitários lidos pelos apresentadores no ar. Existem também os financiamentos colaborativos – crowdfunding - que permite aos fazer manter seus programas favoritos com contribuições pontuais ou mensais.

A empresa americana Voxnest, dona de uma plataforma de gestão e produção de podcasts Spreaker, trouxe para o Brasil, uma nova forma para os criadores desse tipo de conteúdo se sustentarem. A ferramenta se parece com o recurso de monetização do Youtube, permitindo que donos de canais ganhem dinheiro a partir das visualizações de seus conteúdos. No caso da plataforma, o recurso de monetização permite a inserção de propagandas adequadas ao perfil do ouvinte e da independência aos criadores quanto a plataforma. Os downloads e streams valem para Spotify, Deezer e outros.

O uso do 4G e dos smartphones e a tecnologia ajudaram a popularizar os podcasts no Brasil. Atualmente com mais ferramentas em mãos de criadores, o apoio de grandes empresas e a chegada de agregadores como Amazon, Echo e Google, a comodidade do formato e a alta oferta de conteúdo de qualidade vêm fazendo com que cada vez mais pessoas sejam adeptas da podosfera. As bases

estão sendo preparadas para uma nova fase de produção de podcasts, o que abre espaço para as novas formas de comunicação sonora que vem por aí.

2.3 COMUNICAÇÃO SONORA: O QUE VEM PELA FRENTE.

De acordo com o site Observatório da Imprensa por alguns anos estudiosos pregavam o fim de determinadas formas de comunicação toda vez que surgia um avanço tecnológico. Assim aconteceu com o rádio quando a TV surgiu, devido ao seu alcance e tradição, o rádio sempre foi visto como um alvo desses avanços futuros. Porém, já ficou provado em todo mundo que a evolução nas transmissões e consumo de conteúdo não está ligada a extinção de linguagens de comunicação já existentes.

O que faz do rádio um exemplo, após passar por várias mudanças ao longo dos anos, deixou de ser uma mídia em queda e conquistou investidores, anunciantes, profissionais adeptos a área e consumidores fixos, mostrando sua renovação e adaptação, com novidades técnicas e melhorias tecnológicas, o que ajudou na expansão do veículo e reforçou suas vocações, já possuídas por ele a muito tempo. De acordo com o site Rádios de Resultado (RDR), essa adaptação fez com o rádio continuasse a sua trajetória.

Com o FM o número de emissoras dobrou em relação as existentes, com qualidade melhoria na transmissão de som, o que destacou uma forte característica dessa mídia, a sua capacidade de segmentação. Com foco em estilos determinados de programação, e um perfil de público, o rádio oferece soluções para os anunciantes que outras mídias não conseguem oferecer, como o maior alcance de ouvintes que poderiam escutar o anúncio a qualquer hora do dia, sem ter que parar de fazer suas atividades. Com o avanço dos satélites houve a formação de redes nacionais, e juntamente com elas, a viabilização econômica de diversas emissoras de pequeno e médio porte. O que gerou novos processos de integração nacional iniciado pelo rádio e posteriormente aprofundado pela televisão.

Ainda de acordo com o site, a popularização da internet, trouxe benefícios para o rádio, em seus diferentes aspectos. Conquistou ouvintes mais jovens, abriu espaço para empresas e pessoas comuns lançarem novas estações, promovendo a internet a um campo livre para o surgimento de novas músicas, programas, marcas, locutores e outros. Reforçou a interação entre o comunicador e seu público por meio

de e-mail, salas de bate papo e principalmente as redes sociais, dentre vários outros aspectos.

O rádio possui a característica de se adaptar aos meios para sobreviver, dessa forma percebe-se que o veículo se modifica, e conforme os avanços tecnológicos vão surgindo vai se adaptando as novas tecnologias. Assim o rádio segue cumprido o seu papel, levando informação e conteúdo que agradam a todos os ouvintes.

O rádio se associou as novas formas de tecnologia, nos dias atuais ele pode ser ouvido nos próprios aparelhos de rádio que ainda continuam em alta, através de aparelhos de TV smart, através das caixas de som que estão em alta, por transmissões via internet, aparelhos celulares que vem com a função radio, além é claro dos podcats que podem ser considerados uma reformulação do rádio no âmbito digital, já que a variação do tempo do podcast é variada, podendo ser comparado um programa de rádio, além de ter outras semelhanças como a linguagem usada nas produções.

A internet hoje é algo muito poderoso, as pessoas podem ter tudo em um aparelho smartphone. Aparelhos esses que vem com funções como YouTube, que permitem baixar aplicativos diversos, incluindo os das redes sociais e outros. E várias rádios ao redor do mundo vem se adaptando a essa nova era do digital a cada dia que passa. Já é comum espalhar câmeras pelos estúdios, para que os ouvintes possam ver também, e não só ouvir, é uma forma de aproximar o público e aumentar a interação. Essas transmissões são possíveis através de aplicativos como Facebook e Instagram, que permitem ao usuário fazer lives ao vivo, em tempo real.

Hoje existe uma crescente necessidade que as rádios habitem a internet. Antigamente as pessoas ouviam o rádio como um pano de fundo, enquanto faziam outras atividades, hoje, as pessoas gastam uma boa parte de seu tempo em seus celulares e computador. Dessa forma o rádio online se encaixa nesse cenário trazendo inúmeras opções, com, espaços publicitários no player, maior interatividade junto ao ouvinte, e praticidade, já que hoje é mais fácil a pessoa ter um computador que um rádio. Além disso a internet ajuda a ter uma abrangência mundial, a medir a audiência, aumentar as vendas da mídia tradicional e outros.

Ainda hoje alguns aparelhos de celular oferecem a opção de rádio FM, mas algumas não trazem mais essa função de fábrica, deixando a opção de ouvir rádio

por aplicativos para o dono do aparelho. Essa nova configuração traz uma nova gama de possibilidades, e vem se tornando tendência na década atual e nas próximas. Se antes era possível escutar rádio em qualquer lugar do mundo, agora é possível ouvir em qualquer lugar e a qualquer hora, com a chegada do 4G acredita-se que as pessoas voltaram a ouvir mais rádio nos próximos anos, mas esse aumento vai depender das emissoras, e das adequações feitas para se manterem como relevantes no mercado.

As pessoas que ouvem rádio porque gostam de música e querem se manterem informadas, mas não se precisa escutar rádio hoje em dia para isso. Existem vários aplicativos de música disponíveis, como os próprios celulares entre outros. As pessoas ouvem rádio porque elas gostam, mas é preciso convencê-las de que o rádio mudou, se adequou ao momento, mas ainda mantém muito de sua essência.

Atualmente as emissoras com marcas fortes se parecerão menos com o rádio e estarão em todos os lugares, com fortíssimo apelo local, canais abertas de comunicação com seus ouvintes e alimentando uma imagem forte e audiência.

2.4 O PODCAST: ART DÉCO EM GOIÂNIA: UM MOVIMENTO, UM PODCAST

O produto dessa pesquisa se dará através do desenvolvimento de uma série de Podcast com o nome de: Art Déco em Goiânia: Um Movimento, Um Podcast. O intuito é fazer a ligação entre a história da cidade de Goiânia e seu projeto de urbanização, junto aos monumentos de Art Déco que existem na capital. Assim fazendo a junção de todos esses elementos junto a história de pessoas que fizeram ou ainda parte do desenvolvimento da capital que possui o maior acervo Art Déco do Brasil.

2.5 O MOVIMENTO ART DÉCO

O Art Déco teve início na França em meados de 1910 e atingiu seu momento de glória entre os anos de 1920 e 1930. Este estilo ganhou espaço nas artes visuais e aplicadas como design de interiores, mobiliário e outros. Tendo uma presença marcante na arquitetura, assim na década de 30 se espalhou pelos Estados Unidos da América (EUA) e para outros países da Europa.

A partir da Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais Modernas que ocorreu em Paris em 1925, o movimento começou a se solidificar como um estilo artístico. O Art Déco era um estilo de caráter decorativo, na época visto como ultramoderno e altamente luxuoso, destinado aos gostos da burguesia. Após a exposição Art Déco em 1934, o estilo valorizou a produção industrial. Assim o estilo se popularizou e se tornou de fácil acesso a população, através da publicidade de objetos domésticos, junto a joias e bijuterias, da moda e mobiliário.

O estilo Déco pode ser caracterizado por fazer uso de figuras geométricas ou estilizadas em detrimento das formas orgânicas, referências às quais herdou do Art Nouveau. Mas ao contrário desse estilo, o Déco prezava por simplicidade, sendo comum o uso da figura feminina e de animais. Na arquitetura usavam-se compensados de madeira e concreto armado, sem abrir mão do requinte, usando assim ornamentos de bronze, mármore, prata, marfim e outros materiais nobres.

O movimento chegou ao Brasil no final de 1920, com destaque na arquitetura, tendo a intenção de torná-la mais limpa e funcional. Existem inúmeras construções neste estilo no Brasil, algumas bem conhecidas como o Cristo Redentor que é a maior estatua Art Déco do mundo e a Torre do Relógio da Central do Brasil, o Estádio Pacaembu em São Paulo e outros.

2.6 A ART DÉCO EM GOIÂNIA

Goiânia é a capital do estado de Goiás e está localizada a 202,5 quilômetros de Brasília, no centro-Oeste do país. Foi planejada para ser a capital política e administrativa de Goiás, desenvolvida pelo governo Vargas e carrega o símbolo do modernismo. De acordo com as estimativas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Goiânia é a 10ª cidade mais populosa do Brasil, com 1.516.113 habitantes.

Para deixar registrada uma marca no local escolhido para sediar a capital, o construtor da cidade escolheu o Art Déco como referência para a estrutura dos primeiros prédios daquela que viria a ser a primeira metrópole do Centro-Oeste. Porém, essa parte da história acabou se perdendo no tempo deixando de ser algo do interesse do público goianienses.

A capital goiana é dona do maior acervo de Art Déco de todo o Brasil. As obras são atreladas a Atílio Corrêa Lima, arquiteto responsável pelo plano

urbanístico de Goiânia. Ele, viu no estilo a oportunidade de trazer a modernidade e o progresso do exterior para o país. Assim, os edifícios e monumentos que aderiram o estilo se tornavam inovadores e diferentes do que era considerado comum na época.

Goiânia tem 22 edificações e monumentos públicos em Art Déco tombadas pelo Instituto Nacional do Patrimônio Artístico Nacional (Iphan). A maioria se encontra no centro da cidade, e no setor campinas, bairro pioneiro da capital. Entre as edificações estão o Cine Teatro Goiânia e a Torre do Relógio da Avenida Goiás. Embora façam parte do patrimônio histórico e cultural, atualmente muitos desses monumentos acham-se em estado de abandono e vandalismo, porém seu valor continua incalculável.

2.7 EPISÓDIOS DO PODACST

A série de Podcast será composta por 4 episódios que apresentam o desenvolvimento urbanístico de Goiânia e a ligação da capital com a Art Déco. Os episódios são:

1.Contextualização do projeto de urbanização de Goiânia, dando destaque a planejamentos como o manto de nossa senhora: Esse episódio tratara do processo de planejamento da cidade de Goiânia e as formas arquitetônicas escolhidas para moldar a capital. Tratando em especial do projeto da Praça Cívica, local importante que abriga alguns patrimônios tombados da capital, que também é conhecido pela bela figura geométrica que forma ao longo de algumas avenidas do Setor Central, que se parece com a figura de Nossa senhora.

2.Fazer a relação do projeto de urbanização de Goiânia com a Art Déco que envolve a cidade: Como citado a cima, o projeto de urbanização da cidade desde o princípio tem suas origens inspiradas na Art Déco. Planejada para trazer a modernidade ao estado de Goiás, a arquitetura de prédios históricos de Goiânia traz em sua essência a arte que marcou os anos de 1930.

3.Falar sobre a Art Déco e os monumentos localizados em Goiânia fazendo relação com o Iphan e os patrimônios tombados: Esse episódio abordara os vários monumentos Art Déco que existem em Goiânia, que por possuir uma grande riqueza cultural são patrimônios protegidos tombados pelo IPHAN, órgão

responsável por zelar juntamente com o governo e a sociedade pela preservação e conhecimentos culturais ligados a cultura do estado de Goiás e da capital.

4.Fazer a relação dos monumentos com a economia e o turismo em Goiânia: A maior parte da população desconhece a riqueza histórica e beleza que os Monumentos Art Déco trazem para cidade de Goiânia. Mesmo sem essa percepção alguns desses monumentos são de extrema importância para o turismo e a atividade economia da cidade, como a estação ferroviária que se localiza ao lado da conhecida região da 44, sendo um ponto de referência e um dos cartões postais da capital. Destacar os monumentos e pontos mais conhecidos em Goiânia, trazendo várias curiosidades: Esse episódio pretende tratar das mais diversas fases desses monumentos históricos como, curiosidades, localização, rota de passeios que passam pelos monumentos e outros.

CAPÍTULO III

3. DELINEAMENTO DO PRODUTO

A cidade de Goiânia, seu projeto de urbanização e seus monumentos históricos tombados em Arte Déco, é o objeto do presente trabalho, desenvolvido nas disciplinas de conclusão de Curso (TCCI e II). Com os avanços tecnológicos presentes no dia a dia das pessoas, a crescente demanda de smartphones, computadores e aplicativos se tornaram de extrema necessidade no auxílio e desenvolvimento de tarefas facilitando ações cotidianas. Com as mídias de entretenimento não poderia ser diferente, dessa forma, percebe-se que os aparelhos celulares acompanham seus donos em todos os momentos, possibilitando a realização de atividades de forma simultânea, onde o indivíduo pode estar praticando um exercício físico e ouvindo uma música, fazer uma caminhada e ouvir um podcast, e assistir a um episódio de sua série favorita em qualquer lugar que esteja, participar de reuniões online com pessoas de vários países, entre outros.

O projeto se justifica na tentativa de, por meio de uma série de podcast, contribuir para a disseminação de conhecimento para a própria população da capital e de outros estados do Brasil, quantos aos Monumentos Culturais Históricos presentes em Goiânia. A relevância desse trabalho se dá através do alto número de

ouvintes de podcast, que vem crescendo cada vez mais no país, devido a facilidade de manuseio desse tipo de conteúdo e a possibilidade de um debate sobre a educação patrimonial e cultural, que além de informar leva conhecimento a sociedade sobre a sua própria história e identidade.

Para o desenvolvimento desse trabalho, foi necessária uma primeira fase composta por levantamento de dado, por meio de pesquisa bibliográfica, relacionada ao tema, resultando nos primeiros capítulos escrito desta obra, que aborda conceitos fundamentais para o entendimento da comunicação no princípio do desenvolvimento do homem, até os dias de hoje onde a comunicação é disseminada de várias formas, principalmente no âmbito tecnológico, que se tornou ainda mais presente na vida das pessoas, que se adaptaram as práticas remotas em decorrência da pandemia do Covid-19.

Abaixo estão expostas considerações que explicam as escolhas feitas para o desenvolvimento do Podcast: Art Déco em Goiânia: Um Movimento, Um Podcast. O título do podcast se refere ao tema central exposto, a construção e urbanização de Goiânia e os seus monumentos Art Déco. A construção da capital está atrelada a Atílio Correa Lima, arquiteto responsável pelo projeto da cidade que também desenhou alguns dos prédios mais emblemáticos de Goiânia, colocando em sua essência a Art Déco.

3.1 FORMATOS

O gênero Podcast foi escolhido por estar ganhando cada vez mais espaço no Brasil, sendo uma ferramenta fácil de lidar, podendo ser ouvido em qualquer lugar e momento do dia das pessoas. Além de ter uma linguagem mais informal o podcast também permite a realização de entrevistas, um bate papo mais sério ou descontraído, a depender do assunto tratado. Devido ao período em que o mundo passa com a disseminação do Covid-19, o podcast se tornou um material viável de produção, já que todas as entrevistas foram realizadas de modo remoto.

3.2 DEFINIÇÃO DAS PAUTAS E ENTREVISTAS

Em uma primeira abordagem, o trabalho traz aspectos do projeto de desenvolvimento, planejamento e urbanização da cidade que foi escolhida para ser a nova capital do estado de Goiás, sendo considerada um símbolo de modernidade

e avanços futuros apresentados em seus prédios de características históricas do Arte Déco, que atualmente se misturam a uma Goiânia com grandes arranha-céus e a modernidade de longos anos de avanço. As pautas do podcast foram subdivididas em quatro episódios. As entrevistas ocorreram em sua maioria de setembro a novembro de 2020, de forma remota, com o auxílio de plataformas como Zoom, WhatsApp e Microsoft Teams.

3.3 ROTEIRIZAÇÕES E GRAVAÇÃO DOS PODCASTS

A roteirização dos podcasts ocorreu de forma tranquila durante as orientações da disciplina de TCC I, onde também foram abordados os temas, as possíveis fontes e as pautas. Os roteiros podem ser conferidos ao longo do trabalho, no qual foi delineado de forma rápida o que cada episódio abordaria. Após a produção e correção do roteiro, foi feito o agendamento para as gravações, no laboratório de rádio disponibilizado pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás), no Campus V, com apoio técnico e edição do jornalista Nilson Ribeiro Filho, mediante a restrição de pessoas em decorrência da pandemia, com o uso obrigatório de máscaras no local. O agendamento foi realizado sob a orientação da diretora da Escola de Comunicação da PUC Goiás, Sabrina Moreira, e orientação de Antônio Carlos Cunha, coordenador do curso de Jornalismo.

3.4 DIÁRIO DE PRODUÇÃO

As gravações e edições ocorreram durante o mês de novembro de 2020. No entanto, devido ao atraso no retorno por parte de algumas fontes essenciais ao trabalho, todo o processo acabou fluindo em um período apertado de tempo, já que a entrega de todo o trabalho final estava próxima. As gravações realizadas no laboratório de rádio da PUC Goiás ocorrem de forma tranquila sendo um processo simples, com a ajuda e orientação do técnico.

A experiência nessa disciplina fez com que eu aprendesse muito, me dando a oportunidade de colocar em prática conhecimentos adquiridos durante o curso, passando também por alguns momentos de stress como, o agendamento de entrevistas com órgãos oficiais que se tornou ainda mais complexo, demandando muita paciência. Em alguns momentos devidos a demora no retorno das fontes, a

espera veio acompanhada de frustração e um sentimento de que não daria tempo, a apreensão e a ansiedade de ver o trabalho pronto, acabam abalando por diversas vezes o psicológico do universitário que já se encontra em período de tensão e stress devido ao peso de estar se encaminhando para o final do curso.

3.5 DURAÇÕES

Os episódios do podcast vareiam entre 16 e 22 minutos de duração. Para cada episódio produzido foram realizadas entrevistas com aproximadamente uma hora e meia de duração. Gerando no final uma quantidade expressiva de material para edição.

3.6 PERSONAGENS

A partir do roteiro foram definidos os entrevistados em decorrência de suas atuações e/ou ligações e cargos desenvolvidos a respeito dos temas tratados. Os entrevistados foram:

1) Ana Maria Diniz, formada pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás). Pesquisadora do Núcleo de Estética, Hermenêutica e Semiótica - Dra. Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de Brasília (UnB). Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

2) Cristina Lopes Afonso, graduada em Educação Física e Fisioterapia, com especialidade em Dermato-funcional. Por mais de 20 anos, foi chefe do Serviço de Saúde Referência em Queimadura em Goiás. Ajudou a fundar o Núcleo de Proteção aos Queimados, a Liga Acadêmica de Queimaduras em Goiânia, a Sociedade Brasileira de Queimaduras, a Federação Latino-Americana de Queimaduras e o curso de Fisioterapia da Eseffego, onde deu aulas por 15 anos.

3) Déborah Aires Solto, graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Estadual de Goiás (UEG). Coordenadora Técnica Substituta do Instituto do Patrimônio histórico e Artístico Nacional (IPHAN) Goiás

4) Solange Maria de Santana e Silva, Arquiteta e Urbanista, Especialista em Gestão do Patrimônio Cultural pela UFPE Cátedra Unesco, Coordenadora do Núcleo de Patrimônio Material e Imaterial da Secretaria Municipal de cultura (SECULT) Goiás.

5) Leila Miguel Fraga Mestre em Gestão de Patrimônio Cultural do Instituto Goiano de Antropologia IGPA, professora da PUC Goiás.

6) Gutto Lemes, Artista Plástico, Guia Turístico e idealizador do Goiânia Art Déco Festival.

3.10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão de curso teve como objetivo principal apresentar a cidade de Goiânia e suas belas riquezas a seus moradores, alcançando também de forma virtual toda a população brasileira. O trabalho teórico procurou fazer uma descrição de toda a trajetória da comunicação desde seu princípio até os dias atuais, explorando as modificações que ocorrem ao longo do tempo, juntamente a segmentação da produção sonora.

Com os crescentes avanços tecnológicos e a criação de diversas plataformas digitais que facilitam o consumo de produção sonora, percebe-se uma redefinição nos sistemas e modos da produção de radiofônica, que passa a se valer dos meios digitais para sua produção. A escolha do podcast como plataforma de trabalho no projeto veio justamente da ligação do mesmo com o jornalismo, permitindo ao aluno passar pelas práticas jornalistas como, planejamento, apuração, pesquisas, reunião de conteúdo e edição, dando a oportunidade reforçar todo o aprendizado visto na faculdade, considerado essencial para o desenvolvimento e amadurecimento do acadêmico, no âmbito pessoal e profissional.

A autora participou de todos os passos de desenvolvimento do produto, desde as entrevistas, o processo de edição e escolha do nome, a vinheta, o som de fundo, para poder trazer um pouco de personalidade ao produto. O uso do mesmo som de fundo de fundo em todos os episódios foi para criar um processo de reconhecimento do ouvinte, que ao ouvir o som o ligaria ao nome do programa.

O trabalho colabora também para conhecimento cultural e histórico do estado de Goiás e a formação urbanística e arquitetônica de Goiânia. Trazendo a compreensão de que a população precisa ser inserida aos meios culturais existente dentro da cidade, pois reconhecimento e a apropriação de um monumento é que contribuem para a identificação histórica de um povo culminando na preservação não só de bens culturais, mas também da história que será passada para as futuras gerações.

Como relatado acima, ocorreram alguns contratemplos em questão do retorno das fontes, devido a pandemia os processos de solicitações de entrevistas acabaram se tornando ainda mais demorados, o que contribui para o aumento da ansiedade do universitário quanto à conclusão do produto.

Por fim, o trabalho é de grande importância para a autora, pois representa o fechamento de um ciclo, de anos de aprendizado, experiências novas, amizades e principalmente amadurecimento. Nesse momento portas se fecham para que outras possam se abrir e conhecimentos possam ser trocados.

Conclui-se aqui, que a partir das entrevistas realizadas para a produção do podcast, foram ressaltadas informações das quais fizeram a autora se questionar sobre o seu próprio conhecimento acerca do que são os patrimônios culturais, quais a importância desses bens para a história e principalmente, como a população se comporta e é vista diante desse contexto. A fala da convidada Leila Miguel Fraga, traz uma reflexão sobre o que é conhecido pela sociedade, sobre os ensinamentos repassados no dia a dia, sobre as periferias estar mais próxima da arte e várias outras questões que a autora guardara para os trabalhos futuros.

4 APÊNDICES

4.1 FOLHAS DE SINALIZAÇÃO

4.2 Primeiro Episódio

ART DECO EM GOIÂNIA: UM MOVIMENTO, UM PODCAST

TEC: SOLTA VINHETA DE ABERTURA/ NOME DO PODCAST E NOME DA APRESENTADORA

TEC: SOBE DESCE BG

1 SONORA: PEDRO LUDOVICO FALANDO SOBRE GOIANIA

LOC: A FALA DE PEDRO LUDOVICO TEIXEIRA RETRATA BEM A EVOLUÇÃO DA CAPITAL DO ESTADO DE GOIÁS. // GOIÂNIA ESTÁ LOCALIZADA A 200 QUILOMETROS DE BRASÍLIA, NA REGIÃO **CENTRO-OESTE** DO PAÍS. // FUNDADA EM 1933 FOI PLANEJADA PARA SER A **CAPITAL POLÍTICA E ADMINISTRATIVA DE GOIÁS**, / SENDO DESENVOLVIDA PELO GOVERNO VARGAS SOBRE A INFLUENCIA DA MARCHA PARA O OESTE, / COM O COMANDO DE PEDRO LUDOVICO TEIXEIRA NOMEADO INTERVENTOR FEDERAL DO ESTADO DE GOIÁS. // A CIDADE DE GOIÂNIA É UM DOS SÍMBOLOS DA REVOLUÇÃO DE 1930, SENDO CONSIDERADA A “FILHA” DESSA REVOLUÇÃO. // A NOVA CAPITAL CARREGAVA O SÍMBOLO DO MODERNISMO MARCANDO NOVOS TEMPOS. //

2 SONORA: GOIANIA- A BELA CAPITAL DE GOIAS

LOC: A INAUGURAÇÃO DE GOIÂNIA OCORREU EM **1937**, ANO EM QUE OS PRIMEIROS EDIFÍCIOS FICARAM PRONTOS. // PARA SUA CONCEPÇÃO URBANÍSTICA E ARQUITETÔNICA, FORAM CONTRATADOS OS SERVIÇOS DO

ARQUITETO E URBANISTA **ATTLIO CORRÊA LIMA**, O PRIMEIRO URBANISTA BRASILEIRO, / QUE SE INSPIROU NO MODELO DAS CIDADES-RENASCENTISTAS DO URBANISMO FRANCÊS PARA DEFINIR A ESTRUTURA DE GOIÂNIA. //

LOC: PARA SABERMOS MAIS SOBRE O PROCESSO DE PLANEJAMENTO URBANISTICO DE GOIÂNIA, / A DOUTORA EM ARQUITETURA E URBANISMO, / **PROFESSORA ANA MARIA DINIZ**, / QUE AO LONGO DE 15 ANOS DE SUA CARREIRA ESTUDA A TRAJETORIA DE URBANIZAÇÃO DE GOIÂNIA, / DESTACA QUE PARA ENTENDER O PLANO DE URBANIZAÇÃO DA CAPITAL É PRECISO OLHAR PARA PEQUENOS DETALHES COMO O PORQUE DA ESCOLHA DO **ARQUITETO ATILIO CORREIA LIMA**. //

3 SONORA: “POR QUE O ATILIO CORREIO LIMA?” ANA MARIA DINIZ

LOC: A PRAÇA DOUTOR PEDRO LUDOVICO TEIXEIRA, / CONHECIDA COMUMENTE COMO **PRAÇA CIVICA** É CONSIDERADA O MARCO INICIAL DE GOIANIA, / A CONTRUÇÃO DA PRAÇA ESTÁ LIGADA DIRETAMENTE A IDEIA ORIGINAL DE ATILIO CORREIA LIMA, QUE VIU O ESPAÇO COMO **UM POLO DE IRRADIAÇÃO**, QUE ABRIGARIA OS PREDIOS MAIS IMPORTANTES DA CAPITAL, / NELA SE ENCONTRA O PALACIO DAS ESMERALDAS, / A RESIDENCIA OFICIAL DO GOVERNADOR DE GOIÁS E O PALÁCIO PEDRO LUDOVICO, O ANTIGO CENTRO ADMINISTRATIVO. // A PRAÇA ABRIGA TAMBÉM O MUSEU ZOROASTRO ARTIAGA E EM SEU CENTRO SE LOCALIZA **O MONUMENTO ÀS TRÊS RAÇAS**.

LOC: OS PREDIOS PRESENTES NA PRAÇA CIVICA SÃO IMPORTANTES **PATRIMÔNIOS CULTURAIS TOMBADOS DA CAPITAL**, / ALÉM DA ESTRUTURA MAGNIFICA A PRAÇA E TODO O SEU ENTERNO TAMBÉM SÃO CONHECIDOS PELA FAMOSA FÍGURA GEOMÉTRICA DO **MANTO DE NOSSA SENHORA** FORMADA AO LONGO DE ALGUMAS AVENIDAS DO SETOR CENTRAL, / **COMO AS AVENIDAS ARAGUAIA, GOIÁS E TOCANTINS**. // DE ACORDO COM ANA MARIA DINIZ O DESENHO NÃO TEM NENHUMA LIGAÇÃO COM O PROJETO ORIGINAL DA CAPITAL. //

4 SONORA: DO MITO DE NOSSA SENHORA, ANA MARIA DINIZ

LOC: A URBANISTA AINDA DIZ QUE TODAS AS QUESTÕES DA HISTORIA DESSE E DE OUTROS MITOS IMPEDIRAM QUE AS PESSOAS COMPREENDESSEM A **HISTOIRIA DE FORMAÇÃO DA CIDADE DE GOIANIA.** // ELA CITA ALGUNS EXEMPLOS. //

5 SONORA: OUTROS MITOS ENVOLTO DA CONTRUÇÃO DE GOIANIA, ANA MARIA DINIZ

LOC: INICIALMENTE A CAPITAL FOI PALNEJADA PARA **50 MIL HABITANTES.** // ATUALMENTE DE ACORDO COM AS ESTIMATIVAS DO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE), / GOIÂNIA É A 10° CIDADE MAIS POPULOSA DO BRASIL COM MAIS DE **1 MILHÃO DE HABITANTES.** // SENDO UM IMPORTANTE POLO ECONOMICO DA REGIÃO, CONSIDERADA UM CENTRO ESTRATEGICO PARA AREAS COMO INDUSTRIAS, / MEDICINA, / **MODA E OUTROS.** //

6 SONORA: CIDADE PLANEJADA PARA 50 MIL HABITANTES, ANA MARIA DINIZ

LOC: APÓS ATILIO CORREIA LIMA TER ENTREGUE O PLANO DE URBANIZAÇÃO DE GOIÂNIA, OS ENGENHEIROS **ABERLARDO E JERONIMO COIMBRA BUENO,** SOBRINHOS DE PEDRO LUDOVICO, ASSUMIRAM, A FRENTE DO DESENVOLVIMENTO DA CAPITAL, / DESSA FORMA A TRAJETORIA DE ATILIO CORREIA LIMA FOI SENDO **ESQUECIDA** AO LONGO DO TEMPO. //

LOC: COM O INTUITO DE PRESERVAR A MEMORIA DE ARQUITETO NO **DIA 24**

DE SETEMBRO DE 2020,/ ANA MARIA DINIZ JUNTAMENTE COM A VEREADORA CRISTINA LOPES CONSEGUIRAM A SANSÃO DA LEI QUE RECONHECE O PRIMEIRO PLANO DIRETOR DESENHADO POR ATTILIO COREA LIMA **COMO UM DOCUMENTO OFICIAL DA CIDADE.** DE ACORDO COM A VEREADORA O PROJETO DE LEI FAZ JUSTIÇA A MEMORIA DE ATTILIO ALÉM DE SER UMA FONTE DE ESTUDO SOBRE A HISTORIA DA CAPITAL. //

7 SONORA: VEREADORA CRISTINA LOPES

LOC: ATTILIO CORRÊA LIMA, NÃO SE LIMITOU AO URBANISMO: DESENHOU TAMBÉM OS PRÉDIOS MAIS EMBLEMÁTICOS DA **CIDADE DE GOIÂNIA.** JUNTANDO CONCEITOS EM VOGA NA ÉPOCA COMO: **O URBANISMO, A CIDADE-JARDIM NA ARQUITETURA, E O ART-DÉCO** O ARQUITETO CRIOU UMA IDENTIDADE PARA A CAPITAL QUE HOJE REÚNE O MAIS **REPRESENTATIVO ACERVO ART DÉCO DO BRASIL.** // O ESTILO INSPIROU OS PRIMEIROS PRÉDIOS DA CIDADE, REPRESENTANDO O PROGRESSO E A MODERNIDADE QUE ACOMPANHARIAM A CAPITAL. //

LOC 1: HOJE OS MONUMENTOS HISTÓRICOS CHAMAM ATENÇÃO E SE DESTACAM EM MEIO A UMA GOIÂNIA CHEIA DE GRANDES E MODERNOS PRÉDIOS QUE MARCAM O DESENVOLVIMENTO DA CAPITAL. //

TEC: SOBE DESCE BG 5'

LOC: QUER SABER MAIS SOBRE O ESTILO **ARTE DECO** PRESENTE EM

GOIANIA? / FIQUE LIGADO NO PRÓXIMO EPSODIO. //

TEC: VINHETA DE ENCERRAMENTO

4.4 Segundo Episódio

ART DECO EM GOIÂNIA: UM MOVIMENTO, UM PODCAST

TEC: SOLTA VINHETA DE ABERTURA/ NOME DO PODCAST E NOME DA APRESENTADORA

TEC: SOBE DESCE BG 5'

1 SONORA: SONORA GOIÂNIA, CAPITAL DO ARTE DÉCO

LOC: GOIÂNIA É DONA DO **MAIOR ACERVO DE ART DÉCO DE TODO O BRASIL.**// ACERVO ESSE,/ CREDITADO A **ATÍLIO CORRÊA LIMA,**/ ARQUITETO RESPONSÁVEL PELO PLANO URBANÍSTICO DA CAPITAL./ O ARQUITETO VIU NO ESTILO A OPORTUNIDADE DE TRAZER A MODERNIDADE E O PROGRESSO DO EXTERIOR PARA O PAÍS>// ASSIM OS EDIFÍCIOS E MONUMENTOS QUE ADERIRAM A SEU ESTILO FICARAM MARCADOS POR SEREM INOVADORES E DIFERENTES DO QUE ERA CONSIDERADO **COMUM** NA ÉPOCA.//

2 SONORA ARTE DÉCO – HISTORIA DA ARTE/ 26

LOC: O ART DÉCO TEVE INÍCIO NA FRANÇA EM MEADOS DE **1910** E ATINGIU SEU MOMENTO DE GLORIA ENTRE OS ANOS DE **1920 E 1930**.// ESTE ESTILO GANHOU ESPAÇO NAS ARTES VISUAIS, E FOI MUITO APLICADO POR DESIGNERS DE INTERIORES,/ MOBILIÁRIO E OUTROS.// TENDO UMA PRESENÇA MARCANTE NA ARQUITETURA./ FOI ASSIM QUE **NA DÉCADA DE 30** SE ESPALHOU POR MUITOS OUTROS OUTROS PAÍSES DA EUROPA COMO TAMBÉM PELOS ESTADOS UNIDOS.

LOC: O ESTILO **DÉCO** SE CARACTERIZA PELO USO DE FIGURAS **GEOMÉTRICAS OU ESTILIZADAS EM DETRIMENTO ÀS FORMAS ORGÂNICAS, FREQUENTES NO ART NOUVEAU.** // MAS AO CONTRÁRIO DESSE ESTILO, / O DÉCO PREZAVA POR SIMPLICIDADE, / SENDO COMUM O USO DA **FIGURA FEMININA E DE ANIMAIS.** NA ARQUITETURA USAVAM-SE COMPENSADOS DE MADEIRA E CONCRETO ARMADO, / SEM ABRIR MÃO DO REQUINTE. ERA COMUM USAR ORNAMENTOS DE BRONZE, / MÁRMORE, / PRATA, / MARFIM, ENTRE OUTROS MATERIAIS NOBRES. //

LOC: O MOVIMENTO CHEGOU AO BRASIL NO FINAL DE **1920**,/ COM DESTAQUE NA ARQUITETURA, TENDO A INTENÇÃO DE TORNÁ-LA MAIS **LIMPA E FUNCIONAL.**// HÁ INÚMERAS CONSTRUÇÕES NESTE ESTILO NO BRASIL, ALGUMAS BEM CONHECIDAS COMO O CRISTO REDENTOR QUE É A MAIOR ESTÁTUA **ART DÉCO DO MUNDO**, A TORRE DO RELÓGIO DA CENTRAL DO BRASIL,/OU O ESTÁDIO PACAEMBU EM SÃO PAULO.//

3 SONORA GOIÂNIA, ARTE DÉCO – MOSTRA MAIS

LOC: GOIÂNIA TEM 22 EDIFICAÇÕES E MONUMENTOS PÚBLICOS EM ART DÉCO TOMBADAS PELO INSTITUTO NACIONAL DO PATRIMÔNIO ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN).// A MAIORIA ENCONTRA-SE NO CENTRO DA CIDADE,/ E NO SETOR CAMPINAS,/ BAIRRO PIONEIRO DA CAPITAL.// ENTRE AS EDIFICAÇÕES ESTÃO O CINE TEATRO GOIÂNIA E A TORRE DO RELÓGIO DA AVENIDA GOIÁS.// ALIÁS, ESSAS EDIFICAÇÕES FAZEM PARTE DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E CULTURAL CAPITAL.//

LOC: VOCÊ SABE COMO FUNCIONA O PROCESSO DE RECONHECIMENTO DE UM BEM COMO UM PATRIMONIO CULTURAL TOMBADO, / O QUE É UM TOMBAMENTO? E QUAIS SÃO OS TIPOS DE TOMBAMENTOS EXISTENTES? A COORDENADORA TECNICA DO IPHAN GOIAS DÉBORAH AIRES SOUTO EXPLICOU ESSAS E OUTRAS QUESTOES.//

4 SONORA DEBORAH O QUE É UM TOMBAMENTO

LOC: QUEM PODE SOLICITAR O TOMBAMENTO DE UM BEM?

5 SONORA 2 DEBORAH QUEM PODE SOLICITAR UM TOMBAMENTO

LOC: COM RELAÇÃO A OUTROS BENS NÃO MATERIAIS COMO FUNCIONA?

6 SONORA DEBORAH OUTROS TIPOS DE BENS CULTURAIS

LOC: QUAL A IMPORTÂNCIAS DESSES BENS PARA A HISTÓRIA DE GOIÂNIA?

7 SONORA DEBORAH IMPORTANCIA DOS BENS TOMBADOS

LOC: O IPHAN PROMOVE ALGUM TIPO DE AÇÃO DE PRESERVAÇÃO DESSES BENS?

8 SONORA DEBORAH PRESERVAÇÃO DO PATRIMONIO

LOC: COMO A POPULAÇÃO PODE TER CONHECIMENTO DESSES PATRIMÔNIOS?

9 SONORA DEBORAH COMO A POPULAÇÃO PODE TER ACESSO..

LOC: QUAIS OS DEVERES DA SOCIEDADE COM ESSES BENS?

10 SONORA DEBORAH PAPEL DA SOCIEDADE

LOC: O QUE FALTA PARA A POPULAÇÃO PARTICIPAR, CONHECER E AJUDAR NA PRESERVAÇÃO DESSES PATRIMÔNIOS?

11 SONORA DEBORAH O QUE FALTA PARA A POPULAÇÃO..

LOC: O IPHAN TRABALHA EM PARCERIA COM ALGUM ÓRGÃO INTERNACIONAL OU DE CONHECIMENTO MUNDIAL?

12 SONORA DEBORAH PARCERIA COM OUTROS ORGÃOS

LOC: ALÉM DO IPNHAN, OUTROS ORGÃOS TAMBÉM TRABALHAM COM A PRESERVAÇÃO DE BENS CULTURAIS. / É O CASO DA SECRETARIA DO ESTADO DE CULTURAL DE GOIAS (SECULT).// DE ACORDO COM A COORDENADORA DO NÚCLEO DE PATRIMONIO MATERIAL E IMATERIAL SOLANGE MARIA DE SANTANA, O ORGÃO É RESPONSÁVEL PELAS POLITICAS PUBLICAS CULTURAIS E PROMOVE A PRESERVAÇÃO DE PATREIMONIOS.//

13 SONORA SOLANGE MARIA DE SANTANA

LOC: ALÉM DA ESTAÇÃO FERROVIARIA, / DO CORETO DA PRAÇA CÍVICA E DE OUTROS PATRIMONIOS ARTE DÉCO,/ NOTEM QUE NOSSAS TRADICIONAIS SANDUICHERIAS, PARTICULARMENTE EM GOIANIA CHAMADAS DE PIT DOGS, TAMBÉM SÃO PATRIMONIOS CULTURAIS DA CIDADE. INCLUSIVE SÃO UMA EXCLUSIVIDADE DA CAPITAL DE GOIÁS, JÁ QUE NÃO DETÊM ESTA HONRARIA EM NENHUM OUTRO LUGAR! COMO SE VÊ, SÃO NUMEROSOS OS PATRIMONIOS CULTURAIS EXISTENTES EM GOIAS E EM TODO O BRASIL.

TEC: SOBE DESCE BG 5'

LOC: QUER SABER MAIS SOBRE / FIQUE LIGADO NO PRÓXIMO EPSODIO. //

TEC: VINHETA DE ENCERRAMENTO

4.5 terceiro Episódio

ART DECO EM GOIÂNIA: UM MOVIMENTO, UM PODCAST

TEC: SOLTA VINHETA DE ABERTURA/ NOME DO PODCAST E NOME DA APRESENTADORA

TEC: SOBE DESCE BG 5'

1 SONORA PATRIMONIO CULTURAL

LOC: SEGUNDO O CANAL VEM FAZER HISTORIA, QUE OUVIMOS AGORA, O PATRIMÔNIO CULTURAL É FORMADO PELO CONJUNTO DE TODOS OS BENS MATERIAIS E IMATERIAIS QUE,/ AGREGAM GRANDE VALOR, E SÃO CONSIDERADOS DE INTERESSE RELEVANTE PARA A CONSERVAÇÃO DA IDENTIDADE E DA CULTURA DE UM POVO. O PATRIMÔNIO HISTÓRICO FAZ PARTE DA IDENTIDADE DE UMA DETERMINADA SOCIEDADE, ABORDANDO SUAS CRENÇAS, SEUS COSTUMES, SEU VALORES, SENDO TAMBÉM UM REGISTRO FUNDAMENTAL PARA AS GERAÇÕES FUTURAS.

2 SONORA O QUE É CULTURA?

LOC: É CONSIDERADO COMO CULTURA TUDO O QUE É APRENDIDO E COMPARTILHADO POR INDIVÍDUOS DE UM MESMO GRUPO,/ GERANDO

ASSIM UMA IDENTIDADE PARA ESSES INDIVDUOS.// JÁ O BEM CULTURAL É O CONJUNTO DE **ATIVIDADES E MODOS DE AGIR E DE VIVER DE UM POVO,** ONDE SE DESENVOLVEM OS **GRUPOS SOCIAIS QUE, POR SUA VEZ, FORMAM COMUNIDADES, COLETIVIDADES E NOÇÕES.**

LOC: NO BRASIL, O PATRIMÔNIO HISTÓRICO É PROTEGIDO PELO **DECRETO-LEI Nº 25, DE 1937,** QUE DEFENDE A PRESERVAÇÃO DE BENS CULTURAIS, POIS PATRIMÔNIO É A **HERANÇA QUE TRAZEMOS DO PASSADO, COM O QUAL CONVIVEMOS HOJE, E QUE PASSAMOS ÀS GERAÇÕES FUTURAS.**// É ATRAVÉS DA PRESERVAÇÃO DESTE PATRIMÔNIO, QUE SE EXERCE A CIDADANIA.

LOC: PORTANTO, A PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO ESTÁ LIGADA A MEMÓRIA COLETIVA E INDIVIDUAL,/ É ATRAVÉS DA **MEMÓRIA** QUE NOS ORIENTAMOS PARA COMPREENDER O PASSADO, O COMPORTAMENTO DE UM DETERMINADO GRUPO SOCIAL, CIDADE E NAÇÃO . O AVIVAMENTO DA MEMÓRIA TAMBÉM CONTRIBUI PARA A **FORMAÇÃO DE IDENTIDADE E RESGATE DE RAÍZES. É POR ISSO QUE A MEMÓRIA ESTÁ SEMPRE LIGADA À FORMAÇÃO CULTURAL E ECONÔMICA DE UM POVO.**

3 SONORA SOBRE EDUCAÇÃO PATRIMONIAL

LOC: NOSSO PROCESSO **DE URBANIZAÇÃO E INDUSTRIALIZAÇÃO,** ABRIU AS PORTAS PARA A EXPANSÃO DO COMÉRCIO MODIFICANDO O ESPAÇO. DESSA FORMA A PRESERVAÇÃO DE IDENTIDADE HISTÓRICA E CULTURAL DAS CIDADES, ACABOU SENDO COLOCADA DE LADO, O QUE CONTRIBUIU PARA O **DESAPARECIMENTO E DESTRUÇÃO DOS PATRIMÔNIO.**

LOC: DE ACORDO COM A PROFESSORA MESTRE EM GESTÃO DE PATRIMÔNIO CULTURAL, / DO INSTITUTO GOIANO DE PRÉ-HISTÓRIA E ANTROPOLOGIA – IGPA,/ **LEILA MIGUEL FRAGA,**// A PRINCIPAL AÇÃO PARA A PRESERVAÇÃO DO PATRIMONIO CULTURAL É A EDUCAÇÃO PATRIMONIAL.//

4 SONORA PRESERVAÇÃO DO PATRIMONIO

LOC: A PROFESSORA RESSALTA QUE PARA UM BEM SER RECONHECIDO E POTREGIDO ELE PRECISA SER CONHECIDO, ENTÃO ELA QUESTIONA O QUE É A ARTE DECO PARA AS PESSOAS QUE MORAM NA PERIFERIA?

5 SONORA O QUE É ARTE DECO PARA MORADORES DE PERIFERIA?

LOC: AS PESSOAS SE IDENTIFICAM COM AQUILO QUE ELAS CONHECEM E AGREGAM A ISSO O RECONHECIMENTO, ELAS SE VEEM EM DETERMINADOS TRAÇOS, CORES, MOMENTOS, DESENHOS... LEILA CITA O CASO DO ATOR DE PANTERA NEGRA CHEDOWIK BOSEMAN QUE FALECEU RECENTEMENTE EM DECORRÊNCIA DE UM CÂNCER

6 SONORA LEILA PANTERA NEGRA

LOC: PARA A PROFESSORA AS PESSOAS PRECISAM ENTENDER O QUE É PATRIMONIO, PARA A PARTIR DAI ENTENDEREM A IMPOSTANCIA CONTIDA NESSES BENS.

7 SONORA LEILA AS PESSOAS PRECISAM ENTENDER O QUE É PATRIMONIO

LOC: LEILA FRAGA DESTACA QUE OS PATRIMONIOS PODEM CONSTRUIR UM VALOR SENTIMENTAL, OU SEJA, AFETIVO, POR TRAZER A TONA LEMBRANÇAS QUE MARCAM OS MOMENTOS DA VIDA.

8 SONORA LEILA VALOR SENTIMENTAL

LOC: AINDA DE ACORDO COM A PROFESSORA A FALTA DE CONHECIMENTO DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO AOS MONUMENTOS ARTE DECO E OUTROS

PATRIMONIOS PODE CONTRIBUIR PARA O DESMAZELO E ABANDONO DESSES MONUMENTOS.

9 SONORA LEILA DESMAZELO E ABANDONO

LOC: VOLTANDO UM POUCO NO TEMPO A PROFESSORA CITA AS CONSTRUÇÕES DO GRANDES SHOPPINGS EM GOIANIA E DESTACA A FALTA DE NICHOS QUE TRAGAM VIDA A CERTOS ESPAÇOS NA CIDADE.

10 SONORA LEILA FALTA DE NINCHOS

LOC: COMO JÁ FOI DITO ACIMA, ESSES BENS CULTURAIS FAZEM PARTE DO NOSSO PROCESSO HISTORICO, CARREGAM A NOSSA MEMORIA HISTORICA,/ EXPLICA LEILA.

11 SONORA LEILA MEMORIA HISTORICA

LOC: PODEMOS DESENVOLVER TRABALHOS JUNTO AS COMUNIDADES PERIFERICAS PARA QUE ELAS CONHEÇAM E SAIBAM MAIS SOBRE OS BENS PATRIMONIS EXISTENTES DENTRO DA SOCIEDADE?

12 SONORA LEILA PASSAR CONHECIMENTO PARA AS CRIANÇAS

LOC: ALÉM DE CARREGAR UMA IMPORTANTE BAGAGEM CULTURAL QUE FAZ PARTE DA HISTORIA DA HUMANIDADE, OS PATRIMONIOS E BENS CULTURAIS CONTRIBUEM TAMBÉM PARA UMA MELHOR QUALIDADE DE VIDA E AJUDAM A CONSTRUIR EM TODOS NÓS UMA SENSAÇÃO DE PERTENCIMENTO, MUITO IMPORTANTE EM UM MUNDO CADA VEZ MAIS HOMOGÊNEO.

TEC: SOBE DESCE BG 5'

LOC: QUER SABER QUAIS SÃO OS MONUMENTOS ARTE DECO PRESENTES EM GOIANIA E ONDE SE LOCALIZA CADA UM? / FIQUE LIGADO NO PRÓXIMO EPISÓDIO. // AS SONORAS COMPLEMENTARES UTILIZADAS NO COMEÇO DESSE E DE OUTROS EPISÓDIOS FORAM RETIRADAS DO YOUTUBE, O LINK DE CADA VIDEO ESTÁ DISPONÍVEL NA BIO.

TEC: VINHETA DE ENCERRAMENTO

4.6 QUARTO EPISÓDIO

ART DECO EM GOIÂNIA: UM MOVIMENTO, UM PODCAST

TEC: SOLTA VINHETA DE ABERTURA/ NOME DO PODCAST E NOME DA APRESENTADORA

TEC: SOBE DESCE BG 5'

1 SONORA VOCE CONHECE OS MONUMENTOS ARTE DECO DA CAPITAL DE GOIÁS?

LOC: COMO ABORDADO NOS EPISÓDIOS ANTERIORES, SABEMOS QUE GOIANIA POSSUI O MAIOR ACERVO ARTE DECO DE TODO O BRASIL.

GANHANDO DESTAQUE INCLUSIVE NO SENARIO INTERNACIONAL ATRAVES DE SEUS BENS CULTURAIS TOMBADOS.

LOC: PORÉM COMO JÁ MENCIONADO SÃO POUCAS AS PESSOAS QUE CONHECEM ESSE **TESOURO QUE FAZ PARTE DA HISTORIA E CULTURA DO ESTADO DE GOIÁS**. DE ACORDO COM A PROFESSORA LEILA FRAGA, PARA SER CONHECIDO E PRESERVADO, OS BENS CULTURAIS PRECISAM ESTAR LIGADOS A POPULAÇÃO QUE OS RODEIAM, INSERINDO ASSIM AS PESSOAS A CULTURA LOCAL. AFINAL O ESPAÇO EM QUE VIVEMOS E AGIMOS CONTRIBUI PARA A NOSSA **FORMAÇÃO HUMANISTICA E CULTURAL, EXPRESSADOS ATRAVES DAS NOSSAS ESCOLHAS**.

2 SONORA LEILA FRAGA

LOC: DESSA FORMA PARA TRAZER A POPULAÇÃO PARA PERTO DA CULTURAL LOCAL, PARA TRABALHAR JUNTO AO GOVERNO NA PRESERVAÇÃO DOS MONUMENTOS CULTURAIS DA CIDADE É **PRECISO TRABALHAR EM INICIATIVAS QUE COMPARTILHEM CONHECIMENTO PARA TODOS**.

LOC: COM O INTUITO DE APROXIMAR A POPULAÇÃO DOS MONUMENTOS ARTE DECO PRESENTES EM GOIANIA O **ARTISTA PLÁSTICO GOIANO, GUTTO LEMES SE DEDICA A ANOS AO TRABALHO DE PRESERVAÇÃO, RESTAURAÇÃO E RECONHECIMENTOS DOS MONUMENTOS ARTE DECO DA CAPITAL**. DE ACORDO COM ELE VARIOS PREDIOS CONSTITUEM O ARCEVO QUE É UM TESOURO DA CIDADE.

3 SONORA GUTTO LEMES ACERVO

LOC: AINDA DE ACORDO COM O ARTISTA PLASTICO GUTTO LEMES, **O FESTIVAL QUE ELE PRÓPRIO DESENVOLVEU, / CHAMADO GOIANIA ARTE DECO FESTIVAL,** FOI IDEALIZADO EM 2018 COM O OBJETIVO DE CONSCIENTIZAR A SOCIEDADE SOBRE A IMPORTANCIA DESES BENS, TODOS TOMBADOS,/**APRESENTANDO A BELEZA CULTURAL DA CAPITAL PARA OS GOIANOS E TAMBÉM PARA OS OUTROS ESTADOS.** NESTE ESTRANHO ANO DE 2020, DEVIDO A PANDEMIA, A EDIÇÃO FOI REALIZADA DE FORMA REMOTA.

4 SONORA GUTTO LEMES GOIANIA ARTE DECO

LOC: ALÉM DO FESTIVAL, GUTTO LEMES TAMBÉM É CRIADOR **DA ROTA ART DÉCO QUE ABRANGE 19 MONUMENTOS** E SE ESTENDE POR SETE QUILÔMETROS, DESDE O TRAMPOLIM E A MURETA DO LAGO DAS ROSAS, NO SETOR OESTE, ATÉ A ESTAÇÃO FERROVIÁRIA, NA PRAÇA DO TRABALHADOR.

5 SONORA GUTTO LEMES ROTA ARTE DECO

LOC: AINDA DE ACORDO COM GUTTO, ESTE CONHECIMENTO DO PATRIMÔNIO QUE TEMOS AGREGA **MUITO VALOR E MOVIMENTAÇÃO EM NOSSA ECONOMIA E TURISMO, JÁ QUE COM A VISITA DE PESSOAS INTERESSADAS NO TEMA À CIDADE POR SI SÓ JÁ FAZ GERAR UM AQUECIMENTO EQUIVALENTE AO DE QUALQUER OUTRO LOCAL TURÍSTICO.**

6 SONORA GUTTO LEMES MOVIMENTAÇÃO ECONOMICA

LOC: O ARTISTA PLASTICO DESTACA QUE TODOS OS NOSSOS MONUMENTOS ARTE DECO SÃO **ORIGINAIS E DESSA FORMA CONSTITUEM UMA GRANDE IMPORTANCIA PARA A SOCIEDADE E AS FUTURAS GERAÇÕES**

7 SONORA GUTTO LEMES GERAÇÕES FUTURAS

LOC: QUEM VEM A CAPITAL GOIANA HABITUALMENTE DESCONHECE ESTA RIQUEZA QUE TEMOS. NÃO É RARO PREFERIREM HOTEIS DO SETOR OESTE E AS NOITES BADALADAS DOS SETORES MARISTA E BUENO, CONSIDERADAS ZONAS NOBRES DA CIDADE. MAS PARA QUEM ESTÁ A PROUCA DE ELEGANCIA, CHARME E UMA BOA HISTORIA É POSSIVEL REALIZAR UM BELO PASSEIO POR ALGUNS DESSES PONTOS HISTÓRICOS, VIVENDO A OPORTUNIDADE DE DESCOBRIR ESTE PEQUENO TESOURO QUE MUITAS VEZES PASSA DESPERCEBIDO.

LOC: QUE TAL COMEÇAR PELA PRAÇA CIVICA?/ O CORAÇÃO DA CAPITAL ABRIGA EM SEU ENTORNO ALGUNS DOS MAIORES SÍMBOLOS ART DECO: COMO O CORETO CENTRAL. / UM DOS MONUMENTOS MAIS REPRESENTATIVOS DO CONJUNTO DE MONUMENTOS EM GOIÂNIA.// POUCA GENTE SABE, MAS ELE FOI PALCO DE MUITAS MANIFESTAÇÕES ARTÍSTICAS, CULTURAIS E POLÍTICAS AO LONGO DOS ANOS DA NOSSA JOVEM CAPITAL. O CORETO DA PRAÇA CÍVICA FOI INAUGURADO OFICIALMENTE EM 1942./ RECENTEMENTE PASSOU POR UMA RESTAURAÇÃO E HOJE SE ENCONTRA EM BOM ESTADO DE CONSERVAÇÃO. DESTACA-SE PELA RIQUEZA DOS DETALHES E DO ACABAMENTO, COM COMPOSIÇÃO SIMÉTRICA, LAJE PLANA E ELEMENTOS QUE TAMBÉM REMETEM AO ECLETISMO ARQUITETÔNICO. TORNOU-SE UMA IMPORTANTE CONSTRUÇÃO DA PAISAGEM DO CENTRO HISTÓRICO DA CIDADE.

8 SONORA MATHEUS BRAGA PALACIO DAS ESMERALDAS

LOC: OUTRO PREDIO HISTORICO É O DA ANTIGA CHEFATURA DE POLÍCIA, ATUAL PROCURADORIA GERAL DO ESTADO. O EDIFÍCIO FOI INAUGURADO EM 1937. HÁ UMA MARQUISE HORIZONTAL COM COLUNATAS QUE FAZEM A LIGAÇÃO DO FÓRUM, COM O PALÁCIO DAS ESMERALDAS E O CENTRO CULTURAL MARIETA TELLES MACHADO.

9 SONORA MARIANA TELLES EDIFÍCIO DA ANTIGA SECRETARIA GERAL

LOC: O EDIFÍCIO DO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL TAMBEM ESTA LOCALIZADO NA PRAÇA CIVICA, E ESPELHA O CENTRO CULTURAL MARIETA

TELLES MACHADO. FOI INAUGURADO EM 1942 E É UM **DOS MONUMENTOS ART DÉCO COM MAIS DETALHES CONSTRUTIVOS E EXPRESSIVOS QUE ESTÃO NAS ESQUADRIAS DE MADEIRA, NOS PORTÕES DE FERRO COM VITRAIS LISOS E TRANSPARENTES, TRABALHADOS EM JATO DE AREIA.** O VITRAL DO FÓRUM POSSUI FIGURAS HUMANAS, E O DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA, INSÍGNIAS.

10 SONORA GABRIELA MACEDO MUSEU ZOROASTRO ARTIAGA

LOC: A **TORRE DO RELÓGIO** SE ENCONTRA NO INÍCIO DA AVENIDA GOIÁS. FOI PROJETADA POR **AMÉRICO VESPÚCIO PONTES**, E É O ÚNICO RELÓGIO URBANO DE GOIÂNIA NO ESTILO ART DÉCO. É REVESTIDO DE PÓ DE BRITA NA COR CINZA.

11 SONORA LARISSY SUMMER EDIFÍCIO DO COLÉGIO ESTADUAL LYCEU DE GOIÂNIA

LOC: **O GRANDE HOTEL** COM TODA SUA IMPONÊNCIA É ENCONTRADO AO DESCER A AVENIDA GOIÁS. **O PRIMEIRO HOTEL ART DÉCO DA CAPITAL TAMBÉM FOI PROJETADO PELO ARQUITETO ATTÍLIO CORRÊA LIMA.** O IMÓVEL POSSUI TRÊS APARTAMENTOS E 60 QUARTOS. E JÁ HOSPEDOU VÁRIAS AUTORIDADES POLÍTICAS, ARQUITETOS, ENGENHEIROS, ENTRE OUTROS. HOJE, O MONUMENTO CONCENTRA ATIVIDADES CULTURAIS COMO O ENCONTRO DE CHORINHO DE GOIÂNIA.

12 SONORA BRENO MODESTO MUSEU PEDRO LUDOVICO TEIXEIRA 1

12 SONORA BRENO MODESTO MUSEU PEDRO LUDOVICO TEIXEIRA 2

LOC: O **TEATRO GOIÂNIA** ESTA LOCALIZADO NO CRUZAMENTO DA AVENIDA TOCANTINS COM A AVENIDA ANHAGUERA. SUA BELÍSSIMA ESTRUTURA FOI INSPIRADA NOS TRANSATLÂNTICOS. O PREDIO PASSOU UMA REFORMULAÇÃO QUE FOI CONCLUÍDA EM 2013 COM A REFORMA DO SUBSOLO DO TEATRO, E A CRIAÇÃO DA VILA CULTURAL CORA CORALINA. **A VILA É UM NOVO ESPAÇO CULTURAL PARA A CIDADE DE GOIÂNIA, E TEM RECEBIDO EVENTOS DAS MAIS DIVERSAS TEMÁTICAS!**

13 SONORA IURY HENRIQUE EDIFÍCIO DO INSTITUTO FEDERAL DE GOIÁS

LOC: O **EDIFÍCIO DA ANTIGA ESTAÇÃO FERROVIÁRIA** É A CONSTRUÇÃO MAIS NOVA NO ESTILO ART DÉCO DA NOSSA CAPITAL. DATA DE 1952. NO SAGUÃO, HAVIA DOIS AFRESCOS DO **PINTOR FREI NAZARENO CONFALONI**, INTRODUTOR DO MODERNISMO NAS ARTES PLÁSTICAS EM GOIÁS. TRATA-SE DE UM RESQUÍCIO DA ÉPOCA DAS FERROVIAS. ALIÁS, A NOSSA ESTAÇÃO FERROVIÁRIA, ATUALMENTE, ESTÁ RESTAURADA.

14 SONORA AMANDA LEAL HOTEL DOM BOSCO

LOC: AS **LUMINÁRIAS DA PRAÇA CÍVICA** TAMBÉM TRAZEM CONSIGO O ESTILO ART DECÓ. SÃO DE ALVENARIA E REVESTIDAS DE PÓ DE PEDRA VERDE. ELAS FAZEM PARTE DO CENTRO DA PRAÇA, MARCO ZERO DA CAPITAL. ASSIM, UMA ESTÁ LOCALIZADA NO EIXO DA AVENIDA TOCANTINS E A OUTRA NO EIXO DA AVENIDA ARAGUAIA. **ANTIGAMENTE HAVIA TRÊS LUMINÁRIAS, UMA MAIOR AO CENTRO**, ONDE HOJE ESTÁ O MONUMENTO DAS TRÊS RAÇAS. A DEMOLIÇÃO DA TERCEIRA LUMINÁRIA OCORREU PARA DAR LUGAR AO MONUMENTO QUE JÁ ESTAVA PREVISTA NOS PLANOS INICIAIS DE CONSTRUÇÃO DA CIDADE.

15 SONORA ULLY FONTES

LOC: NA AVENIDA ANHANGUERA EM DIREÇÃO AO BAIRRO DE CAMPINAS, CHEGAMOS AO SETOR OESTE, SETOR VIZINHO AO CENTRO. ENCONTRA-SE LÁ O PARQUE LAGO DAS ROSAS, QUE TAMBÉM ABRIGA O **ZOOLOGICO DE GOIÂNIA**.

LOC: ALI MESMO HÁ DOIS IMPORTANTES MONUMENTOS ART DÉCO. **O PRIMEIRO É A MURETA DO LAGO DAS ROSAS**, QUE TEVE SUA CONSTRUÇÃO CONCLUÍDA EM 1942 E QUE FAZ A DIVISÃO DA PISTA DE CAMINHADA DO PARQUE COM O LAGO. INCLUSIVE, A MURETA É ORNADA POR FLORES QUE REPRESENTAM A ROSA DOS VENTOS.

16 SONORA CAROL GUERRA TRAMPOLIM

TEC: SOBE DESCE BG 5'

LOC: PARA SABER MAIS DE GOIÂNIA, SEUS MONUMENTOS E ACERVOS ARTE DECO FIQUE DE OLHO NOS FESTIVAIS E AÇÕES PROMOVIDOS POR TODOS QUE ADMIRAM ESTA **NOSSA CARACTERÍSTICA TÃO MARCANTE.** // QUEM DERA FOSSEM TODOS OS HABITANTES DA NOSSA CIDADE, POIS ESTE **PATRIMÔNIO E MOTIVO DE ORGULHO** PARA QUALQUER LUGAR EM QUE ESTEJA.

ESTE TRABALHO TEM JUSTAMENTE A INTENÇÃO DE FAZER DESPERTAR EM CADA UM DE NÓS ESTA **SENSAÇÃO.** ESTA VONTADE DE CRIAR UM NOVO MOVIMENTO: **O MOVIMENTO DE PRESERVAÇÃO E PAIXÃO PELO NOSSO ART DECO.**

GOIÂNIA, ESTE PODCAST É PARA VOCÊ.

TEC: SOBE DESCE BG 5'

LOC: AS SONORAS COMPLEMENTARES UTILIZADAS NESTA SÉRIE DE EPISÓDIOS FORAM RETIRADAS DA **PLATAFORMA YOUTUBE.** **O LINK DE CADA VIDEO ESTÁ DISPONIVEL NA BIO. ATÉ O NOSSO PROXIMO EPSODIO.**

TEC: VINHETA DE ENCERRAMENTO

REFERÊNCIAS

Agencia Brasil, TV Brasil, Radio Nacional, Rádio MEC. **EBC**. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/2012/09/primeira-transmissao-de-radio-no-brasil-completa-90-anos>>. Acesso em: 25 de mar. de 2020.

A fundação de Goiânia. **Escola Kids**. Disponível em: <<https://escolakids.uol.com.br/historia/a-fundacao-de-goiania.htm>>. Acesso em 11 de jun. de 2020.

BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico**. Madrid: Ediciones Cátedra, 2007.

BIANCHI, Graziela. **Sonoridade - elemento integrante da linguagem e cultura radiofônica Loudness - integral part of language and culture radio**. Veredas Atemática, vol. 19, 2015.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 1982.

CALABRE, Lia. **No tempo das radionovelas**. São Bernardo do Campo: Edições Casa de Rui Barbosa, 2006.

CAPARELLI, Sergio. **Comunicação de Massa sem Massa: Novas Buscas Em Comunicação**. São Paulo: Summus. Vol. 10. 1986.

CASÉ, Rafael. **Programa Casé: O rádio começou aqui**. Rio de Janeiro: 2ª edição (revista e ampliada), 2012.

CASTRO, Ruy. **Roquette-Pinto: O Homem Multidão**. Rio de Janeiro: Ed. 2004.

COSTA, Maria Luísa Furlan. **A contribuição de Edgar Roquette-Pinto para a democratização do conhecimento no Brasil**. UEM. Disponível em: <<http://www.sbhe.org.br/novo/congressos/cbhe3/Documentos/Individ/Eixo1/266.pdf>>. Acesso em: 24 de mar. de 2020.

Construções Art Déco em Goiânia revelam os primeiros passos da capital. **Portal Dia Online**. Disponível em: <<https://diaonline.ig.com.br/2018/10/08/construcoes-art-deco-em-goiania-revelam-os-primeiros-passos-da-capital/>>. Acesso em 11 de jun. de 2020.

Conheça a história de Goiânia e as maiores curiosidades sobre a cidade. **Provenda a Imobiliária/ blog**. Disponível em: <<https://blog.provenda.com.br/conheca-goiania/>>. Acesso em: 11 de jun. de 2020.

DAMACENO, Elaine Regiane e NISHIZAWA, Lia Kaori. **Humor no Rádio Brasileiro**. In: XXII CONGRESSO NACIONAL DA INTERCOM (GT de Mídia Sonora), 1999, Rio de Janeiro.

DUARTE, Orlando. **Na mesma sintonia: o rádio na vida e na obra de Orlando. Duarte/entrevista a Chico Barbosa**. São Paulo: Editora Senac, 2008.

DEFESANET. **Ecos da II Guerra Mundial - Voz do Brasil - Rede anacrônica e inútil(?)**: uma análise sobre a Voz do Brasil. Brasília, 2011.

FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

FORNARI, Ernani. **O Incrível Pe. Landell de Moura**. Porto Alegre: Editora Globo, 1960.

GONTIJO, Silvana. **O Livro de Ouro da Comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

Goiânia – Acervo Arquitetônico e Urbanístico Art Déco de Goiânia. **Impatrimônio Patrimônio Cultural (beta)**. Disponível em: <<http://www.ipatrimonio.org/goiania-acervo-arquitetonico-e-urbanistico-art-deco-de-goiania/>>. Acesso em: 11 de jun. de 2020.

Graças a streaming, consumo de podcast cresce a galope no brasil. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/10/21/impulsionado-por-streaming-consumo-de-podcast-cresce-67-no-brasil-em-2019.htm>>. Acesso em: 28 de mai. de 2020.

HAUSSEN, Dóris Fagundes; BRITTOS, Valério Cruz. **Economia Política, Comunicação e Cultura: Aportes teóricos e temas emergentes na agenda política brasileira**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

História do Rádio. **Portal São Francisco**. Disponível em: <<https://www.portalsaofrancisco.com.br/historia-geral/historia-do-radio>>. Acesso em: 25 de mar. de 2020.

História de Goiânia. **Prefeitura de Goiânia**. Disponível em: <<https://www.goiania.go.gov.br/sobre-goiania/historia-de-goiania/>>. Acesso em: 11 de jun. de 2020.

IBGE divulga as estimativas da população dos municípios para 2019 que é base para o FPM 2020. **Associação Goiana de Municípios (AGM)**. Disponível em: <<http://www.agm-go.org.br/noticia/1359-ibge-divulga-as-estimativas-da-populao-dos-municipios-para-2019-que--base-para-o-fpm-2020>>. Acesso em: 10 de jun. de 2020.

IBOPE foi Pioneiro na Realização de Pesquisas no Brasil. **O Explorador: O Pioneiro, O Melhor, 2011**. Disponível em: <<http://www.oexplorador.com.br/ibope-foi-pioneiro-na-realizacao-de-pesquisas-no-brasil/>>. Acesso em: 05 de mai. de 2020.

Invenções com Depósito de Patentes Junto ao INPI/Rádio. UNICAMP, 2000. Disponível em: <<http://www.inova.unicamp/inventabrasil/lande.htm>>. Acesso em: 30 de mar. de 2020.

LEAL, Maria Cristina. **Nas ondas da razão e da ciência: a radioeducação como instrumento da modernidade no Brasil dos anos 2º aos 50**. Rio de Janeiro: Moderna OnLine, 1999.

MENEGUEL, Yvonete Pedra e OLIVEIRA, Oseias de. **O RÁDIO NO BRASIL: DO SURGIMENTO À DÉCADA DE 1940 E A PRIMEIRA EMISSORA DE RÁDIO EM GUARAPUAVA**. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>>. Acesso em 21 de mai. de 2020.

MACEDO, Carina Martini. **Rádio Nacional do Rio de Janeiro: Um Estudo da Consolidação da Emissora no Período de 1936 a 1945**. São Paulo, 2007.

MCQUAIL, Denis; WINDAHL, Sven. **Modelos para el estudio de la comunicación colectiva**. 3. ed. Pamplona: Universidade de Navarra, 1997

O Futuro do Rádio. **Observatório da Imprensa**, 2011. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimpresa.com.br/interesse-publico/o-futuro-do-radio/>>. Acesso em: 28 de mai. de 2020.

O Meio Rádio em 2020. **O Pequeno Guru**. Disponível em: <<http://www.pequenoguru.com.br/2011/04/o-meio-radio-em-2020/>>. Acesso em: 28 de mai. de 2020.

Podcast: Guia Básico. **Curso de Podcast com Leo Lopes**, 2015. <<http://cursodepodcast.com.br/podcast-guia-basico/>>. Acesso em: 20 de mai. de 2020.

O PODCAST NO BRASIL. **ABPOD**. Disponível em: <<http://abpod.com.br/o-podcast-no-brasil/>>. Acesso em 28 de mai. de 2020.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Os (des) caminhos do radiojornalismo. Tese de Doutorado**. São Paulo: ECA-USP, 1990.

O Rádio no Brasil: No ar há 91 anos. ABRATEL. **Associação Brasileira de Rádio e Televisão**. Disponível em: <<http://abratel.org.br/noticia/radio-brasil-ar-ha-91-anos/>>. Acesso em: 25 de mar. de 2020.

O Rádio não Morreu. Ele está se Transformando. **Rádios de Resultados**. Disponível em: <<https://radiosderesultado.com.br/blogger/o-radio-nao-morreu-ele-esta-se-transformando/>>. Acesso em: 25 de mar. de 2020.

PIERANTI, Octavio Penna. **Políticas públicas para radiodifusão e imprensa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

PRETTO, Nelson. **Políticas públicas brasileiras em educação, tecnologia da informação e comunicação**. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de educação. Projeto de pesquisa – CNPq 2004/2007.

Roteiro Art Déco no Cerrado: Goiânia é a capital do movimento artístico. **Correio Braziliense**. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/turismo/2017/04/11/interna_turismo,586345/roteiro-art-deco-no-cerrado.shtml>. Acesso em: 11 de jun. de 2020.

RUBLECKI, Anelise e KESKE, Henrique Alexander. **Trilhas e caminhos: Comunicação em debate**. Universidade FEEVALE, Novo Hamburgo, 2017.

SILVA, Hélio. **100 Anos de república: um retrato ilustrado da História do Brasil**. São Paulo: Nova Cultural, 1989.

VnVBrasil. Goiania: Um Passeio Pelo Circuito Art-Déco. **Viaje na Viagem**. Disponível em:

< <https://www.viajenaviagem.com/2012/08/goiania-art-deco/>>. Acesso em: 10 de jun. de 2020.

20 Construções que Provam que Goiania é a Capital Art Déco do Brasil. **Curta Mais.**
Disponível em: <<https://www.curtamais.com.br/goiania/20-construcoes-que-provam-que-goiania-e-a-capital-art-deco-do-brasil>>. Acesso em: 11 de jun. de 2020.