

A mídia dos pobres - o rádio e a formação de opinião das populações de baixa renda – estudo de caso no sul da Bahia.

Abel Dias de OLIVEIRA (Graduando em jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências de Itabuna, Bahia, abel.jornalismo@hotmail.com);

Pedro de Albuquerque OLIVEIRA (Graduando em Jornalismo pela Faculdade Social da Bahia, Salvador, pedroalbuquerque001@hotmail.com);

Eliana Cristina Paula Tenório de ALBUQUERQUE (Mestre, professora-pesquisadora da Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia, nanealbuquerque@uol.com.br)

RESUMO

O presente trabalho investiga a importância do rádio para informação e formação de opinião das populações de baixa renda no Estado da Bahia - Brasil, onde o meio é, supostamente, o principal canal de acesso à notícia mediatizada. Para isso, foi escolhido como locus da pesquisa o povoado rural de Vila Juerana, situado no litoral norte de Ilhéus, no sul da Bahia, onde vivem quase mil moradores, sendo que a maioria destes ganha até um salário mínimo ao mês (IBGE, 2006: 204). Neste local, foi realizada pesquisa de opinião pública abrangendo 100 moradores - utilizando como instrumentos questionários semi-estruturados e entrevistas - além da observação assistemática, com vistas a identificar a constância com que o público ouve rádio; com que finalidade o faz; qual a credibilidade que confere às informações ouvidas e quais os resultados práticos que esta audiência causa na formação da opinião do ouvinte. Como suportes teóricos, foram consultados autores que lidam com as Teorias do Jornalismo e do Rádio, entre outros que são capazes de interpretar, à luz da ciência, os fenômenos decorrentes do processo de emissão-recepção radiofônica regional.

Introdução

A região cacaueteira da Bahia, liderada pelos municípios de Ilhéus e Itabuna, detém a tradição jornalística desde 1901 (BARBOSA, 2003:76). Portanto, há mais de cem anos possui jornais e lida com as rotinas de produção da informação.

Apesar disso, o rádio só surgiu nesta região em 1949, com a fundação da Rádio Cultura de Ilhéus, ou seja, 27 anos após sua apresentação oficial no Brasil, ocorrida em 7 de setembro de 1922, no Rio de Janeiro (ALBUQUERQUE, 2005:11)

A Rádio Cultura de Ilhéus tornou-se pioneira em todos os sentidos: produzia jingles em vinil, a publicidade era gravada com atores e conjuntos musicais, utilizava locutores em programas de auditório que mobilizavam a população da cidade e da zona rural. Chegava com péssima qualidade a Tabocas (antigo distrito de Ilhéus, hoje município de

Itabuna), mas suas transmissões eram comemoradas nas ruas da cidade vizinha, que ganhou uma rádio própria em 1956, quando Ilhéus já contava com outras emissoras (ibidem: 15). Ou seja, em dez anos, a região teve consolidado o processo de transmissão radiofônica, que cresceu rapidamente, apoiada nos interesses dos coronéis do cacau, que viram naquele meio uma eficiente ferramenta de convencimento dos seus partidários e da grande massa de trabalhadores rurais sempre distantes da cidade e das decisões políticas, econômicas e sociais (ALBUQUERQUE e ROCHA, 2006: 14).

Hoje Ilhéus, local escolhido para este estudo, conta oficialmente com três rádios comerciais AM (Cultura, Santa Cruz e Baiana), uma rádio comunitária (Conquista FM) e uma FM comercial, a Gabriela, de propriedade do ex-prefeito Valderico Reis, cassado em 2007 pela Câmara dos Vereadores por malversação de verbas públicas.

Influência do Rádio

Segundo o IBGE (2006: 210), 97% das moradias regionais possuem um aparelho de rádio contra 68% que possuem televisão. Calcula-se que, para cada aparelho de rádio e TV haja, em média, quatro ouvintes. Significa dizer que as duas mídias juntas atingem 100% dos ouvintes em todo o território regional.

Pesquisa de opinião pública coordenada por Albuquerque (2006: 13), mostra que “o programa do radialista ‘Zé Tiro Seco’ (no ar às 6 horas da manhã e há 41 anos), é ouvido por 74% da população rural do município”. Outra emissora, a Gabriela FM comemora picos de 78% da audiência de Ilhéus e a Morena FM alcança 53% dos ouvintes de Itabuna. Com isso, o público atingido pelas rádios AM e FM da região supera a audiência da líder Rede Globo de Televisão em seu horário nobre (Jornal Nacional e novela das 20 horas), que está na média de 60%, segundo dados da TV Santa Cruz (2006:2), e reafirma a importância do rádio para a comunicação regional.

Outra pesquisa, realizada na zona rural do município de Ilhéus entre outubro/2003 e janeiro/2004, mostra que:

“de 430 casas visitadas, 100% delas possuem rádio; 58% possuem fogão; 35% possuem geladeira e apenas 10% possuem sanitários com banheiro. Como se vê, o rádio é muito mais que uma mídia. É também o mais popular dos eletrodomésticos e, em muitos casos, o principal contato dos moradores destas áreas com o mundo contemporâneo” (ALBUQUERQUE, 2004: 122).

Apesar disso, o rádio regional pouco avançou no que se refere à técnica, à linguagem e à linha editorial. Continua repetindo erros e displicências, mergulhado em pobreza ainda maior que a encontrada no início das transmissões, há 50 anos. Salvo exceções, não se modernizou, não amadureceu e “não se firmou como meio de comunicação forte e independente, apesar de ser o mais popular meio de comunicação existente na região” (ibidem:123). Ou seja, continua atrelado a interesses externos e estranhos à função social da informação, o que compromete todo o segmento e desanima os profissionais que querem fazer um trabalho movido pelo compromisso maior com a verdade factual. Observa-se ainda que, mesmo diante dessas constatações, pouco há estudado e sistematizado sobre a história do rádio e sua real influência enquanto mídia preferencial das populações de baixa renda, que correspondem à maioria da população. Percebe-se que, mesmo sendo uma das mais antigas mídias regionais, há ainda pouco interesse em compreender porque e como os processos radiofônicos fluem, quais os reais interesses que os movimentam, quais seus objetivos (explícitos e implícitos), como o público os compreende e se comporta diante deles.

Considerando que os meios de comunicação audiovisuais são tradicionalmente vinculados a interesses das classes dominantes – o que se percebe claramente observando as imbricações políticas que resultam nas concessões dos canais de rádio e TV – vê-se nitidamente a extensão do que dizem Albuquerque e Rocha (2002:15) quando consideram que “uma sociedade cujos meios de comunicação estão imobilizados por interesses externos e alheios à verdade factual, não pode permitir que estes meios reivindiquem credibilidade nem pretendam ocupar o papel de porta-voz da população”. Ou seja, para as autoras, os *mass-media* regionais devem ser vistos com parcimônia e certa desconfiança, uma vez que atendem a diversos interesses, nem sempre correlatos aos da população ou fiéis à realidade dos fatos.

Por outro lado, diversas pesquisas e publicações que tratam do trabalho radiofônico (DEL BIANCO e MOREIRA, 1999; FERRARETTO, 2001; BARBOSA FILHO, 2003; BARBEIRO, 2003 e outros), apontam para um fenômeno curioso: apesar da grande influência da televisão e do lugar permanente que o público reserva ao jornal impresso, é no rádio que a população, especialmente aquela de baixa renda, encontra sua informação, seu lazer e sua companhia. Como explica McLeish (2001:46), o rádio é

“um amigo íntimo do seu ouvinte”, cria com ele uma relação de proximidade e rotina, consolidada pela acessibilidade do meio e pelos custos baixos dos aparelhos. Ou seja, qualquer pessoa pode ter o seu radinho, ainda que seja movido à pilha.

Com base nessas reflexões, esta pesquisa busca conhecer a influência do rádio regional junto às populações de baixa renda, tomando como *locus* de pesquisa o povoado de Vila Juerana, na zona norte do município de Ilhéus, no sul da Bahia, onde se pretende discutir a constância com que o público ouve rádio; com que finalidade o faz; qual a credibilidade que conferem às informações ouvidas e quais os resultados práticos que esta audiência causa na formação da opinião deste ouvinte. Com isso, pretendeu-se confirmar ou refutar a hipótese de que o rádio é a “mídia dos pobres”, sobre quem exerce grande influência na formação de opinião, ainda que esta opinião esteja calcada em fatos que os cidadãos não vêem no seu dia a dia. Ou seja, ainda que a sua realidade mostre-se contrária ao que diz o rádio, o ouvinte acredita no que ouve.

Como bases teóricas, são utilizados trabalhos diversos de autores que buscam compreender a complexidade do processo radiofônico dentro da sociedade mediatizada, como Luiz Artur Ferraretto (2001), Gisela Ortriwano (1985), Nélia Del Bianco e Sônia Virgínia Moreira (1999), Robert McLeish (2001) e outros, além de autores que buscam decifrar a história da comunicação e da política no Sul da Bahia, como Eliana Albuquerque e Marlúcia Rocha (2002; 2004; 2005 e 2006); Sérgio Mattos (1996), Carlos Pereira Filho (1981); Ramiro Aquino (1999), entre outros.

Fundamentos metodológicos

Em virtude do tema em estudo envolver a análise objetiva e subjetiva da realidade, fez-se necessário a utilização de metodologia que contemplasse esta característica e percebesse não só a quantidade dos fenômenos a serem estudados, mas também as tramas não lineares que os envolvem, reconstruindo-as e imputando ao material um conteúdo mais dinâmico e dialético. Daí a opção pela pesquisa quanti-qualitativa, que contempla a exatidão dos dados numéricos, mas também contempla e enfatiza as subjetividades que existem nestes fenômenos e na sua *práxis*, possibilitando o uso do “conhecimento científico para fins explícitos de intervenção” (DEMO, 2000:34). Nesse sentido, esta opção não esconde sua ideologia, mas – e também – prioriza o rigor metodológico, sem o qual não haveria o fazer científico.

Esta proposta, por tratar de problemas complexos como a influência do rádio sobre as populações de baixa renda em uma região historicamente controlada pelo poder político monolítico e tradicionalmente coronelista, enquadra-se perfeitamente nessa metodologia.

Assim é que foi realizada a pesquisa de opinião pública com um universo de 100 pessoas, todas possuidoras de renda mensal de até um salário mínimo, moradoras de zona rural e com idade entre 18 e 70 anos. Através de um questionário semi-estruturado aplicado através de entrevistas, foi investigado se a população ouve rádio e com que objetivos; de que forma o ouvinte se identifica com o conteúdo do produzido pelo rádio regional e qual a influência que este meio efetivamente exerce sobre ele e seu cotidiano. A partir das visitas dos pesquisadores à comunidade e de conversas com os moradores, foi possível realizar observações assistemáticas que contribuíram para maior compreensão das regras de convivência daquela comunidade e favoreceram a análise dos dados.

Por fim, após esta fase, foi observado o conteúdo de um dia da programação veiculada nas emissoras de maior audiência no local: a Gabriela FM e Rádio Cultura de Ilhéus (AM), com o objetivo de identificar se há utilização - explícita ou não – do rádio como instrumento de convencimento ideológico, seja ele político, religioso ou de outra natureza. Por fim, foram catalogados e analisados os dados, buscando responder aos objetivos estabelecidos por esta pesquisa.

Resultados

Realizar um diagnóstico apurado sobre a influência do rádio junto às populações de baixa renda, identificando o porquê desta influência e quais seus desdobramentos para a vida coletiva do local não é tarefa simples. Ao contrário, demanda tempo, persistência e uma grande capacidade de improvisação diante dos problemas encontrados. Um deles foi tentar realizar uma pesquisa tendo como material um questionário para ser respondido pela população investigada, quando esta é, na sua maioria, analfabeta ou lê muito mal. E este foi o primeiro problema encontrado, o que terminou por alterar a metodologia traçada inicialmente, onde não constava a aplicação de entrevistas.

Por conta disso, o primeiro contato com a comunidade de Vila Juerana não funcionou. As pessoas recusavam-se a pegar o papel do questionário e a respondê-lo, mas sem

explicar exatamente o porquê. Somente após várias tentativas e muito tato nas conversas com os moradores, descobriu-se que o problema estava na carência ou ausência total de leitura. E em certa vergonha dos moradores para admitir isso.

No segundo contato, mesmo com o questionário em mãos, aplicou-se uma nova estratégia: o próprio pesquisador fazia as perguntas e anotava as respostas. Ai as coisas fluíram mais e melhor, oferecendo uma abundância de detalhes que não se esperava para tal trabalho e que poderão servir para outros artigos e abordagens.

Assim foi que se notou a oralidade como ponto forte da população local. As pessoas se expressam com facilidade e abundância de palavras, utilizando, para isso, termos e vocábulos muito próprios, nem sempre claros para quem não está habituado a eles. Por conta da dificuldade de entender imediatamente tais termos, optou-se por gravar as conversas e entrevistas, fazendo posterior “decupagem” do material para, depois, buscar o seu significado junto a pessoas da própria comunidade. E só então o trabalho de pesquisa avançou, chegando aos patamares esperados para a análise.

A primeira questão levantada diz respeito à audiência radiofônica. Perguntou-se quem ouve rádio e com que constância. 100% dos moradores dizem ouvir rádio e 79% o faz todos os dias, sendo que 54% ouvem rádio o dia inteiro (entre 6 horas e 18 horas).

Entre os que estão neste patamar - de ouvir rádio todos os dias e o dia inteiro - 74% são mulheres e os demais são homens. Todos trabalham em casa, nas roças, na pesca ou prestando serviços em casas de terceiros, como empregadas domésticas, faxineiras, lavadeiras, pedreiros, carpinteiros ou caseiros, o que facilita a audição.

Vale observar ainda que ninguém respondeu que nunca escuta rádio, o que favoreceu o desenrolar da pesquisa e a confirmação ou refutação da hipótese de que é o rádio o principal formador de opinião entre estas populações.

Em seguida, foi perguntado com que objetivos o rádio é escutado. As respostas confirmaram o que diz McLeish (2001:37), para quem o rádio é uma espécie de amigo, de companheiro inseparável, que tem também a finalidade de fazer companhia. Pelo menos assim o é para 62% dos entrevistados.

Se for levado em consideração que 3% dizem ouvir rádio por hábito e que 2% não sabem por que o fazem, pode-se afirmar que 67% buscam neste meio uma companhia, ainda que involuntariamente. Já 18% procuram por músicas e 15% buscam informação das coisas que acontecem na cidade, estado ou país. Nesse aspecto, vale lembrar o

caráter regionalista do rádio (FERRARETTO, 2001:87). Observando o que é veiculado como notícia, percebe-se que 70% das informações dizem respeito à cidade – e seus distritos e povoados, sendo o restante relacionado às informações nacionais e mundiais. Na sequência, foi perguntado de que forma o ouvinte se identifica com o conteúdo do produzido pelo rádio regional e qual a influência que este meio efetivamente tem sobre ele e seu cotidiano. As respostas demonstram claramente que a influência que o rádio exerce na formação de opinião não é tão absoluta quanto se pensava: apesar de 75% se identificarem com o que ouvem no rádio – o que significa dizer que a linguagem utilizada é entendida – apenas a metade dos entrevistados acredita plenamente no que ouve. Ou seja, a credibilidade não é total, como asseguram alguns radialistas e donos de emissoras ou até mesmo alguns pesquisadores.

Especificando melhor esta audiência crítica, observou-se que 20% dos ouvintes acreditam em parte no que ouvem; 15% acreditam pouco e 15% não acreditam em nada, o que pode significar certa visão crítica por parte do receptor, mas também o exagero por parte das emissoras, quando tentam convencer os ouvintes de fatos que eles não estão vendo nas suas realidades próprias. Exemplo disso foi o discurso da Gabriela FM no dia 2 de dezembro de 2007, quando em uma nota lançada em meio a uma programação musical, o locutor afirmou que “a cidade está muito pior que antes, quando nosso prefeito era um homem do povo”.

Ao dizer isso, referia-se ao tempo em que o prefeito (de “antes”) era o proprietário da emissora. Este foi afastado do cargo por determinação Judicial, por malversação de verbas públicas. O prefeito afastado, apesar da sua origem humilde, é hoje um dos empresários mais ricos do município e do Estado da Bahia. Daí porque não convenceu o termo “homem do povo”, usado pelo locutor em alusão à sua origem ou a afirmação de que “a cidade está muito pior”: os moradores estão vendo melhoras consideráveis na cobertura de buracos nas ruas, na coleta de lixo, no pagamento de funcionários e outros itens antes caóticos na rotina do município.

Situações assim fazem com que o ouvinte duvide do que a emissora diz, uma vez que ele próprio pode constatar a falta de veracidade nas declarações.

Sobre a forma como o rádio interfere no dia a dia de cada um, constatou-se que, para metade dos entrevistados, o rádio forma suas opiniões. Admitem que o rádio lhes conta o que está acontecendo e, conforme o item anterior, acreditam no que ele diz. Mas 45%

afirmam ouvir rádio por distração ou em busca de divertimento e alegria – e, neste caso, contam muito as performances dos locutores e as programações musicais e esportivas, entre outros aspectos que não cabem ser aprofundados aqui, mas que servem para distrair e entreter o ouvinte.

Apenas 5% dizem que o rádio não interfere em nada no seu dia e no seu comportamento. Pelo menos, assim o acham. Mas, como não foram feitos testes para averiguar esta total falta de influência, este dado pode ser questionado posteriormente, não cabendo fazê-lo agora porque este não é o objetivo do presente trabalho.

Por fim, para compor o quadro de análise, tratou-se de observar o conteúdo veiculado nas emissoras de maior audiência no local - a Gabriela FM e Rádio Cultura de Ilhéus (AM) – durante um dia de programação, com o objetivo de identificar se há utilização - explícita ou não – do rádio como instrumento de convencimento ideológico, especialmente político ou religioso.

No caso da Gabriela FM, de propriedade do empresário e ex-prefeito (afastado do cargo) Valderico Reis e administrada por sua família, o dia observado foi dois de dezembro de 2007, um domingo, quando a emissora tem uma programação mais variada, com várias inserções dos repórteres diretamente do palco dos acontecimentos (da praia, de eventos esportivos e culturais, entre outros), além de uma vasta programação musical e interativa, com os ouvintes participando através do telefone ou mesmo dos microfones abertos nas transmissões externas.

Na Rádio Cultura AM, de propriedade da “Igreja Universal do Reino de Deus” e administrada pelos bispos locais, o dia observado foi três de dezembro de 2007, uma segunda-feira, quando a programação adquire contornos múltiplos, contando com programas religiosos, jornalísticos, interativos, musicais, esportivos e rurais, estes destinados especificamente ao público que mora em distritos e povoados e que compõem 42% da população municipal (IBGE, 2006: 217).

Os resultados apontam para uma nítida tendência presente nas emissoras regionais, de defender suas ideologias através dos conteúdos veiculados, conforme previram Albuquerque e Rocha (2006: 12), ao afirmar que, na região sul da Bahia, o jornalismo e o rádio - como meio mais influente, por ser mais popular - “surge e se consolida com o objetivo de afirmar os interesses da classe dominante à qual serve [...], mesmo que de formas diversas”. Segundo as autoras,

“os interesses da maioria – que vem sendo excluída sistematicamente das decisões e das oportunidades de ascensão social, uma vez que lhe são negados direitos elementares como acesso à educação e participação - são confundidos com os interesses da minoria dominante. O jornalismo e o radialismo atuam, neste sentido, como mediador interessado na manutenção da dominação, da qual se beneficiam. A verdade factual é distorcida e manipulada de acordo com interesses corporativos, ideológicos ou pessoais, numa clara confusão entre o que seja *interesse público* e *interesse do público* (opcit:15).

Observando os conteúdos veiculados pelas duas emissoras, observa-se que tanto uma quanto a outra, em diversos momentos da sua programação, fazem referências claras aos interesses políticos e religiosos dos seus proprietários, funcionando como uma espécie de “correia de transmissão” ideológica entre estes e o público. Este, abstraído em suas realidades, muitas vezes não percebe tais tentativas de manipulação.

Observando o conteúdo das notícias veiculadas pela Gabriela FM, percebe-se que, destas, 17% referem-se à política local e enfatizam o afastamento do ex-prefeito. A abordagem feita pelos locutores é sempre favorável ao ex-prefeito, clamando por sua volta e em clara tentativa de convencer a população sobre o que, segundo a emissora, “é uma injustiça contra o povo”.

As demais notícias veiculadas (8% do total) referem-se a esportes, cultura, eventos e variedades, geralmente copiadas da Internet e de jornais locais e estaduais.

Na Rádio Cultura de Ilhéus, as notícias ocupam 40% da programação e referem-se à política (10%) ou diversos assuntos (30%), que se distribuem entre variedades, notícias estaduais, nacionais e mundiais, também copiadas de Internet, jornais e revistas, uma vez que nenhuma das emissoras tem jornalistas contratados para produzir informações. No caso das notícias locais, estas são garimpadas pelos locutores-apresentadores ou copiadas de jornais locais. Neste tipo de informação (as notícias) não se observa diretamente o interesse da Igreja proprietária da emissora. Isso se dá de forma subliminar, com os locutores reproduzindo aquilo que interessa aos bispos do ponto de vista econômico-financeiro e político. Ou seja, a emissora age comercialmente.

O restante da programação é ocupado por programas religiosos (45%) que superam, em quantidade de espaço ocupado, as notícias, as músicas e os demais programas (esportivos, interativos, rural, entre outros).

Conclusão

Com base no que foi analisado, conclui-se que é grande a influência do rádio regional junto às populações de baixa renda, que o escuta regularmente com finalidades diversas, especialmente a de obter lazer, companhia e informações.

A credibilidade que conferem às informações ouvidas é grande, mas não é absoluta. Metade dos entrevistados (50%) acredita totalmente no que ouve e mais da outra metade (35%) acredita em parte no que é veiculado. A minoria (5%), apesar de afirmar que não acredita em nada do que o rádio diz, permanece ouvindo sua programação.

Com isso, pode-se afirmar que o rádio não só entretém o ouvinte, alegrando-o e divertindo-o, mas formando sua opinião, uma vez que a maioria destes (75%) ouve rádio todos os dias e 50% admite confiar e acreditar plenamente em tudo o que ouve. Com isso, confirma-se a hipótese de que o rádio é a “mídia dos pobres”, sobre quem exerce grande influência na formação de opinião. Mas refuta-se a possibilidade de que esta influência seja absoluta e inquestionável, atingindo indiscriminadamente a todos. Vale lembrar que esta idéia do meio absoluto sobre o receptor indefeso, tal como defendido pela teoria da “Agulha Hipodérmica” no século passado (WOLF, 1995), já foi amplamente questionada e superada por outros estudos mais atuais, que resgatam a importância do receptor e de outras variantes que atuam no resultado do processo emissor-receptivo (Cf. SOUSA, 2004; TRAQUINA, 2005).

Em suma, o rádio regional, diante do exposto, confirma-se como a principal mídia de acesso às populações - especialmente àquelas de baixa renda e/ou moradora de zonas rurais - o que não quer dizer que todo o conteúdo apresentado pelas emissoras seja absorvido sem questionamentos, dúvidas ou até rejeitados. Ao contrário, este trabalho aponta para a necessidade de melhora, por parte das emissoras, nos seus conteúdos, nas técnicas utilizadas e no aprofundamento do que seja a ética da informação.

Referências Bibliográficas

ALBUQUERQUE, Eliana C. P. T. de. **A Comunicação Impressa em áreas de Proteção Ambiental – o caso da APA da Lagoa Encantada, em Ilhéus - Bahia.** Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente). UESC/PRODEMA, 2004

_____. **Apostila de Teorias do Jornalismo – UESC.** Ilhéus: 2005. Mimeo.

_____ e ROCHA, Marlúcia M.da. **Jornalismo Regional - do coronelismo à subserviência**. In: Congresso do Redecom-Bahia, 1º, 2002, Salvador. Trabalho apresentado... Salvador: FACOM/UFBA, 2002.

_____. **Da fogueira à Internet – Passeio histórico através do Jornalismo**. Ilhéus: 2002. Mimeo.

_____. **Coronelismo e História do Jornalismo na Região Cacaueira da Bahia**. In: Congresso Nacional de História da Mídia da Rede ALCAR, 4º, 2006, São Luiz: AMI/UFSC, 2006.

AQUINO, Ramiro. **De Tabocas a Itabuna-100 anos de imprensa**. Itabuna: Agora, 1999

BARBEIRO, Heródoto e LIMA, Paulo. **Manual do Radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003;

BARBOSA, C. R. Arléo. **Notícias Históricas de Ilhéus**. 3ª ed. Ilhéus: Colorgraf, 2003.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**. São Paulo: Paulinas, 2003.

CHAUI, Marilena. **Brasil - Mito Fundador e Sociedade Autoritária**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000.

_____. **Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil**. 6ª ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

DEL BIANCO, Nélia R. e MOREIRA, Sônia Virgínia. **Rádio no Brasil: Tendências e Perspectivas**. Rio de Janeiro: Eduerj/UNB, 1999.

DEMO, Pedro. **Metodologia do Conhecimento Científico**. SP: Atlas, 2000.

FEDERICO, Maria Elvira B. **História da comunicação: rádio e TV no Brasil**. São Paulo: Vozes, 1982;

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2002;

IBGE. **Relatório do Senso Demográfico**. Brasília: Gov. Federal, 2006;

MARCONDES FILHO, Ciro. **Quem Manipula Quem**. Petrópolis: Vozes, 1986;

_____. **Comunicação e Jornalismo - A Saga dos cães perdidos**. 2ª ed. São Paulo: Hacker, 2002;

MATTOS, Sérgio. **O Controle dos Meios de Comunicação**. Salvador: UFBA, 1996;

ORTRIWANO, Gisela S. **A Informação no Rádio**. São Paulo, Summus, 1985;

PEREIRA FILHO, Carlos. **Histórias e Fatos de Ilhéus**. Ilhéus: PMI/CEPLAC, 1981;

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa**. São Paulo: Hacker, 2001;

SODRÉ, Nelson Werneck. **A história da imprensa no Brasil**. 4ª.edição, 2ª reimpressão. Rio de Janeiro: Mauad, 2004;

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e da Mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004;

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou: da Galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo**. São Paulo: Editora Habra, 1999;

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – Volume I - Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2ª ed, 2005;

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. 3ª ed., São Paulo: Summus, 1993;

TV SANTA CRUZ. **Relatório de audiência**. Itabuna: Rede Bahia, 2006;

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Portugal: Presença, 1995