



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
DISCIPLINA: MONOGRAFIA
PROFESSORA ORIENTADORA: CLÁUDIA MARIA BUSATO
ÁREA: AGÊNCIA DE NOTÍCIAS

A IMPORTÂNCIA DA AGÊNCIA DO RÁDIO BRASILEIRO NA DIFUSÃO DA INFORMAÇÃO

PRISCILA LEITE DE ALMEIDA
RA: 20742497

Brasília/DF, novembro de 2009

PRISCILA LEITE DE ALMEIDA

**A IMPORTÂNCIA DA AGÊNCIA DO RÁDIO BRASILEIRO NA DIFUSÃO DA
INFORMAÇÃO**

Monografia apresentada à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em jornalismo, no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Prof^a. Dr^a. Cláudia Maria Busato

Brasília/DF, novembro de 2009

PRISCILA LEITE DE ALMEIDA

**A IMPORTÂNCIA DA AGÊNCIA DO RÁDIO BRASILEIRO NA DIFUSÃO DA
INFORMAÇÃO**

Monografia apresentada à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em jornalismo, no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Prof^a. Dr^a. Cláudia Maria Busato

Banca Examinadora

Prof^a. Dr^a. Cláudia Maria Busato
Orientadora

Prof^a. Dr^a Ellis Regina
Examinador

Prof. Luiz Claudio Ferreira
Examinador

Brasília/DF, novembro de 2009

Dedicatória

Carinhosamente,

A minha mãe, Patrícia Leite de Lima, que me ensinou o carinho pela profissão e me mostrou os melhores caminhos a percorrer. Ao meu irmão, amigo e jornalista Luiz Philipe Leite de Almeida. Ao meu companheiro Janary Damacena que sempre esteve ao meu lado nessa jornada. A todos os colegas de trabalho da Agência do Rádio Brasileiro que me deram total apoio nesta pesquisa e trajetória profissional.

Agradecimentos

A minha família, em especial a minha mãe Patrícia Leite de Lima, ao meu irmão Luiz Philipe Leite e ao meu avô Jarbas Lopes de Almeida, porque sempre acreditaram em mim e no meu potencial, e ainda por terem me apoiado sempre que precisei. Sem eles a jornada não seria fácil.

Ao meu companheiro, Janary Bastos Damacena, pela grande paciência que teve comigo, por ter ficado sempre ao meu lado, me levantando quando caí e me ajudando a seguir em frente sem desistir.

Ao meu enteado Arthur Henrique Damacena, por quem tenho grande carinho e que sempre me fez sorrir nos momentos mais tristes.

Aos meus amigos e colegas de trabalho da Agência do Rádio, em especial ao Chico Alexandre que sempre abriu as portas para mim e deu espaço para que eu pudesse demonstrar meus conhecimentos.

Aos meus amigos da Gerência Regional de Patrimônio da União, que me ensinaram a viver com pessoas diferentes e aceitar suas limitações.

Aos parceiros de todos os demais lugares onde trabalhei, porque me fizeram evoluir como profissional, mesmo quando berravam reclamações.

Aos meus colegas e amigos de faculdade, pelos chopps tomados para aliviar o *stress* da semana e por terem alegrado os meus dias durante as aulas.

Aos professores que me ensinaram a fazer um jornalismo de qualidade e, também, aos picaretas que me mostraram o profissional que não devo ser.

Agradeço, especialmente, a minha professora e orientadora Cláudia Busato, por ter me aturado, dado incentivo, puxões de orelha (que eu merecia e foram muito bem dados), pela confiança e por não deixar de acreditar em mim.

A todos o meu eterno carinho.

“O rádio provoca uma aceleração da informação que também se estende a outros meios. Reduz o mundo a uma aldeia (...). Mas, ao mesmo tempo em que reduz o mundo a dimensões de aldeia, o rádio não efetua a homogeneização dos quarteirões da aldeia. Bem ao contrário”.
(Marshall McLuhan)

RESUMO

A história da implantação e inauguração das agências de notícias brasileiras é quase um mistério. Esta pesquisa, no entanto, conta como a Agência do Rádio Brasileiro (agência de notícias em rádio) foi implantada em Brasília e como ela divulga e produz matérias particularizadas – matérias voltadas para público específico de uma determinada região ou município. Grande parte de seu material é voltado em realizar matérias particularizadas, feita para um público específico. De maneira geral, conta a história do surgimento do rádio e das agências de notícias, explica o papel dos dois veículos e exhibe como a Agência do Rádio Brasileiro mescla os valores desses dois meios de comunicação de massa. Para falar do trabalho da ARB, foi feita uma viagem ao passado para explicar o surgimento e para que servem as rádios e as agências de notícias. Desta forma, o leitor pode, por meio deste trabalho, compreender o papel social da Agência do Rádio. No percurso da leitura, porém, o leitor conhecerá o foco de trabalho da ARB.

Palavras-chave: Agências de notícias, rádio, Agência do Rádio Brasileiro, papel social do meio de comunicação

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	09
2. MARCO ZERO DA ESCRITA: O SURGIMENTO DAS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS.....	12
2.1 As Agências de Notícias.....	15
3. O SURGIMENTO DO RÁDIO E SUA HISTÓRIA.....	17
3.1 Papel do rádio.....	19
4. UM NOVO TRÂNSITO DE INFORMAÇÕES: AGÊNCIA DO RÁDIO BRASILEIRO.....	21
4.1 O surgimento da ARB e seus passos até os dias de hoje.....	22
4.2 A construção do mailling.....	24
4.3 Desafios e caminhos percorridos.....	25
5. CHEGADA DO VÍRUS INFLUENZA A H1N1 NO BRASIL: ESTUDO DE CASO SOBRE O TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO NAS RÁDIOS....	26
5.1 Agência do Rádio Brasileiro x Influenza A H1N1.....	27
6. CONCLUSÃO.....	32
7. REFERÊNCIAS.....	35

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como foco principal contar a história do surgimento da Agência do Rádio Brasileiro (ARB) e como esta agência se mantém no mercado brasiliense há oito anos. Neste sentido, conta o que levou o proprietário, Raimundo Rocha, a criar essa agência, quais eram os seus objetivos na época e como ele mantém a empresa até hoje.

Para melhor compreender os valores da Agência do Rádio Brasileiro, foi preciso recorrer à história e mostrar como se deu a estreia do rádio e das agências de notícias no Brasil.

Contextualizar o surgimento e o papel das agências de notícias não foi tarefa fácil. Falta bibliografia que fale a respeito desse tema. Não existe um livro específico acerca desse assunto, e foi preciso pesquisar em vários livros, vasculhar capítulos e localizar se existia algum item relacionado às agências de notícias. Por essa razão, foi complicado aprofundar devidamente o assunto.

Sem referências específicas, pouco se sabe sobre o surgimento e a expansão das agências. Por isso, não foi possível contextualizar de forma precisa como se deu a chegada ao Brasil.

Segundo John Thompson (1999), o que se pode afirmar com precisão é que as agências Reuters, AP (The Associated Press), UPI (The United Press International) e AFP (Agência France-Press), são, até os dias de hoje, as quatro maiores agências de notícias do mundo.

De acordo com os estudos de Thompson, as demais agências, que surgiram com o passar dos anos, ainda dependem dessas agências internacionais de notícia para conseguir determinadas informações.

Já para falar sobre o rádio as dificuldades foram menores. Vários autores já escreveram sobre esse meio de comunicação. O tema já foi abordado em diversas pesquisas monográficas. Algumas monografias disponibilizadas, por exemplo, na biblioteca do Centro Universitário de Brasília (UniCeub) falam do alcance do rádio, de seu surgimento e de como se deu a sua implantação no Brasil. Hoje, mesmo com as novas tecnologias, com o advento da internet, segundo Milton Jung, o rádio, apesar de ter mais de 80 anos, ainda é o maior meio de comunicação de massa, alcança 96% da

população nacional e tem como público cativo cerca de 90 milhões de ouvintes.

Depois de contextualizar o que é e como funciona uma agência de notícias e depois de conhecer com maior profundidade o papel do rádio, foi possível ter uma melhor compreensão do que é o trabalho e a mecânica de funcionamento da Agência do Rádio Brasileiro (ARB) – veículo que trabalha com ambos os meios de comunicação (agência e rádio).

Cabe esclarecer, para um melhor entendimento, que a ARB é uma agência de notícias em rádio, que atende a um *mailling* com mais de 3 mil rádios cadastradas. Essa agência trabalha com clientes e escreve as chamadas matérias particularizadas – matéria feita especialmente para um público específico de uma determinada região do país. A ARB é a única empresa, em Brasília, que trabalha voltada para os valores de produção da notícia particularizada.

Pensando nos valores primordiais da ARB que são: informar com ética, imparcialidade, compromisso com a veracidade da informação e responsabilidade, a pesquisadora resolveu ir mais a fundo e saber se os valores da ARB, como agência de notícias, são cumpridos. Para isso, foi preciso entrar em contato com os radialistas e aplicar um questionário. Foram escolhidos durante o processo seletivo os responsáveis pelas rádios cadastradas no *mailling*, e para especificar ainda mais o trabalho, foi destacado um dos clientes da ARB: o Ministério da Saúde.

Além das especificidades mencionadas anteriormente, e com o intuito de desvendar qual é o real papel da Agência do Rádio Brasileiro e para dar um maior embasamento a pesquisa, também foi escolhido um assunto de relevância para o cidadão. A escolha do tema levou em consideração a importância da agilidade na difusão da notícia e a profundidade com que foi tratada a informação. Por todas as razões mencionadas, a nova gripe, a Influenza A H1N1 no Brasil, foi o tema escolhido.

Antes de aplicar o questionário nas rádios, foi usado um filtro de amostragem e foram selecionadas as rádios que mais baixaram matérias relacionadas à Influenza A H1N1. O questionário foi formulado de maneira que fosse possível revelar porque os parceiros baixaram o material distribuído, o que acharam do conteúdo, qual foi o critério de escolha das matérias. Enfim, o

questionário foi formulado de maneira a revelar qual é o papel da ARB nas rádios cadastradas no *mailling*.

Para construção do questionário foi preciso recorrer as estratégias de pesquisa em Ciências Sociais que segundo Robert K. Yin, em seu livro *Estudo de caso, Planejamento e Métodos* podem ser: experimental, histórica - análise de informações de arquivos (documental) e estudo de caso. Cada uma dessas estratégias pode ser usada para propósitos: exploratório e descritivo. O estudo de caso mais frequente são com propósitos exploratório e descritivo.

O que levou a pesquisadora a escolher o estudo de caso foi pelo fato de que ele geralmente é usado na elaboração de pesquisas que giram a cerca de tentar responder “como” e “por quê?”. Neste caso a pesquisadora queria saber como a informação chegava até essas rádios e por que essas rádios precisam do conteúdo disponibilizado pela ARB.

A hipótese inicial da pesquisadora é que as rádios do Rio Grande do Sul baixaram mais o material sobre a nova gripe, por ter sido o estado que concentrou maior número de incidências de casos da nova gripe. Para verificar se isso de fato ocorreu, foi aplicado um questionário dentro dos valores do estudo de caso nas rádios usuárias da agência.

2. MARCO ZERO DA ESCRITA: O SURGIMENTO DAS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS

Para falar o que são as agências de notícias, para que servem, onde surgiram, entre outros fatores, é preciso voltar um pouco à história e explicar quais eram os meios que os antigos usavam para deixar registradas as informações da época.

Antes de existir a escrita propriamente dita, as pessoas guardavam as informações através da pictografia (uma forma de comunicação pela qual as ideias são transmitidas por desenhos). Os sumerianos no sul da Mesopotâmia, em meados de 3.000 anos antes de Cristo, criaram o primeiro sistema de escrita. As primeiras formas de registrar eventos nessas comunidades eram feitas em placas de argila ou rótulos que ficavam fixadas para demarcar território.

Segundo John Thompson em seu livro *Ideologia e Cultura Moderna*, a escrita sumeriana caiu em desuso durante o quinto milênio a.C. e a partir disso surgiu o primeiro alfabeto escrito.

Provavelmente, inventado durante o segundo milênio a.C. Elas eram feitas de uma planta (*cyperus papyrus*) que crescia no Delta do Nilo; as folhas eram transformadas em material de escrita ao serem amassadas com malho de madeira e postas a secar. Como material básico para a escrita, ele era muito mais leve que uma pedra ou argila; podia ser transportado facilmente e permitia um escriba escrever muito mais que facilmente e permitia a um escriba escrever muito mais rapidamente. (THOMPSON, 1999, p.229)

Antes da produção de papel, o papiro era o meio de escrita mais usado. Em 105 anos depois de Cristo, a China inventou o papel e o que chamamos de caneta nos tempos de hoje era um pincel feito de pelos e tinta de fuligem. Durante o século VIII, foi usado pela primeira vez o modo de impressão e, no século seguinte, novas técnicas foram desenvolvidas para imprimir textos religiosos. Os métodos de impressão devem ter sido espalhados no final do século XV, com isso, em 1409, na Europa, começam a aparecer livros impressos.

Durante a segunda metade do séc. XV, as técnicas de impressão se espalharam rapidamente e impressas foram

estabelecidas nos principais centros comerciais da Europa. Esse fato se constituiu no alvorecer da era da comunicação de massa. Coincidiu com o desenvolvimento das primeiras formas de produção capitalista e de comércio, de um lado, e com os começos do moderno estado-nação, de outro. As primeiras imprensas foram geralmente empreendimentos comerciais de pequeno porte que estavam interessados primeiramente com a produção de manuscritos de caráter religioso e literário, e com a produção de textos para o uso do direito, medicina e comércio. O processo pouco a pouco tomou conta, transformou e expandiu grandemente uma série de atividades que tinham sido anteriormente preservadas para os escribas e copistas. Combinando as atividades de impressão, publicação e venda de livros, as primeiras impressoras se tornaram parte de um novo e florescente comércio de livros na Europa. Pelo fim do século. XV, as imprensas já se tinham estabelecido na maior parte da Europa e ao menos de 35.000 edições tinham sido produzidas, resultando em talvez 15 a 20 milhões de cópias em circulação. (Thompson, 1999, p.231)

As primeiras imprensas (meios de comunicação da época) imprimiam e publicavam livros e, também, começaram a imprimir panfletos, periódicos e vários tipos de folhas noticiosas que foram feitas em publicações *ad hoc* que falavam de acontecimentos particulares, isso surgiu no início do século XVI. Já na segunda metade do século as notícias gerais começaram a aparecer como afirma Thompson.

Mas foi somente no século XVII que revistas de notícias regulares e relativamente freqüentes começaram a aparecer. Em 1609 a *Avisa Relation oder Zeitung* foi impressa em Wolfenbüttel, e a *Relation* apareceu em Estrasburgo. Há alguma evidência que sugere que o jornal semanal deve ter aparecido um pouco antes (1607) em Amsterdam; de qualquer modo, em 1620 Amsterdam se tornou o local de um *centro de notícia* sem rápida expansão, através do qual a informação referente as atividades militares, políticas e comerciais foi regularmente difundida para as diversas cidades européias. Embora estimulado pelo desenvolvimento da Guerra dos Trinta Anos e pela crescente demanda de notícias sobre ela, o comércio inicial de notícias desempenhou, também, um papel importante e crescente na expansão do sistema capitalista de produção e troca de emergência das primeiras formas de financiamento e crédito capitalista. (THOMPSON, 1999, p.232)

Outro marco importante na indústria jornalística, nos séculos XIX e XX, foi de expandir internacionalmente as notícias e, foi a partir dessa época que surgiram as agências de notícias nos mais importantes centros comerciais da

Europa, e essas agências ficaram encarregadas de suprir informações estrangeiras, elas tinham as informações e distribuíam para os jornais clientes.

A primeira agência de notícias foi estabelecida em Paris por Charles Havas em 1835. Um rico empresário, Havas adquiriu o que foi primeiramente um escritório de tradução, o *Correspondance Garnier*, e o transformou num agência que coletava extratos de vários jornais da Europa e os entregava diariamente para a imprensa francesa. Em 1840 a agência fornecia, também, clientes de Londres e de Bruxelas, transportando notícias por diligência e pro meio de um serviço regular de pombos correios. Entre os empregados de Havas estavam duas pessoas – Julius Reuters e Bernhard Wolff – que, no final de 1840, deixaram a agência de Havas e criaram serviços de coleta de informações concorrentes em Londres e Berlim. Com o desenvolvimento da tecnologia do telégrafo, as agências fizeram crescente emprego de sistemas de cabo para transmitir a informação através de vastas distâncias e com grande rapidez. (THOMPSON, 1999, p.239)

Segundo Thompson, o volume de notícias e, principalmente, o interesse pelo novo (*news*, em inglês, pode significar o novo e ao mesmo tempo notícia) competição entre as três agências já era de se esperar. Em 1850, cada agência tentou conquistar novos clientes para aumentar a clientela e obviamente ganhar mais espaço e dinheiro. Para evitar, na verdade para diminuir a briga entre eles, decidiram assinar tratados que dividissem o mundo em territórios para a coleta e distribuição – divulgação da informação. Reuters ficou com o Império Britânico e do Oriente; Havas obteve o Império Francês, Itália, Espanha e Portugal, já Wolff, com a Rússia, Escandinávia e a Áustria. Isso durou até o início da Primeira Guerra Mundial, mas na metade do século XIX outras agências de notícias surgiram e se aliaram com das três mais importantes.

No início da Primeira Grande Guerra, contudo, o tríplice cartel de agências foi efetivamente rompido pela expansão internacional de duas agências de notícias nos estados Unidos, Associated Press (AP) e a United Press Association (UPA, subseqüentemente transformada em United Press International ou UPI). A Associated Press era uma cooperativa fundada em 1848 por seis diários de Nova Iorque. A United Press Association foi fundada por E.W. Scripps em 1907, em parte para quebrar o monopólio da AP no mercado doméstico nos Estados Unidos. A AP se uniu ao cartel europeu em 1893, concordando em suprir as agências européias com notícias da

América, como paga pelo direito exclusivo de distribuir suas notícias no Estados Unidos. A UPA estabeleceu escritórios independentes na América do Sul e vendeu notícias para os jornais da África do Sul e do Japão. Durante a Primeira Guerra Mundial e após, tanto a AP como a UPA expandiram suas atividades em âmbito mundial, fazendo crescente pressão nas organizações do cartel. (THOMPSON, 1999, p.240)

As agências de *Reuters*, *Havas* e *Wolff*, que comandavam as demais, perderam seu reinado no início da década de 1930. A Associated Press fez um acordo entre si *Reuters* que dava a liberdade de colher informações e distribuí-las mundialmente. Depois disso muitas outras coisas aconteceram, novas agências surgiram, A empresa de *Havas* foi substituída por uma nova agência chamada *Agence France-Presse* (AFP), a *Wolff* virou um órgão oficial do governo e acabou perdendo sua influência internacional. As agências *Reuters*, AP, UPI e AFP, são as quatro maiores do mundo, até hoje as demais agências depende deles para conseguir informações.

2.1 As Agências de Notícias

As agências de notícias têm o papel de transmitir aos demais meios de comunicação, como: jornais, revistas, rádios, TV's, sites entre outros. Existem agências de notícias em que é preciso pagar pelo conteúdo, ser assinante daquela determinada agência e existem, também, agências que distribuem gratuitamente seus conteúdos.

As agências de notícias podem ser mundiais, regionais, nacionais e especializadas.¹

¹ Abaixo a explicação sobre as modalidades de agências extraídas integralmente do livro *As Notícias e a Informação*:

Agência mundial – É aquela que atende o mercado mundial da notícia por conta de clientes fixos situados em todas as partes do Globo (*France Press*, U.P.I, A.P, *Reuter* e T.A.S.S.).

Agência regional – Recolhe informação e abastece com ela a clientela do próprio país. Distingue-se da agência nacional por manter canais de difusão para o exterior, sobretudo, em zonas especialmente vinculadas à economia, política ou cultura do país de origem (*E.F.E.*, *Kyodo*, *News Service*, *Deutsche Presse Agentur*, *Nova China*).

Agências Nacionais – É aquela que apenas recolhe notícias da própria realidade nacional e as transmite a clientes exclusivamente nacionais. Este papel pode ser adjudicado pelas próprias agências mundiais em relação ao seu próprio país ou pelas regionais.

Agências especializadas – Abastecem com um tipo de informação (desportiva, econômica, técnica) ou uma modalidade auxiliar informativa (fotografias, reportagens, desenhos, *fanzines*, etc.).

As cinco agências mundiais de informação				
Data de fundação	Nome da agência	Siglas	País	Estatuto
1835	Agência Havas		França	Organismo público misto, dirigido por um Conselho de Administração, no qual os jornais têm a maioria de votos.
1944	mais tarde Agência France-Presse	AFP		
1851	Reuter's, Ld. ^a	Reuter	Grã-Bretanha	Cooperativa de editores de periódicos.
1848	The Associated Press	AP	EE. UU.	Cooperativa de jornais.
1892				
1907	The United Press International	UP	EE. UU.	Empresa comercial.
1968				
1918	Telegrafnoie Agentstvo Sovietskovo Soluza	T. A. S. S.	U. R. S. S.	Agência estatal.
1925				

Figura 1: Tabela retirada do livro *As Notícias e a Informação*, página 38.

As agências de notícias nada mais são que um meio onde os jornalistas, grandes empresas que não tem dinheiro para mandar uma equipe de reportagem para cobrir matérias em outras localidades, como em outros países, por acreditar ser inviável fazer a cobertura, por não ter condições de manter um correspondente internacional, possam divulgar em seus meios, os fatos que acontecem pelo mundo. Algumas agências trabalham com a política de não cobrar pelo conteúdo, outras cobram, trabalham com assinantes, que podem ter acesso ao material daquela determinada empresa. De maneira geral, as agências servem para que a informação tenha alcance a nível mundial.

3. O SURGIMENTO DO RÁDIO E SUA HISTÓRIA

Assim como para falar das agências de notícias foi preciso recorrer à história, com o rádio não foi diferente. Foi preciso descrever seu surgimento, as evoluções dessa mídia tão popular e quais suas modalidades, migrações de suportes e usos na atualidade.

Como todos sabem, o mundo passou por transformações, as maneiras de se comunicar também mudaram. Novas formas de transmitir e compartilhar informações ganharam espaço e importância inimagináveis até poucas décadas atrás, algumas delas foram alteradas ou até mesmo readaptadas e outras sinalizam para uma verdadeira revolução estrutural dos meios de comunicação.

Segundo Dáurea Gramático (2002, p.11/12), antigamente, as notícias eram transmitidas por meio do “boca-boca”, e matinhavam vivos os acontecimentos da cidade. Ter uma visão geral dos fatos e se informar foi, é e sempre será necessário na vida do ser humano e, para isso, a maneira que a sociedade pré-moderna tinha de se comunicar era enviando bilhetes e cartas. Mas isso levava tempo e nem todos tinham acesso aos meios de transporte necessários para este tipo de comunicação.

Anos depois, surgiu o telégrafo e mais tarde o telefone, o que deixou o imperador do Brasil, D. Pedro II, particularmente encantado. Na época, final do século XIX e início do século XX, as músicas eram tocadas e cantadas em saraus. As pessoas não sabiam o que se passava no outro lado do mundo. Poucas informações conseguiam atravessar os mares e chegar a outros países. O pouco que se sabia, além do que acontecia em sua própria cidade, eram coisas de outros cantos do país. Quando a informação chegava, pela demora já estava velha. E foi a partir disso que o rádio surgiu.

Para Gisela Swetlana Ortriwano (1948, p. 13/14), existem documentos que provam que o rádio, no Brasil, nasceu em Recife, no dia 6 de abril de 1919, com um transmissor importado da França. A partir daí, foi inaugurada a Rádio Clube de Pernambuco, por Oscar Moreira Pinto, que em seguida fez uma sociedade com Augusto Pereira e João Cardoso Ayres. Mas a Rádio Clube de Pernambuco tinha apenas experiências amadoras e, com isso, o Rio de

Janeiro foi considerado a primeira cidade brasileira a instalar uma emissora de rádio.

O rádio foi, portanto, inaugurado oficialmente no dia 7 de setembro de 1922, como parte das comemorações do Centenário da Independência. Algumas pessoas que viviam na “cidade maravilhosa” (RJ) puderam ouvir através de 80 receptores importados para a ocasião, o discurso do Presidente da época, Epitácio Pessoa. Óperas foram transmitidas diretamente do Teatro Municipal da cidade, alguns dias depois da inauguração. O fato causou impacto à época, mas por falta de planejamento as transmissões foram encerradas.

Ainda, de acordo com Gisela Swetlana, a instalação da radiodifusão no Brasil, aconteceu em 20 de abril de 1923, data em que passou a funcionar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto e Henry Morize, com cunho educativo.

Mas o rádio nascia como meio de elite, não de massa, e se dirigia a quem tivesse poder aquisitivo para mandar buscar no exterior os aparelhos receptores, então muito caros. Também a programação não estava voltada para atingir aos objetivos a que se propunham seus fundadores: “Levar a cada canto um pouco de educação, de ensino e de alegria”. Nasceu como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram basicamente culturais, educativas e altruísticas. (ORTRIWANO, 1985, p.14)

A rádio começou a se espalhar pelo território brasileiro ainda nos anos 1920. As primeiras emissoras nasciam de clubes ou associações formadas por pessoas que acreditavam no novo meio de comunicação. O rádio era mantido com mensalidades pagas por quem tinha aparelhos receptores, por meio de doações de entidades públicas e privadas. Os anúncios pagos eram proibidos, na época.

Tempos depois, para massificar o rádio, a publicidade foi institucionalizada no dia 1 de março de 1932. O Decreto nº 21.111, determinava que a veiculação comercial só poderia ocupar, no máximo, 10% da programação de cada emissora. De acordo com Luiz Artur Ferrareto (2001, p. 21 a 28), no início dos anos 1930, as emissoras começaram a contar com artistas exclusivos e ao longo do tempo, apareceram as radionovelas,

programas humorísticos e de auditório. Com a busca constante de público e anunciantes, o rádio no Brasil passou a ser um meio de comunicação de massa.

3.1 Papel do rádio

A emissora de rádio é uma prestadora de serviço que fornece informação e entretenimento à população. É uma empresa que produz e transmite mensagens de comunicação de massa por meio de sinais de radiodifusão.

O rádio utiliza emissões de ondas eletromagnéticas à distância para transmitir mensagens sonoras destinadas a audiências numerosas. Na programação, da época, constavam programas de entretenimento, educação e informação. Como músicas, notícias, discussões, programas de humor, novelas, entrevistas, narrações de jogos e fatos sociais.

Para atrair ouvintes, cada emissora desenvolveu uma personalidade própria. Historicamente, a maioria das rádios buscou atingir públicos amplos com uma programação baseada em uma média geral de gosto. A prática da segmentação se difundiu na segunda metade da década de 1980. O processo de concentração de uma rádio em um determinado segmento pode e podia englobar apenas alguns programas ou a totalidade das transmissões. Em outras palavras, isso significa que as rádios oferecem um serviço com destino definido, buscando também anunciantes adequados a estes ouvintes específicos.

Em qualquer emissora deve-se levar em consideração aspectos demográficos e socioeconômicos. A segmentação é um processo em que, a partir dos interesses e dos objetivos da empresa de radiodifusão sonora, a programação se adapta, em parte ou em sua totalidade a um público específico. Não se considera apenas a classe social, a faixa etária, sexo, nível de escolaridade, mas sim interesses determinados como, por exemplo, a preferência do grupo ao qual o indivíduo pertence.

Segundo Milton Jung (2004, p.13 a15), o rádio existe há quase 80 anos e alcança 96% da população nacional. E é considerado, entre os veículos de comunicação, o que dá maior cobertura porque atinge um público aproximado

de 90 milhões de ouvintes. É possível usar o rádio com competência e explorar seus recursos de alcance. Com o advento da internet, isso ficou ainda mais fácil. As rádios web, transmitida pela rede mundial de computadores, possibilitam a conexão e a disponibilização de informações para públicos internos e externos.

Muitos acreditam que com a chegada da Internet, com as possibilidades que ela criou (ao disponibilizar a informação em tempo real), e com o seu enorme alcance o jornal impresso e até mesmo o rádio vão perder espaço com o passar dos anos. Outros apostam até mesmo que tais meios de comunicação acabem de vez. Muitos acreditam, ainda, que esses veículos vão migrar para Internet, e que todo esse conteúdo será disponibilizado nas páginas da Web.

O presente estudo parte de hipótese contrária, entendendo que a Internet veio para acrescentar e não para derrubar os outros meios. A tendência é que eles sejam aprimorados, mas sem perder sua essência.

4. UM NOVO TRÂNSITO DE INFORMAÇÕES: AGÊNCIA DO RÁDIO BRASILEIRO

A Agência do Rádio Brasileiro (ARB), mais conhecida como Agência do Rádio, é uma agência de notícias em rádio. Ela une os valores de uma agência de notícias, junto com o rádio, que até hoje é considerado o maior meio de comunicação de massa brasileiro.

A referida empresa de comunicação trabalha com a característica citada no livro *As notícias e a Informação*, da biblioteca Salvat. Ou seja, proporciona conteúdo nacional para os brasileiros e recolhe notícias da realidade do país. As notícias são enviadas por e-mail – por ser uma web agência de notícias de rádio – para as mais de 3.000 mil rádios cadastradas no mailling e, também, são disponibilizadas no site www.agenciadoradio.com.br.

A empresa é especializada em rádio, com variedades de serviços que, segundo o Diretor Raimundo Rocha, nenhuma outra agência oferece. Matérias, entrevistas, notas e textos informativos, finalizados em áudio, são enviados diariamente para o mailling.

Na ARB, foi desenvolvido um projeto de comunicação baseado em radiojornalismo que, a partir de material particularizado (matérias feitas para públicos específicos e regionalizados), com informações coletadas, processadas e direcionadas para cada área de interesse – que pode ser uma região, um estado, um município ou, até mesmo, um núcleo populacional isolado –, tem o objetivo de informar, mobilizar e conscientizar a população a partir da identificação de suas necessidades.

O material é produzido por uma equipe especializada em rádio. Atualmente (outubro de 2009), a agência trabalha com 6 repórteres: Alan Santos, Cynthia Ribeiro, Fabiana Pelles, Felipe Linhares, Francisco Júnior e Natália de Sousa. Três operadores de áudio: Fabrício Lazaro, Hudson Campos e Edimilson Farias. E com uma produtora: Priscila Leite (a pesquisadora deste trabalho acadêmico). Há, ainda, dois chefes de redação: Yuri Achcar e Luciana Cobucci. Todos possuem experiência profissional, familiaridade com a linguagem e o formato das matérias dirigidas para o rádio. Todo o trabalho conta com a supervisão do Diretor Executivo, Chico Alexandre, e do Diretor

presidente e proprietário da empresa, Raimundo Rocha. Quem faz o atendimento aos radialistas é a Laurilene dos Santos.

4.1 O surgimento da ARB e seus passos até os dias de hoje

A Agência do Rádio Brasileiro foi fundada em Brasília, em 2001. Em oito anos de empresa, funcionou em duas sedes: a primeira foi na quadra 710 Norte e a atual é no SDS Ed. Boulevard Center, Sala 601, ambas em Brasília-DF

Raimundo Rocha quis abrir uma empresa diferente das já existentes. Depois de muitas e extensas pesquisas, percebeu que a tendência no Brasil é trabalhar com conteúdos generalizados. Constatou, ainda, que essa tendência ocorre principalmente nas emissoras de televisão. As programações, de certa forma, são muito parecidas. São praticamente iguais. E isso acontece, por exemplo, em TV porque o custo operacional é muito alto. Não dá para se preocupar com pequenos grupos, trabalhar de forma regional, e por isso há uma opção por trabalhar com matérias nacionais, generalistas. Por isso, na época em que trabalhava com assessoria de imprensa, o dono da empresa percebeu que havia uma necessidade de dar maior capilaridade ao trabalho, levando a informação a pequenos grupos e prestando um serviço público à população.

Com a produção de matérias regionalizadas foi possível atingir um número maior de pessoas. Isso porque todo estado brasileiro possui emissoras de rádio. Sejam elas comunitárias, educativas ou comerciais. Essas rádios têm alcance municipal, ou seja, é possível passar as informações para o Brasil inteiro por meio do rádio. Foi a partir desta visão que surgiu a preocupação em transmitir informação particularizada, que pode tanto ser por regiões (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul), ou por municípios.

Para manter uma agência como esta é necessário ter um volume grande de matérias. E é fundamental manter a qualidade. Em análises feitas, no cotidiano, foi possível perceber que as matérias feitas em nível nacional – uma única matéria enviada para as rádios do Brasil (para os 26 estados e o Distrito Federal), que estão cadastradas no *mailing* –, não tem a mesma quantidade de aproveitamento pelas emissoras registradas. O ideal seria ter o maior

número de acessos de rádios cadastradas, que podem aproveitar o material integralmente ou como sugestão de pauta. Também é possível que os radialistas cadastrados leiam o texto no ar e aproveitem apenas a sonora do entrevistado. De qualquer forma, isso acontece porque o público quer saber o que está acontecendo no país em que vive, ele precisa se identificar com a questão abordada. Então, matérias regionais chegam mais perto do público do que as nacionais. As nacionais têm acesso, mas não geram tanto impacto quanto as particularizadas. O desafio permanente da Agência do Rádio é conseguir atingir um público maior e com qualidade.

A ARB é mantida financeiramente em grande parte por clientes, que contratam a Agência para produzir um número determinado de matérias por mês. No primeiro ano de vida, a ARB possuía apenas o Ministério da Saúde como cliente (contrato que permanece até hoje). Atualmente, fazem parte da carteira de clientes da Agência do Rádio a Mineradora Vale, o Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, o Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (Confea) e Instituto Euvaldi Lodi (IEL), além de clientes temporários.

A maioria das matérias é feita de acordo com o material passado pelo cliente, e prima pelos interesses de divulgação dos mesmos. A ARB trabalha com os dados fornecidos por eles, faz um planejamento e a partir disso elaboram as notícias, que têm dois vieses: promover as ações do cliente e respeitar o interesse da população na notícia.

O material produzido é publicado no site da Agência do Rádio e pode ser acessado gratuitamente por qualquer pessoa que tiver interesse. Ele também é enviado sem ônus para todos os radialistas cadastrados no *mailling*. Os repórteres produzem matérias de interesse dos clientes, mas as matérias devem funcionar preenchendo as necessidades das rádios de todo país. A ideia é suprir carências das emissoras que não podem produzir conteúdo próprio por não terem equipe e material para fazer a cobertura jornalística.

Grande parte das pessoas que aproveita o material não dá crédito à Agência do Rádio. Por ser um número muito grande de rádios cadastradas, não há como controlar se o crédito é dado ou não. Como recebem muitas matérias, a maioria das emissoras prefere não dar os créditos. Já outras trabalham como parceiras e em alguns casos até pedem para o repórter gravar

a assinatura com o nome da rádio em que vai ser transmitida a matéria. Para o diretor da ARB, Raimundo Rocha, o importante não é dar o crédito e sim ter o aproveitamento do que foi produzido.

O reaproveitamento do material pra mim já é um reconhecimento. A temática que a gente aborda tem que ser bem aproveitada e essa é a alma do nosso negócio. Eles usam da maneira que quiserem, podem dar ou não dar o crédito, o que nos satisfaz é o aproveitamento, não importando aí a paternidade (ROCHA, entrevista oral, feita em 10 de outubro de 2009)

Ao longo do processo de implantação e consolidação da Agência do Rádio como veículo de informação, Raimundo pôde contar com a ajuda de vários colaboradores como: o amigo e jornalista Augusto Aguiar, Giorge Barbosa, Leonardo Echeverria e atualmente, com o diretor executivo Chico Alexandre.

4.2 A construção do *Mailling*

De acordo com dados (outubro de 2009) do site da agência, <http://www.agenciadoradio.com.br>, são exatamente 3.117 rádios cadastradas no *mailling*, em 1.755 municípios brasileiros, com um alcance de 126 milhões de ouvintes potenciais. No início, esse número não era tão expressivo. A ARB começou atendendo apenas 120 emissoras. Na ocasião, para melhorar e aumentar o alcance na distribuição de informação, a equipe estabeleceu uma meta: dobrar esse número para 240.

O desafio foi cumprido e amplamente superado em um mês. Por isso, a cada mês sempre era lançado um novo desafio: tentar dobrar o número de rádios cadastradas do mês anterior. Em alguns momentos, isso parecia impossível porque na época poucas pessoas tinham acesso a internet, e nem todos sabiam usar essa ferramenta. Por esta razão, o *mailling* foi construído em longo prazo.

A formação do *mailling* é feita, normalmente, através de pesquisas, principalmente na internet, em busca de novas rádios. Entra-se em contato com as emissoras para saber se há interesse em realizar o cadastro. Com

tantos desafios, Raimundo Rocha pôde perceber que era difícil, mas não impossível e com isso. Hoje, acredita ter alcançado resultados interessantes.

4.3 Desafios e caminhos percorridos

Para Raimundo Rocha, o crescimento foi consequência de muito trabalho e o resultado do esforço para trazer informações de forma particularizada. O maior desafio enfrentado, em sua opinião, sempre foi procurar e conquistar novos clientes, e manter atualizada a base de dados.

O espírito que move essa produção particularizada é o esforço. É preciso envolver vários profissionais com personalidades diferentes e isso trás multiplicidades interessantes. Gera um ambiente de muitas idéias, de muita criatividade. Essa efervescência é boa, melhora a qualidade do trabalho. (ROCHA, entrevista oral, feita em 10 de outubro de 2009)

Ainda segundo Raimundo Rocha, para atingir a receita de sucesso é preciso planejar, e buscar, sempre, uma forma de crescer. “É estabelecendo metas que alcançamos os objetivos e até mesmo os superamos”, diz Raimundo sem titubear.

5. CHEGADA DO VÍRUS INFLUENZA A H1N1 NO BRASIL: ESTUDO DE CASO SOBRE O TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO NAS RÁDIOS

De acordo com o site do Ministério da Saúde (MS), no endereço eletrônico www.saude.gov.br, no link Influenza A (H1N1), a nova gripe, que no início era chamada de gripe suína, passou a ser chamada de “nova gripe” ou de “gripe A”. Isso se deu depois de um acordo entre os Ministérios da Saúde e da Agricultura. A mudança se justificava porque com o nome de gripe suína, o mercado de carne de porco estava sofrendo com a queda nas vendas porque a população acreditava que comendo a carne poderia contrair a nova gripe.

A Influenza A H1N1 passou a ser comentada no Brasil no final do mês de abril. No dia 1º de maio, o Ministério da Saúde (MS) começou a monitorar os primeiros casos da nova gripe no país. No dia 29 de maio, começam a aparecer os casos confirmados de pessoas infectadas pelo vírus Influenza A H1N1.

Como tudo que é novo, o fato gerou medo e insegurança na população, não só à brasileira, como mundial. É possível dizer que a sociedade entrou em pânico com a situação. Nas farmácias, faltavam máscaras cirúrgicas (pois a população acreditava que era possível se proteger com elas) e álcool em gel, produto bastante divulgado como forma de proteção contra a doença.

Na época, não se sabia ao certo como era contraída a gripe Influenza A H1N1, quais eram os sintomas, quem fazia parte do grupo de risco, se teria remédio suficiente para atender à população e como se prevenir. Eram vários os questionamentos e nem a Organização Mundial de Saúde (OMS) sabia ao certo responder. Estudos foram realizados para responder a todas as perguntas e dúvidas da população.

O atual ministro da Saúde, José Gomes Temporão, preocupado em esclarecer a população sem gerar pânico, concedeu várias entrevistas coletivas para todos os veículos de comunicação. O MS também mandou confeccionar cartilhas explicativas, pagou por spots publicitários para veiculação em rádios e TV's. Montou várias estratégias de gerenciamento de crise para esclarecer as pessoas sobre a nova situação.

Dentre as várias mídias que trabalharam com a divulgação da nova gripe, a Agência do Rádio Brasileiro, que cuida do conteúdo de rádio do Ministério da Saúde, foi acionada para participar das estratégias do MS e passou a distribuir para as rádios do *mailling* todas as informações que eram dadas sobre a Influenza A H1N1.

5.1 Agência do Rádio Brasileiro x Influenza A H1N1

A Agência do Rádio, desde o início da nova gripe até hoje, divulga todo e qualquer tipo de informação. Todas as medidas tomadas pelo MS, spots explicativos, tira-dúvidas e esclarecimentos a população foram distribuídos para ajudar no gerenciamento de crise.

Com um pouco mais de seis meses de “campanha”, após a divulgação da nova gripe em caráter nacional, a pesquisadora decidiu selecionar para o estudo aqui proposto o mês de agosto. Este mês foi o período em que o número de casos estava diminuindo. Mas o governo federal ainda debatia acordos para compra de vacina para prevenção da doença e tratava-se, praticamente, do meio da “campanha”, de modo que a demanda por informação ainda era bastante expressiva.

A pesquisa, possivelmente, teria resultados diferentes se tivesse sido realizada em outros meses. Isso porque meses como setembro e outubro, época de calor no país, a transmissão de doenças causadas por vírus é sensivelmente menor. Portanto, não resultaria produtivo estender a pesquisa a esses meses de declínio dos casos.

No mês de agosto a Agência do Rádio distribuiu 26 conteúdos sobre a Influenza A H1N1, sendo 24 matérias e duas notas. Ao longo do mês, 638 rádios (conforme Anexo) que fazem parte do *mailling* baixaram esse material. Werculys Silva, responsável pelo suporte técnico, produziu uma planilha das rádios que mais baixaram. Para chegar ao resultado final, ele pegou o relatório do sistema da ARB, fez um cruzamento de dados e viu que onze rádios mais baixaram o material disponibilizado pela agência foram:

Nome	Modulação	Categoria	Município	UF	População	Nº de Matérias
Rádio Amizade Fm	FM	COMERCIAL	Corupá	SC	12925	23
Rádio Centro Oeste AM	AM	COMERCIAL	Pinhalzinho	SC	13600	23
Rádio Clube FM	FM	COMERCIAL	Brasília	DF	2383784	23
Rádio Difusora Nortestado AM	AM	COMERCIAL	São Gabriel do Oeste	MS	20359	23
Rádio Líder FM	FM	COMERCIAL	Viçosa	MG	74607	23
Rádio São João Del Rei AM	AM	COMERCIAL	São João del Rei	MG	82954	23
Rádio Vale do Tietê AM	AM	COMERCIAL	Salto	SP	108552	23
Rural FM	FM	COMERCIAL	São João d'Aliança	GO	7933	23

Para saber o porquê e qual a importância da Agência do Rádio Brasileiro para as rádios dessas localidades ilustradas na tabela, foi aplicado por e-mail o seguinte questionário para as oito emissoras que mais baixaram.

Roteiro de perguntas

- 1) Como conheceu o trabalho da Agência do Rádio?
- 2) Quantas vezes por semana a emissora usou as matérias de Influenza A (H1N1) distribuídas pela Agência do Rádio?
- 3) O que leva a sua emissora a usar as matérias da Agência do Rádio?
- 4) Sua emissora acessa as matérias da Agência do Rádio por e-mail ou faz o download diretamente do portal da ARB?
- 5) Qual é a sua avaliação sobre o material sobre a nova gripe que foi oferecido pela Agência do Rádio?
- 6) O noticiário distribuído pela Agência do Rádio, de alguma maneira, influencia na linha editorial da sua emissora? O material é usado na íntegra? São aproveitados os textos ou apenas os áudios dos entrevistados? O material também é usado como sugestão de pauta?

Das oito emissoras de rádio que receberam o questionário, apenas 3 responderam a tempo (no período em que esse estudo foi realizado): Rádio Difusora Nortestado AM, Rural FM e Rádio Clube FM.

As rádios Rádio Difusora Nortestado AM e a Rádio Clube FM, conheceram a ARB através da internet. Já a Rural FM, recebeu um e-mail da própria Agência do Rádio convidando para fazer parte do mailling.

As três rádios que responderam às perguntas que fazem parte deste trabalho veicularam o material que receberam sobre Influenza A H1N1 em todos os dias da programação do mês agosto. Elas usaram o material por acreditarem na qualidade da informação e por ter o formato jornalístico correto.

A rádio Rural FM aproveitou o conteúdo enviado por e-mail. As demais baixaram o material pelo site. Em relação à qualidade do material produzido pela ARB, todas as rádios que responderam o questionário acharam que a informação foi excelente, com notícias precisas e de interesse público.

O material foi usado na íntegra, menos na emissora da Rural FM, que usou apenas as sonoras.

SERÁ QUE A HIPÓTESE CAIU?

A pesquisadora, na fase de pré-análise, acreditava que o Estado do Rio Grande do Sul, por ter tido o maior número de casos da nova gripe, seria aquela que mais baixaria o conteúdo da ARB, e verificou que essa não foi a realidade. Emissoras de outros estados acessaram mais. Entretanto, a diferença não é tão grande assim: a média é de duas matérias a menos. Por conta disso, a pesquisadora decidiu checar a incidência real da procura dessas rádios pesquisadas e enviou o mesmo questionário para as rádios o Rio Grande do Sul para ver se conseguia detectar o que as levou a não serem as recordistas no aproveitamento do material.

As rádios do Rio Grande do Sul são:

Nome	Modulação	Categoria	Município	UF	População	Nº de Materias
Rádio Milênio FM	FM	COMUNITÁRIA	Camaquã	RS	64338	21
Rádio Oceano 97 FM	FM	COMERCIAL	Rio Grande	RS	196982	21
Rádio Uirapurú AM	AM	COMERCIAL	Passo Fundo	RS	188302	21
Rádio Vale Feliz FM	FM	COMERCIAL	Feliz	RS	12974	19
Rádio Veranense AM	AM	COMERCIAL	Veranópolis	RS	21351	19
Rádio Estampa Gaúcha	FM	COMERCIAL	Canela	RS	40147	22
Rádio Sobrado FM	FM	COMERCIAL	Santa Bárbara do Sul	RS	10049	22

Das sete rádios, apenas quatro responderam ao questionário: Rádio Milênio FM, Rádio Vale Feliz FM, Rádio Sobrado FM e a Rádio Estampa Gaúcha.

As rádios Vale Feliz e Rádio Sobrado, conheceram a empresa através de e-mail convidando-os para participar do *mailing*, e a Milênio e Estampa, através da internet.

A *Rádio Vale Feliz* usou as matérias da Influenza A H1N1, em média três vezes por semana, mas por erro do sistema deixaram de receber o material por um período. As demais usaram diariamente.

Todas as rádios que responderam o questionário gostaram de colocar em suas programações as matérias da ARB por acreditar na qualidade do trabalho e ainda recebem o material por e-mail.

As rádios do Rio Grande do Sul gostaram muito do trabalho e da qualidade do conteúdo fornecido pela Agência do Rádio, mas o produtor executivo André Assmann, da Rádio Vale Feliz, comentou que apesar de ser interessante, sentiu carência de matérias específicas sobre o Rio Grande do Sul, estado com maior número de casos.

Com a observação feita pelo André Assmann, questionei o dono da empresa, Raimundo Rocha, se a Agência do Rádio tinha falhado com o seu compromisso de fazer matérias específicas para cada região do país.

No caso específico da Influenza A H1N1, tivemos que fazer parte do gerenciamento de estratégias do cliente, o Ministério da Saúde. Como era algo novo e era preciso evitar pânico, as matérias eram feitas de maneira geral, apenas esclarecendo dúvidas e explicando as medidas que estavam sendo tomadas em relação a doença. A agência não deixou de cumprir o seu papel, ela apenas apoiou o cliente. Nas campanhas de Vacinação Infantil, por exemplo, nós fazemos matérias municipais, são específicas, tirando dúvidas daquele determinado grupo de pessoas. (ROCHA, entrevista oral, feita em outubro de 2009)

A Agência do Rádio Brasileiro (ARB) cumpre os seus objetivos e é por isso que é elogiada por seus parceiros (as rádios que fazem parte do *mailing*). Os parceiros acreditam na qualidade do material e da equipe de jornalistas. No entanto, no caso da nova gripe, a ARB “falhou” porque não podia ir contra o cliente, o Ministério da Saúde, que, na época, orientou os jornalistas da Agência do Rádio a não enfatizarem os casos do Rio Grande do Sul.

6. CONCLUSÃO

Neste trabalho, desejei evidenciar a importância da difusão da informação feita por meio da Agência do Rádio Brasileiro (ARB) para as mais de três mil rádios cadastradas e interessadas em acessar as informações veiculadas pela empresa.

A pesquisa teve, ainda, a intenção de demonstrar como era realizada a utilização das informações da ARB por parte dos veículos de rádio. Entre muitos questionamentos, ao dar início a essa pesquisa, figurava o desejo de trazer à luz a quantidade de matérias que eram utilizadas pela audiência, de que forma eram utilizadas e o critério de utilização e seleção. Para isso, porém, primeiramente era necessário entender a história e o papel das agências de notícias e do rádio.

Logo de início, foram constatadas algumas dificuldades. Entre elas, encontrar referências bibliográficas que falassem a respeito da chegada e da consolidação das Agências de Notícias no Brasil. Sem bibliografia específica, foi necessário recorrer a história da sua fundação em outros países para melhor poder entender a dinâmica da demanda dos veículos interessados em consultar e utilizar o material publicado nas agências de notícias.

Todavia, neste trabalho, mesmo quase sem fontes de referências específicas, foi possível recontar a história das primeiras Agências de Notícias do mundo, e, ainda, relatar o contexto do surgimento do rádio no Brasil, bem como, demonstrar seu poder e alcance como mídia de comunicação de massa.

Reunir as informações sobre o que é uma agência de notícias e o papel do rádio foi, também, imprescindível para nortear a função social da Agência do Rádio Brasileiro. Cabe esclarecer, este veículo de comunicação mescla duas mídias – rádio e agência de notícias. O que, em benefício da verdade, deu a essa pesquisa a responsabilidade de tratar ineditamente o tema.

Outra questão relevante aqui tratada, que também foi possível ser demonstrada neste trabalho, foi a nova configuração da informação no ciberespaço (Internet). A partir do surgimento das novas tecnologias, com o advento da Internet, não há dúvidas, as agências de notícia tiveram uma ampliação significativa no desempenho do seu papel social e na velocidade como é veiculada a informação.

Mas mesmo com todo novo aparato tecnológico comunicacional, foi possível constatar, durante o processo da pesquisa, que o rádio ainda reina como mídia de comunicação de massa. É o meio com o maior alcance na transmissão da informação. Com seu formato prático, dinâmico e acessível, fornece informação e entretenimento à clientela de todos os recantos do país. Este valente precursor das mídias eletrônicas que alimentado pelas agências de notícias recriou-se e duplicou-se com a Internet.

Esta fonte de alimentação ampliou-se, em parte, porque as agências de notícias passaram a representar mais um meio de captação da informação. Meio este que fornece informação para jornalistas e empresas que não possuem poder aquisitivo suficiente para mandar equipes de reportagem para cobrir os fatos que ocorrem fora de suas bases de trabalho (fatos que ocorrem em outras localidades) e que para continuar divulgando em seus veículos precisam captar informação dos fatos que acontecem pelo mundo via agência de notícias. Por esta razão, a credibilidade da agência precisa ser inabalável.

Por meio de entrevistas, a pesquisa pôde constatar que a Agência do Rádio Brasileiro tem esta credibilidade junto a sua clientela. A Agência é bem vista pelas demais rádios do Brasil e seu material é considerado bem elaborado. Traz boas informações de utilidade pública e variedade de temas nas matérias.

A ARB, para um dos seus pesquisados, André Assmann, foi na contramão do seu papel de difusora da notícia e apesar de achar que normalmente a agência prima pela qualidade da informação ela não cumpriu o seu papel no caso específico das matérias relacionadas à Influenza A H1N1. Para ele, não houve veiculação de material particularizado. Apesar de ter sido o único entrevistado que questionou a forma em que foi veiculada a informação, Raimundo Rocha, proprietário da agência, explicou em entrevista o porque. “A ARB adotou este procedimento por duas razões: Em primeiro lugar, por estar no meio de uma crise na saúde pública e em segundo, por querer evitar pânico. O que em nada desmerece o denegri seu trabalho”, diz Rocha.

Na análise da divergência de opiniões e contrastes de posturas, este trabalho de pesquisa pôde esclarecer muitos pontos dos processos de informação da ARB, incluindo suas possíveis falhas, como foi o caso apontado

por Assmann, na produção de matérias particularizadas (feita para uma região específica) sobre o vírus Influenza A H1N1.

Ao final desta pesquisa, o que se pode afirmar conclusivamente e sem dúvidas é que as agências de notícias e rádios da WEB são veículos ainda muito jovens e que detém uma gama infinita de possibilidades de comunicação e de estudos. Entre erros e acertos, as agências de notícias, incluindo a ARB, cumprem seu papel social de forma única e com credibilidade. Por não ser objeto desta pesquisa, não houve um mergulho profundo na história da chegada das agências de notícias no Brasil. É preciso ainda que outros pesquisadores invistam seu tempo para desvendar os mistérios que envolvem a forma e pelas mãos de quem chegaram as primeiras agências no país. Espero, porém, ter aberto uma porta por onde esta área de pesquisa e outras derivadas e similares possam se basear como ponto de partida.

7. REFERÊNCIAS

Livros

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. São Paulo: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

GRAMÁTICO, Dáurea. *Histórias de gente de rádio*. São Paulo: Ibrasa, 2002.

JUNG, Milton. *Jornalismo de Rádio*. São Paulo: Contexto, 2004.

MONTALBÁN, Manuel Vásquez. *As notícias e a informação*. Rio de Janeiro: Salvat Editora do Brasil, 1979.

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

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1999.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ANEXO

Nome	Modulação	Categoria	Município	UF
Rádio Integração	AM	COMERCIAL	Cruzeiro do Sul	AC
Rádio Difusora de Sena Madureira	AM	EDUCATIVA	Sena Madureira	AC
Rádio Canapi FM	FM	COMUNITÁRIA	Canapi	AL
Rádio Gazeta	AM	COMERCIAL	Maceió	AL
Rádio Milênio	AM	COMERCIAL	Maceió	AL
Rádio Maragogi FM	FM	COMERCIAL	Maragogi	AL
Rádio Penedo FM	FM	COMERCIAL	Penedo	AL
Rádio Karababa FM	FM	COMUNITÁRIA	Carauari	AM
Rádio Amazonas FM	FM	COMERCIAL	Manaus	AM
Rádio Comunitária 87.9 FM	FM	COMUNITÁRIA	Manaus	AM
Rádio Tiradentes	FM	COMERCIAL	Manaus	AM
Rádio Felicidade FM	FM	COMUNITÁRIA	Santo Antônio do Içá	AM
Rádio Municipal AM	AM	COMERCIAL	São Gabriel da Cachoeira	AM
Rádio Vale do Rio Grande AM	AM	COMERCIAL	Barreiras	BA
Rádio Novo Amanhecer FM	FM	COMUNITÁRIA	Brotas de Macaúbas	BA
Rádio 88 FM	FM	COMUNITÁRIA	Camaçari	BA
J. SID	AM	COMERCIAL	Candeias	BA
Rádio Líder Do Sertão FM	FM	COMUNITÁRIA	Chorrochó	BA
Rádio Santa Cruz	FM	COMUNITÁRIA	Cruz das Almas	BA
Rádio Nordeste FM	FM	COMERCIAL	Feira de Santana	BA
Rádio FM Cidade de Ilhéus	FM	COMERCIAL	Ilhéus	BA
Rádio 101 News FM	FM	COMERCIAL	Irecê	BA
Rádio Irecê Líder FM	FM	COMERCIAL	Irecê	BA
Rádio 99 FM	FM	COMERCIAL	Itamaraju	BA
Rádio Itapuy FM	FM	COMERCIAL	Itororó	BA
Rádio Vaza Barris AM	AM	COMERCIAL	Jeremoabo	BA
Rádio FM Cidade de Macarani	FM	COMERCIAL	Macarani	BA
Rádio Morro Verde AM	AM	COMERCIAL	Mairi	BA
Rádio Comunitária Liberdade	FM	COMUNITÁRIA	Poções	BA
Rádio Difusora do Descobrimento AM	AM	COMERCIAL	Porto Seguro	BA
Rádio Rio de Contas FM	FM	COMUNITÁRIA	Rio de Contas	BA

Rádio RB FM	FM	COMERCIAL	Ruy Barbosa	BA
Rádio Metrópole FM	FM	COMERCIAL	Salvador	BA
Rádio Nova Salvador FM	FM	COMERCIAL	Salvador	BA
Rádio FM Rio Alegre	FM	COMERCIAL	Santa Maria da Vitória	BA
Rádio Andaia FM 104,3	FM	COMERCIAL	Santo Antônio de Jesus	BA
Rádio Paraguaçu FM	FM	COMUNITÁRIA	Santo Estêvão	BA
Rádio Paiaia FM	FM	COMERCIAL	Saúde	BA
Rádio Continental	AM	COMERCIAL	Serrinha	BA
Rádio Simões Filho FM	FM	COMUNITÁRIA	Simões Filho	BA
Rádio Sociedade Cultural FM	FM	COMUNITÁRIA	Tanque Novo	BA
Rádio Sol Leste FM	FM	COMUNITÁRIA	Aquiraz	CE
Som Central (RÁDIO POSTE)	FM	COMERCIAL	Aquiraz	CE
Rádio Canoa FM	FM	COMERCIAL	Aracati	CE
Rádio Assaré FM	FM	COMUNITÁRIA	Assaré	CE
Rádio Maciço AM	AM	COMERCIAL	Baturité	CE
Rádio Liberdade AM	AM	COMERCIAL	Boa Viagem	CE
Rádio Vanguarda AM	AM	COMERCIAL	Caridade	CE
Rádio Cascavel FM	FM	COMUNITÁRIA	Cascavel	CE
Rádio Metropolitana AM	AM	COMERCIAL	Caucaia	CE
Rádio 93 FM	FM	COMERCIAL	Crato	CE
Rádio FM 93 Verdes Mares	FM	COMERCIAL	Fortaleza	CE
Rádio Interativa FM	FM	COMUNITÁRIA	Fortaleza	CE
Rádio Liderança FM	FM	COMERCIAL	Fortaleza	CE
Rádio Som Zoom	FM	COMERCIAL	Fortaleza	CE
Rádio Icó FM	FM	COMUNITÁRIA	Icó	CE
Rádio Regional de Ipu	AM	COMERCIAL	Ipu	CE
Rádio Uirapuru AM 570	AM	COMERCIAL	Itapipoca	CE
Rádio Vale do Salgado AM	AM	COMERCIAL	Lavras da Mangabeira	CE
Rádio Difusora Seara	AM	COMERCIAL	Nova Russas	CE
Rádio FM 103 Educativa	FM	EDUCATIVA	Nova Russas	CE
Rádio Orós FM	FM	COMERCIAL	Orós	CE
Rádio Boa Nova AM	AM	COMERCIAL	Pacajus	CE
Rádio FM Nova Pacatuba	FM	COMUNITÁRIA	Pacatuba	CE
Rádio Mar Azul	FM	COMUNITÁRIA	Paracuru	CE

Rádio Lider FM	FM	COMUNITÁRIA	Paraipaba	CE
Rádio Educativa São Francisco	FM	EDUCATIVA	Pedra Branca	CE
Rádio Educadora do Nordeste	AM	EDUCATIVA	Sobral	CE
Rádio Trici FM	FM	EDUCATIVA	Tauá	CE
Rádio Princesinha Da Serra	FM	COMUNITÁRIA	Uruburetama	CE
Brasília Super Rádio FM	FM	COMERCIAL	Brasília	DF
Mapa da Mídia	AM	COMERCIAL	Brasília	DF
Rádio Antena 1 FM	FM	COMERCIAL	Brasília	DF
Radio Clube FM 98,1	FM	COMUNITÁRIA	Brasília	DF
Radio Comunidade	FM	COMUNITÁRIA	Brasília	DF
Rádio Comunidade	FM	COMUNITÁRIA	Brasília	DF
Rádio Nova Aliança FM	FM	EDUCATIVA	Brasília	DF
Rádio Nova Brasil FM	FM	COMERCIAL	Brasília	DF
Rádio Regional FM	FM	COMUNITÁRIA	Brasília	DF
Rádio Senado FM	FM	EDUCATIVA	Brasília	DF
Rádio Super RBV	AM	EDUCATIVA	Brasília	DF
Utopia FM	FM	COMUNITÁRIA	Brasília	DF
Rádio Transamérica Hits	FM	COMERCIAL	Alfredo Chaves	ES
Rádio 97 FM	FM	COMERCIAL	Anchieta	ES
Rádio Jovem Barra FM	FM	COMERCIAL	Barra de São Francisco	ES
Rádio Cidade FM 103.1	FM	COMERCIAL	Cachoeiro de Itapemirim	ES
Rádio Globo AM	AM	COMERCIAL	Cachoeiro de Itapemirim	ES
Rádio 98 FM	FM	COMERCIAL	Colatina	ES
Rádio Difusora AM	AM	COMERCIAL	Colatina	ES
Rádio Mania FM	FM	COMERCIAL	Ibatiba	ES
Rádio Ínter FM	FM	COMUNITÁRIA	Irupi	ES
Rádio Ativa	FM	COMUNITÁRIA	Jaguaré	ES
Radio Sim 106	FM	EDUCATIVA	Linhares	ES
Rádio Clube Mimoso do Sul FM	FM	COMUNITÁRIA	Mimoso do Sul	ES
Rádio Cidade FM	FM	COMUNITÁRIA	Rio Bananal	ES
Rádio Capixaba AM	AM	COMERCIAL	Vitória	ES
Rádio Espírito Santo	AM	COMERCIAL	Vitória	ES
Rádio Praia do Canto	FM	COMUNITÁRIA	Vitória	ES
Rede Aleluia FM	FM	COMERCIAL	Vitória	ES

Rádio Capivary	FM	COMUNITÁRIA	Adelândia	GO
Rádio Paraíso FM	FM	COMUNITÁRIA	Alto Paraíso de Goiás	GO
Rádio Anicuns FM	FM	COMUNITÁRIA	Anicuns	GO
Rádio Mania FM 87.9	FM	COMUNITÁRIA	Bela Vista de Goiás	GO
Rádio FM Serra Negra	FM	COMUNITÁRIA	Bom Jesus de Goiás	GO
Rádio Canadá	FM	COMERCIAL	Britânia	GO
Rádio Liberdade FM	FM	COMUNITÁRIA	Caiapônia	GO
Rádio Sociedade de Ceres	AM	COMERCIAL	Ceres	GO
Rádio Mega FM	FM	COMUNITÁRIA	Divinópolis de Goiás	GO
Rádio Nativa FM	FM	COMERCIAL	Edéia	GO
Rádio 91 Fm	FM	COMERCIAL	Formosa	GO
Rádio 820 AM	AM	COMERCIAL	Goiânia	GO
Rádio Anhanguera Ondas Tropicais	AM	COMERCIAL	Goiânia	GO
Rádio Terra FM	FM	COMERCIAL	Goiânia	GO
Rádio Goiatuba AM	AM	COMERCIAL	Goiatuba	GO
Radio Jornal AM	AM	COMERCIAL	Inhumas	GO
Rádio Paranaíba AM	AM	COMERCIAL	Itumbiara	GO
Rádio Cidade Jaraguá AM	AM	COMERCIAL	Jaraguá	GO
Rádio Mega AM	AM	COMERCIAL	Luziânia	GO
Rádio FM 2000	FM	COMUNITÁRIA	Mozarlândia	GO
Rádio Antena 1 FM Mateira	FM	COMUNITÁRIA	Paranaiguara	GO
Rádio Paraúna FM	FM	COMUNITÁRIA	Paraúna	GO
Veredas Rádio FM	FM	COMERCIAL	Paraúna	GO
Rádio Corumbá FM	FM	COMERCIAL	Pires do Rio	GO
Rádio 96 FM	FM	COMERCIAL	Rio Verde	GO
Rádio Buriti AM	AM	COMERCIAL	Rio Verde	GO
Rural FM	FM	COMERCIAL	São João d'Aliança	GO
Rádio Vale do Araguaia	FM	COMUNITÁRIA	São Miguel do Araguaia	GO
Rádio Mirante FM	FM	COMERCIAL	Bacabal	MA
Rádio Mirante AM	AM	COMERCIAL	Imperatriz	MA
Rádio Alvorada FM 87,9	FM	COMUNITÁRIA	Itapecuru Mirim	MA
Rádio São Francisco	FM	COMUNITÁRIA	Porto Franco	MA
Rádio Brejão FM	FM	COMUNITÁRIA	São Francisco do Brejão	MA
Rádio Antena FM	FM	COMUNITÁRIA	Águas Vermelhas	MG

Rádio Cultura de Porto Novo AM	AM	COMERCIAL	Além Paraíba	MG
Rádio Transamérica Pop 102 FM	FM	COMERCIAL	Além Paraíba	MG
Rádio Andrelândia FM	FM	COMERCIAL	Andrelândia	MG
Rádio Líder FM	FM	COMUNITÁRIA	Araçuaí	MG
Rádio Cidade	FM	COMERCIAL	Araxá	MG
Radio Rio Verde FM	FM	COMERCIAL	Baependi	MG
Rádio Correio Da Serra AM	AM	COMERCIAL	Barbacena	MG
Rádio Sucesso FM	FM	COMERCIAL	Barbacena	MG
Rádio 107 FM	FM	EDUCATIVA	Belo Horizonte	MG
Rádio América AM	AM	COMERCIAL	Belo Horizonte	MG
Rádio Atalaia	AM	COMERCIAL	Belo Horizonte	MG
Rádio BH FM	FM	COMERCIAL	Belo Horizonte	MG
Rádio Cbn FM	FM	COMERCIAL	Belo Horizonte	MG
Rádio Guarani AM	AM	COMERCIAL	Belo Horizonte	MG
Rádio Inconfidência AM	AM	COMERCIAL	Belo Horizonte	MG
Rádio Itatiaia	AM	COMERCIAL	Belo Horizonte	MG
Alternativa FM	FM	COMUNITÁRIA	Bicas	MG
Rádio Nova Veredas FM	FM	COMUNITÁRIA	Bom Despacho	MG
Rádio Sol FM	FM	COMUNITÁRIA	Botelhos	MG
Rádio Indy 950	AM	COMERCIAL	Bueno Brandão	MG
Rádio Lasafá FM	FM	COMUNITÁRIA	Caeté	MG
Rádio Aranãs FM	FM	COMERCIAL	Capelinha	MG
Rádio Capinópolis AM	AM	COMERCIAL	Capinópolis	MG
Rádio Educativa Santa Luzia FM	FM	EDUCATIVA	Carangola	MG
Rádio Circuito das Águas FM	FM	COMERCIAL	Caxambu	MG
Rádio Vitória FM	FM	COMUNITÁRIA	Contagem	MG
Rádio Cidade de Corinto AM	AM	COMERCIAL	Corinto	MG
Rádio Jovem Pan FM	FM	COMERCIAL	Diamantina	MG
Rádio 94 FM	FM	COMERCIAL	Divinópolis	MG
Rádio Boa Vista FM	FM	COMUNITÁRIA	Divisa Nova	MG
Stereo Dores FM	FM	COMUNITÁRIA	Dores de Campos	MG
Rádio Mundo Melhor	AM	COMERCIAL	Governador Valadares	MG
Rádio Ipanema AM	AM	COMERCIAL	Ipanema	MG
Rádio Antártida FM	FM	COMERCIAL	Itabira	MG

Rádio Cidade	FM	COMUNITÁRIA	Itabirito	MG
Rádio Amiga	FM	EDUCATIVA	Itapeçerica	MG
Rádio Cancela AM	AM	COMERCIAL	Ituiutaba	MG
Rádio Platina AM	AM	COMERCIAL	Ituiutaba	MG
Rádio Estância de Jacutinga	AM	COMERCIAL	Jacutinga	MG
Rádio Avançar	FM	COMUNITÁRIA	João Pinheiro	MG
Rádio Atividade FM	FM	COMERCIAL	Juiz de Fora	MG
Rádio Solar AM	AM	COMERCIAL	Juiz de Fora	MG
Rádio Veredas FM	FM	COMERCIAL	Lagoa da Prata	MG
Rádio Piedade FM	FM	COMUNITÁRIA	Lagoa Formosa	MG
Rádio Princesa AM	AM	COMERCIAL	Lagoa Formosa	MG
Rádio 104.3 FM	FM	COMERCIAL	Leopoldina	MG
Rádio Comunidade FM	FM	COMUNITÁRIA	Monte Carmelo	MG
Rádio Expressão	FM	COMUNITÁRIA	Montes Claros	MG
Rádio Itatiaia FM 100,3	FM	COMERCIAL	Montes Claros	MG
Rádio São Francisco 93,5 FM	FM	COMERCIAL	Montes Claros	MG
Rádio Terra AM	AM	COMERCIAL	Montes Claros	MG
Rádio Muriaé	AM	COMERCIAL	Muriaé	MG
Rádio Nossa FM	FM	EDUCATIVA	Oliveira	MG
Rádio UFOP – FM	FM	EDUCATIVA	Ouro Preto	MG
Rádio Juriti AM	AM	COMERCIAL	Paracatu	MG
Rádio Piumhi FM	FM	COMERCIAL	Piumhi	MG
Rádio Gimirim FM	FM	COMUNITÁRIA	Poço Fundo	MG
Rádio Difusora FM	FM	COMERCIAL	Poços de Caldas	MG
Rádio Super Cultura AM	AM	COMERCIAL	Poços de Caldas	MG
Rádio Pocrane FM	FM	COMUNITÁRIA	Pocrane	MG
Rádio Potência FM	FM	COMERCIAL	Poté	MG
Rádio Transamérica	FM	COMERCIAL	Santa Bárbara	MG
Rádio Regional	FM	COMERCIAL	Santa Maria de Itabira	MG
Rádio São Miguel FM	FM	COMUNITÁRIA	Santos Dumont	MG
Rádio Emboabas FM	FM	COMERCIAL	São João del Rei	MG
Rádio São João Del Rei AM	AM	COMERCIAL	São João del Rei	MG
Rádio Estância AM	AM	COMERCIAL	São Lourenço	MG
Rádio Paraíso AM	AM	COMERCIAL	São Sebastião do Paraíso	MG

Rádio 87 FM	FM	COMUNITÁRIA	São Vicente de Minas	MG
Rádio Santana	FM	COMUNITÁRIA	Sete Lagoas	MG
Rádio Itatiaia Vale Do Aço AM	AM	COMERCIAL	Timóteo	MG
Rádio Tropical AM	AM	COMERCIAL	Três Corações	MG
Rádio Sentinela FM	FM	COMERCIAL	Três Pontas	MG
Rádio Multsom Rádio Ubaense	AM	COMERCIAL	Ubá	MG
Rádio Metropolitana FM	FM	COMUNITÁRIA	Uberaba	MG
Rádio Zebu FM	FM	COMERCIAL	Uberaba	MG
Rádio 98 FM Veredas	FM	COMERCIAL	Unaí	MG
Rádio FM Universitária	FM	EDUCATIVA	Viçosa	MG
Rádio Esperança FM	FM	COMUNITÁRIA	Aral Moreira	MS
Rádio Definitiva FM	FM	COMUNITÁRIA	Bataguassu	MS
Rádio Comunitário FM Lago Azul	FM	COMUNITÁRIA	Bonito	MS
Rádio AM Capital	AM	COMERCIAL	Campo Grande	MS
Rádio Cidade 97 FM	FM	COMERCIAL	Campo Grande	MS
Rádio Central FM	FM	COMERCIAL	Cassilândia	MS
Rádio Comunitária FM Pantanal 87,9	FM	COMUNITÁRIA	Corumbá	MS
Rádio Band FM	FM	COMERCIAL	Coxim	MS
Rádio Dinâmica FM	FM	COMUNITÁRIA	Glória de Dourados	MS
Rádio Coração FM	FM	COMERCIAL	Itaporã	MS
Rádio Vale Azul	FM	COMUNITÁRIA	Itaquiraí	MS
Rádio Piraveve AM	AM	COMERCIAL	Ivinhema	MS
Rádio Pantanal FM	FM	COMERCIAL	Mundo Novo	MS
Rádio Karandá FM	FM	COMERCIAL	Naviraí	MS
Rádio 90 Fm	FM	COMERCIAL	Ribas do Rio Pardo	MS
Rádio Difusora Rio Brilhante	AM	COMERCIAL	Rio Brilhante	MS
Rádio Campo Alegre AM	AM	COMERCIAL	Rio Verde de Mato Grosso	MS
Rádio Difusora Nortestado AM	AM	COMERCIAL	São Gabriel do Oeste	MS
Rádio Pindorama AM	AM	COMERCIAL	Sidrolândia	MS
Rádio Caçula AM	AM	COMERCIAL	Três Lagoas	MS
Rádio A Boa Interativa FM 99.7	FM	COMERCIAL	Água Boa	MT
Rádio Nascente FM	FM	COMUNITÁRIA	Alto Taquari	MT
Rádio Comunitária A Voz do Pantanal	FM	COMUNITÁRIA	Barão de Melgaço	MT
Rádio Amazonia FM	FM	COMUNITÁRIA	Brasnorte	MT

Rádio Nativa	FM	COMUNITÁRIA	Cláudia	MT
Rádio Educadora AM	AM	COMERCIAL	Colíder	MT
Rádio Educativa Nazareno	FM	EDUCATIVA	Cuiabá	MT
Radio Nova FM	FM	COMERCIAL	Diamantino	MT
Rádio Parecis AM	AM	COMERCIAL	Diamantino	MT
Rádio Cidade 87,9	FM	COMUNITÁRIA	Marcelândia	MT
Rádio Araguaia FM	FM	COMUNITÁRIA	Nova Guarita	MT
Rádio Alvorada	FM	COMERCIAL	Nova Mutum	MT
Rádio Nova Ubiratã FM	FM	COMUNITÁRIA	Nova Ubiratã	MT
Rádio Nova Xavantina FM	AM	COMERCIAL	Nova Xavantina	MT
Rádio Educativa FM	FM	COMUNITÁRIA	Paranatinga	MT
Rádio Atual AM	AM	COMERCIAL	Peixoto de Azevedo	MT
Rádio Clube de Rondonópolis	AM	COMERCIAL	Rondonópolis	MT
Rádio Educativa Shalom FM	FM	EDUCATIVA	Rondonópolis	MT
Rádio Tropical 105 FM	FM	COMERCIAL	Rondonópolis	MT
Rádio Nova Cidade FM	FM	COMUNITÁRIA	Sapezal	MT
Rádio Meridional FM	FM	COMERCIAL	Sinop	MT
Rádio Alvorada FM	FM	COMUNITÁRIA	Abel Figueiredo	PA
Rádio Nova FM	FM	COMUNITÁRIA	Almeirim	PA
Rádio Cultura FM	FM	EDUCATIVA	Belém	PA
Rádio Liberal AM	AM	COMERCIAL	Belém	PA
Rádio Liberal FM	FM	COMERCIAL	Belém	PA
Rádio Comunitária Aldeia FM	FM	COMUNITÁRIA	Cametá	PA
Rádio Clube de Marabá AM	AM	COMERCIAL	Marabá	PA
Rádio União Comunitária	FM	COMUNITÁRIA	Rurópolis	PA
Rádio Consciência Rural de Marajó FM	FM	COMUNITÁRIA	São Sebastião da Boa Vista	PA
Rádio Comunitária União	FM	COMUNITÁRIA	Xinguara	PA
Rádio Alagoinha FM	FM	COMUNITÁRIA	Alagoinha	PB
Rádio Campina Grande FM	FM	COMERCIAL	Campina Grande	PB
Rádio Coremas FM	FM	COMUNITÁRIA	Coremas	PB
Entre Rios FM	FM	COMUNITÁRIA	Desterro	PB
Rádio 103	FM	COMERCIAL	João Pessoa	PB
Rádio Sanhaua AM	AM	COMERCIAL	João Pessoa	PB
Rádio Tambaú FM	FM	COMERCIAL	João Pessoa	PB

Rádio Radical FM	FM	COMUNITÁRIA	Juripiranga	PB
Rádio Espinharas AM	AM	COMERCIAL	Patos	PB
Rádio Sertão AM	AM	COMERCIAL	Patos	PB
Rádio Cidade FM de Piancó	FM	COMERCIAL	Piancó	PB
Rádio Cenecista AM	AM	COMERCIAL	Picuí	PB
Rádio Sisal FM	FM	COMUNITÁRIA	Picuí	PB
Rádio Comunitária Opção FM	FM	COMUNITÁRIA	Pombal	PB
Rádio Sapé FM	FM	COMUNITÁRIA	Sapé	PB
Rádio Pajeu AM	AM	COMERCIAL	Afogados da Ingazeira	PE
Rádio Papacaça AM	AM	COMERCIAL	Bom Conselho	PE
Rádio Voz do Agreste FM	FM	COMERCIAL	Cupira	PE
Rádio Objetiva FM	FM	COMUNITÁRIA	Exu	PE
Rádio Sete Colinas FM	FM	COMERCIAL	Garanhuns	PE
Rádio Olinda AM	AM	COMERCIAL	Olinda	PE
Rádio Tamandaré	AM	COMERCIAL	Olinda	PE
Rádio Grande Rio AM	AM	COMERCIAL	Petrolina	PE
Rádio Jovem Cap AM	AM	EDUCATIVA	Recife	PE
Rádio Recife 96 FM	FM	COMERCIAL	Recife	PE
Rádio Santana FM	FM	COMUNITÁRIA	Ribeirão	PE
Rádio Cultura Novo Tempo FM	FM	COMUNITÁRIA	Santa Cruz	PE
Rádio A Voz do Sertão AM	AM	COMERCIAL	Serra Talhada	PE
Rádio Comunitária Atividade	FM	COMUNITÁRIA	Sirinhaém	PE
Rádio Pop FM	FM	COMUNITÁRIA	Surubim	PE
Rádio Surubim AM	AM	COMERCIAL	Surubim	PE
Rádio Timbaúba FM	FM	COMERCIAL	Timbaúba	PE
Verdejante FM	FM	COMUNITÁRIA	Verdejante	PE
Rádio Vivência FM	FM	COMUNITÁRIA	Vicência	PE
Rádio Val Paraíso FM	FM	COMUNITÁRIA	Antônio Almeida	PI
Rádio Clube AM	AM	COMERCIAL	Barras	PI
Rádio Boa Nova FM	FM	COMUNITÁRIA	Buriti dos Lopes	PI
Rádio Livramento	AM	COMERCIAL	José de Freitas	PI
Rádio Cidade Imperial FM	FM	COMERCIAL	Pedro II	PI
Rádio Cruzeiro AM	AM	COMERCIAL	Pedro II	PI
Rádio Redenção FM	FM	COMUNITÁRIA	Redenção do Gurguéia	PI

Rádio Horizonte FM	FM	EDUCATIVA	Valença do Piauí	PI
Rádio Rainha do Oeste	AM	COMERCIAL	Altônia	PR
Rádio Cultura AM	AM	COMERCIAL	Apucarana	PR
Rádio Transamérica Norte FM	FM	COMERCIAL	Arapongas	PR
Rádio Popular de Arapoti	AM	COMERCIAL	Arapoti	PR
Rádio Iguaçu AM	AM	COMERCIAL	Araucária	PR
Rádio Jornal AM	AM	COMERCIAL	Assis Chateaubriand	PR
Rádio Pitiguara FM	FM	COMERCIAL	Assis Chateaubriand	PR
Rádio Cafelândia FM	FM	COMUNITÁRIA	Cafelândia	PR
Rádio Jovem Pan AM	AM	COMERCIAL	Cambé	PR
Rádio Onda Livre	FM	COMUNITÁRIA	Campo Largo	PR
Rádio Rural AM	AM	COMERCIAL	Campo Mourão	PR
Rádio Havaí AM	AM	COMERCIAL	Capitão Leônidas Marques	PR
Rádio Oeste Capital AM	AM	COMERCIAL	Cascavel	PR
Rádio Verdes Campos FM	FM	COMERCIAL	Cascavel	PR
Rádio Pioneira FM	FM	COMUNITÁRIA	Catanduvas	PR
Rádio Chopinzinho AM	AM	COMERCIAL	Chopinzinho	PR
Rádio Porta Voz AM	AM	COMERCIAL	Cianorte	PR
Rádio Progresso AM	AM	COMERCIAL	Clevelândia	PR
Rádio Integração AM	AM	COMERCIAL	Corbélia	PR
Rádio Vicente Pallotti AM	AM	COMERCIAL	Coronel Vivida	PR
Rádio Banda B AM	AM	COMERCIAL	Curitiba	PR
Rádio BandNews FM Curitiba	FM	COMERCIAL	Curitiba	PR
Rádio Educativa AM	AM	COMERCIAL	Curitiba	PR
Rádio Cidade Alta FM	FM	COMUNITÁRIA	Diamante d'Oeste	PR
Rádio Alegria	FM	COMUNITÁRIA	Flor da Serra do Sul	PR
Florestópolis Fm	FM	COMUNITÁRIA	Florestópolis	PR
Rádio Pioneira AM	AM	COMERCIAL	Formosa do Oeste	PR
Rádio Movimento (Rádio Web)	FM	COMERCIAL	Foz do Iguaçu	PR
Rádio AnaWin	FM	COMUNITÁRIA	Francisco Beltrão	PR
Rádio Guaíra AM	AM	COMERCIAL	Guaíra	PR
Rádio Difusora Guarapuava AM	AM	COMERCIAL	Guarapuava	PR
Rádio Jaguar FM	FM	COMUNITÁRIA	Jaguapitã	PR
Rádio Vale Verde FM	FM	COMERCIAL	Jesuítas	PR

Rádio Legendária AM	AM	COMERCIAL	Lapa	PR
Rádio Lobato FM	FM	COMUNITÁRIA	Lobato	PR
Rádio Brasil Sul AM	AM	COMERCIAL	Londrina	PR
Rádio Londrina AM	AM	COMERCIAL	Londrina	PR
Rádio Paiquerê AM	AM	COMERCIAL	Londrina	PR
Rádio Paiquerê FM	FM	COMERCIAL	Londrina	PR
Rádio Rural FM	FM	COMUNITÁRIA	Marialva	PR
Rádio Canal 8 FM	FM	COMUNITÁRIA	Mariópolis	PR
Rádio Cristal AM	AM	COMERCIAL	Marmeleiro	PR
Rádio Tâmara FM	FM	COMUNITÁRIA	Nova Esperança	PR
Rádio Guaribas FM	FM	COMUNITÁRIA	Palmas	PR
Rádio Horizonte AM	AM	COMERCIAL	Palmas	PR
Rádio Difusora de Paranaguá AM	AM	COMERCIAL	Paranaguá	PR
Rádio Litoral Sul FM	FM	COMERCIAL	Paranaguá	PR
Rádio Cultura Norte de Paranavaí AM	AM	COMERCIAL	Paranavaí	PR
Rádio Brotas AM	AM	COMERCIAL	Piraí do Sul	PR
Rádio Protense	AM	COMERCIAL	Porecatu	PR
Rádio Menina FM	FM	COMERCIAL	Pranchita	PR
Rádio Esperança AM	AM	COMERCIAL	Prudentópolis	PR
Rádio Alvorada Do Sul AM	AM	COMERCIAL	Rebouças	PR
Rádio Independência AM	AM	COMERCIAL	Salto do Lontra	PR
Rádio Castelo FM	FM	COMUNITÁRIA	Santa Cruz de Monte Castelo	PR
Rádio Grande Lago	AM	COMERCIAL	Santa Helena	PR
Rádio Difusora Platinense AM	AM	COMERCIAL	Santo Antônio da Platina	PR
Rádio Vale Do Sol FM	FM	COMERCIAL	Santo Antônio da Platina	PR
Rádio São João AM	AM	COMERCIAL	São João	PR
Rádio Mais AM	AM	COMERCIAL	São José dos Pinhais	PR
Rádio Jornal São Miguel AM	AM	COMERCIAL	São Miguel do Iguaçu	PR
Rádio Tamarana FM	FM	COMUNITÁRIA	Tamarana	PR
Rádio Capital do Papel AM	FM	COMERCIAL	Telêmaco Borba	PR
Rádio Comunitária de Terra Boa	FM	COMUNITÁRIA	Terra Boa	PR
Rádio Guairacá AM	AM	COMERCIAL	Terra Rica	PR
Rádio Guaçu AM	AM	COMERCIAL	Toledo	PR
Rádio Mundial FM	FM	COMERCIAL	Toledo	PR

Rádio Clube de Ubitatã AM	AM	COMERCIAL	Ubitatã	PR
Rádio Aline FM	FM	COMERCIAL	Umarama	PR
Rádio Costa do Sol	AM	COMERCIAL	Araruama	RJ
Rádio Bom Jesus AM	AM	COMERCIAL	Bom Jesus do Itabapoana	RJ
Rádio Litoral FM	FM	COMERCIAL	Cabo Frio	RJ
Rádio Continental AM	AM	COMERCIAL	Campos dos Goytacazes	RJ
Rádio Jornal Itaboraí	AM	COMERCIAL	Itaboraí	RJ
Rádio Onda Cultural FM	FM	COMUNITÁRIA	Itaguaí	RJ
Rádio 103.3 FM	FM	COMERCIAL	Itaperuna	RJ
Rádio Na Onda FM	FM	COMUNITÁRIA	Magé	RJ
Rádio Fluminense AM	FM	COMERCIAL	Niterói	RJ
Rádio Imperial AM	AM	COMERCIAL	Petrópolis	RJ
Rádio Tribuna FM	FM	COMERCIAL	Petrópolis	RJ
Rádio Catedral	FM	EDUCATIVA	Rio de Janeiro	RJ
Rádio CBN AM	AM	COMERCIAL	Rio de Janeiro	RJ
Rádio MPB FM	FM	COMERCIAL	Rio de Janeiro	RJ
Rádio Rio de Janeiro AM	AM	COMERCIAL	Rio de Janeiro	RJ
Rádio Feliz AM	AM	COMERCIAL	Santo Antônio de Pádua	RJ
Rádio Aliança	FM	COMUNITÁRIA	São Gonçalo	RJ
Rádio Geração 2000 AM	AM	COMERCIAL	Teresópolis	RJ
Rádio Antena Jovem FM	FM	COMUNITÁRIA	Trajano de Moraes	RJ
Rádio Três Rios AM	AM	COMERCIAL	Três Rios	RJ
Rádio 88.3 FM	FM	COMERCIAL	Volta Redonda	RJ
Rádio Princesa do Vale AM	AM	COMERCIAL	Açu	RN
Rádio Independência FM	FM	COMUNITÁRIA	Augusto Severo	RN
Rádio Seridó AM	AM	COMERCIAL	Caicó	RN
Rádio Salinas AM	AM	COMERCIAL	Macau	RN
Rádio Abolição FM	FM	COMERCIAL	Mossoró	RN
Rádio Cidadão	FM	EDUCATIVA	Mossoró	RN
Rádio FM Santa Clara	FM	EDUCATIVA	Mossoró	RN
Rádio Libertadora AM	AM	COMERCIAL	Mossoró	RN
Rádio Resistência FM	FM	COMERCIAL	Mossoró	RN
Rádio Nordeste Evangelica	AM	COMERCIAL	Natal	RN
Rádio FM Cidade	FM	COMUNITÁRIA	Pendências	RN

Rádio Comunitária Santa Rita	FM	COMUNITÁRIA	Santa Cruz	RN
Rádio Farol	AM	COMERCIAL	Touros	RN
Rádio 104	FM	COMUNITÁRIA	Alta Floresta d'Oeste	RO
Rádio Clube Cidade FM 92.3	FM	COMERCIAL	Ariquemes	RO
Rádio Comunitária Cultura FM	FM	COMUNITÁRIA	Cabixi	RO
Rádio Cristal FM	FM	COMUNITÁRIA	Corumbiara	RO
Rádio Clube Cidade FM	FM	COMERCIAL	Ji-Paraná	RO
Rádio Transamazônica FM	FM	COMUNITÁRIA	Porto Velho	RO
Rádio Getsemani	FM	COMUNITÁRIA	Rolim de Moura	RO
Rádio Rolim FM	FM	COMUNITÁRIA	Rolim de Moura	RO
Rádio Rondônia FM	FM	COMERCIAL	Rolim de Moura	RO
Rádio Verdes Matas	FM	COMUNITÁRIA	São Miguel do Guaporé	RO
Rádio FM Monte Roraima	FM	EDUCATIVA	Boa Vista	RR
Transamérica Pop Boa Vista	FM	COMERCIAL	Boa Vista	RR
Rádio Transamérica Hits	FM	COMERCIAL	Caracaraí	RR
Rádio Aratiba AM	AM	COMERCIAL	Aratiba	RS
Rádio Delta FM	FM	COMERCIAL	Bagé	RS
Rádio 87.9 FM	FM	COMUNITÁRIA	Barra do Ribeiro	RS
Rádio Cachoeira AM	AM	COMERCIAL	Cachoeira do Sul	RS
Rádio Milênio FM	FM	COMUNITÁRIA	Camaquã	RS
Rádio Ativa FM	FM	COMERCIAL	Campina das Missões	RS
Rádio Estampa Gaúcha (Rádio Web)	FM	COMERCIAL	Canela	RS
Rádio Kerb FM	FM	COMUNITÁRIA	Canguçu	RS
Rádio Estação FM	FM	COMERCIAL	Carlos Barbosa	RS
Rádio Viva FM	FM	COMERCIAL	Caxias do Sul	RS
Rádio Constantina FM	FM	COMUNITÁRIA	Constantina	RS
Rádio Encanto AM	AM	COMERCIAL	Encantado	RS
Rádio Encanto FM	FM	COMERCIAL	Encantado	RS
Rádio Alto Taquari AM	AM	COMERCIAL	Estrela	RS
Rádio Miriam AM	AM	COMERCIAL	Farroupilha	RS
Rádio Vale Feliz FM	FM	COMERCIAL	Feliz	RS
Rádio Flores	FM	COMUNITÁRIA	Flores da Cunha	RS
Rádio Guamirim	FM	COMUNITÁRIA	Fontoura Xavier	RS
Rádio Gaurama	AM	COMERCIAL	Gaurama	RS

Rádio Independente AM	AM	COMERCIAL	Lajeado	RS
Rádio Salette	AM	COMERCIAL	Marcelino Ramos	RS
Rádio Ceres AM	AM	COMERCIAL	Não-Me-Toque	RS
Rádio Nova Esperança FM	FM	COMUNITÁRIA	Nova Esperança do Sul	RS
Rádio Nwpan FM	FM	COMUNITÁRIA	Panambi	RS
Rádio Sorriso FM	FM	COMERCIAL	Panambi	RS
Rádio Diário Da Manhã AM	AM	COMERCIAL	Passo Fundo	RS
Rádio Uirapurú AM	AM	COMERCIAL	Passo Fundo	RS
Rádio Pelotense AM	AM	COMERCIAL	Pelotas	RS
Rádio Aliança FM	FM	EDUCATIVA	Porto Alegre	RS
Rádio Esperança	AM	COMERCIAL	Porto Alegre	RS
Rádio Gaúcha	AM	COMERCIAL	Porto Alegre	RS
Rádio Universidade AM	AM	EDUCATIVA	Porto Alegre	RS
Rádio Navegantes	AM	COMERCIAL	Porto Lucena	RS
Rádio Oceano 97 FM	FM	COMERCIAL	Rio Grande	RS
Rádio Rio Pardo AM	AM	COMERCIAL	Rio Pardo	RS
Rádio Sobrado FM	FM	COMERCIAL	Santa Bárbara do Sul	RS
Rádio Atlantida FM	FM	COMERCIAL	Santa Cruz do Sul	RS
Rádio Gazeta AM	AM	COMERCIAL	Santa Cruz do Sul	RS
Rádio Medianeira AM	AM	COMERCIAL	Santa Maria	RS
Rádio Liderson FM	FM	COMERCIAL	Santa Rosa	RS
Rádio Santiago AM	AM	COMERCIAL	Santiago	RS
Rádio Comunitária FM 107,9	FM	COMUNITÁRIA	Santo Antônio da Patrulha	RS
Rádio São Jerônimo AM	AM	COMERCIAL	São Jerônimo	RS
Rádio Poatã AM	AM	COMERCIAL	São José do Ouro	RS
Rádio Alegria FM	FM	COMERCIAL	São Leopoldo	RS
Rádio Sarandi AM	AM	COMERCIAL	Sarandi	RS
Rádio Seberi AM	AM	COMERCIAL	Seberi	RS
Rádio Odisséia FM	FM	COMERCIAL	Serafina Corrêa	RS
Rádio Rosário AM	AM	COMERCIAL	Serafina Corrêa	RS
Rádio Tapejara AM	AM	COMERCIAL	Tapejara	RS
Rádio Açoriana AM	AM	COMERCIAL	Taquari	RS
Rádio Taruma FM	FM	COMERCIAL	Tavares	RS
Rádio Maristela AM	AM	COMERCIAL	Torres	RS

Rádio Olinda FM	FM	COMERCIAL	Tucunduva	RS
Rádio Comunitária Raul Bopp	FM	COMUNITÁRIA	Tupanciretã	RS
Rádio Mauá	FM	COMERCIAL	Tuparendi	RS
Rádio Fátima AM	AM	COMERCIAL	Vacaria	RS
Rádio Veranense AM	AM	COMERCIAL	Veranópolis	RS
Nascente do Sol	FM	COMUNITÁRIA	Alfredo Wagner	SC
Rádio Transamérica FM	FM	COMERCIAL	Balneário Camboriú	SC
Rádio Biguaçu FM	FM	COMUNITÁRIA	Biguaçu	SC
Rádio Antena 1	FM	COMERCIAL	Blumenau	SC
Rádio Nereu Ramos AM	AM	COMERCIAL	Blumenau	SC
Rádio Verde Vale AM	AM	COMERCIAL	Braço do Norte	SC
Rádio Araguaia AM	AM	COMERCIAL	Brusque	SC
Rádio Diplomata FM	FM	COMERCIAL	Brusque	SC
Radio 98 FM	FM	EDUCATIVA	Canoinhas	SC
Rádio Super Conda	AM	COMERCIAL	Chapecó	SC
Rádio Aliança AM	AM	COMERCIAL	Concórdia	SC
Rádio Voz Serrana FM	FM	COMUNITÁRIA	Correia Pinto	SC
Rádio Amizade Fm	FM	COMERCIAL	Corupá	SC
Rádio 105 Fm	FM	COMERCIAL	Criciúma	SC
Rádio Hulha Negra	AM	COMERCIAL	Criciúma	SC
Rádio Transamérica FM	FM	COMERCIAL	Criciúma	SC
Rádio Iracema AM	AM	COMERCIAL	Cunha Porã	SC
Rádio Alternativa FM	FM	COMERCIAL	Faxinal dos Guedes	SC
Rádio Guarujá AM	AM	COMERCIAL	Florianópolis	SC
Rádio Novo Tempo FM	FM	COMERCIAL	Florianópolis	SC
Rádio Fraiburgo AM	AM	COMERCIAL	Fraiburgo	SC
Rádio Líder Do Vale AM	AM	COMERCIAL	Herval d'Oeste	SC
Rádio itapiranga	AM	COMERCIAL	Itapiranga	SC
Rádio Sintonia AM	AM	COMERCIAL	Ituporanga	SC
Rádio Brasil Novo AM	AM	COMERCIAL	Jaraguá do Sul	SC
Rádio Jaraguá AM	AM	COMERCIAL	Jaraguá do Sul	SC
Rádio Globo de Joinville	AM	COMERCIAL	Joinville	SC
Rádio Guarujá de Orleans AM	AM	COMERCIAL	Orleans	SC
Rádio Luz E Vida FM	FM	COMERCIAL	Orleans	SC

Rádio Entre Rios AM	AM	COMERCIAL	Palmitos	SC
Rádio Centro Oeste AM	AM	COMERCIAL	Pinhalzinho	SC
Rádio Mega Hits	FM	EDUCATIVA	Porto Belo	SC
Liberdade FM	FM	COMUNITÁRIA	São Bento do Sul	SC
Rádio Doze de Maio AM	AM	COMERCIAL	São Lourenço do Oeste	SC
Rádio top 104	FM	COMERCIAL	São Miguel do Oeste	SC
Radio 94 FM	AM	COMERCIAL	Seara	SC
Rádio Comunitária Legal de Sombrio	FM	COMUNITÁRIA	Sombrio	SC
Rádio Tabajara AM	AM	COMERCIAL	Tubarão	SC
Super Rádio Tubarão AM	AM	EDUCATIVA	Tubarão	SC
Rádio Imigrantes AM	AM	COMERCIAL	Turvo	SC
Rádio Caçanjurê AM	AM	COMERCIAL	Videira	SC
Radio Videira AM	AM	COMERCIAL	Videira	SC
Rádio Vitória AM	AM	COMERCIAL	Videira	SC
Rádio Super Difusora	AM	COMERCIAL	Xanxerê	SC
Rádio Vanguarda FM	FM	COMERCIAL	Xaxim	SC
Rádio Atalaia AM	AM	COMERCIAL	Aracaju	SE
Rádio Elite X-Treme (Web Rádio)	FM	COMERCIAL	Aracaju	SE
Rádio Ilha FM	FM	COMERCIAL	Propriá	SE
Rádio Autêntica FM	FM	COMUNITÁRIA	Águas de Lindóia	SP
Rádio Azul Celeste	AM	COMERCIAL	Americana	SP
Rádio Cidade das Águas	FM	COMERCIAL	Amparo	SP
Rádio Clube FM	FM	COMERCIAL	Araçatuba	SP
Rádio Jornal de São Paulo FM	FM	COMERCIAL	Araraquara	SP
Rádio FM Tropical	FM	COMERCIAL	Araras	SP
Rádio Fraternidade AM	AM	COMERCIAL	Araras	SP
Rádio Gospel FM de Araras	FM	COMERCIAL	Araras	SP
Rádio Atibaia AM	AM	COMERCIAL	Atibaia	SP
Rádio Cidadania FM	FM	COMUNITÁRIA	Avaré	SP
Rádio Novo Som 89 FM	FM	COMERCIAL	Barra Bonita	SP
Rádio Cidade FM	FM	COMERCIAL	Bastos	SP
Rádio ABC FM	FM	COMUNITÁRIA	Batatais	SP
Rádio Jornal Cidade	FM	COMERCIAL	Bauru	SP
Rádio Iguatemi FM	FM	COMERCIAL	Bebedouro	SP

Rádio Nova Birigui FM	FM	COMUNITÁRIA	Birigui	SP
Rádio Canção e Mensagem	FM	COMUNITÁRIA	Boa Esperança do Sul	SP
Cultura FM	FM	COMUNITÁRIA	Borborema	SP
Rádio Educativa de Campinas	FM	EDUCATIVA	Campinas	SP
Rádio Globo Campinas	AM	COMERCIAL	Campinas	SP
Rádio Jequitiba AM	AM	COMERCIAL	Campinas	SP
Rádio Morena FM	FM	COMERCIAL	Campinas	SP
Rádio Integração FM	FM	COMERCIAL	Cândido Mota	SP
Rádio Jovem Pan	FM	COMERCIAL	Capão Bonito	SP
Rádio FM Raizes	FM	COMERCIAL	Capivari	SP
Rádio Alvorada AM	AM	COMERCIAL	Cardoso	SP
Rádio Castilho	FM	COMUNITÁRIA	Castilho	SP
Rádio Pérolas FM	FM	COMUNITÁRIA	Conchas	SP
Rádio 104 FM	FM	COMERCIAL	Cordeirópolis	SP
Rádio Serrana	FM	COMUNITÁRIA	Cunha	SP
Rádio Criativa FM	FM	COMUNITÁRIA	Elias Fausto	SP
Rádio A Voz do Vale FM	FM	COMERCIAL	Fartura	SP
Rádio Jornal FM Fernandópolis	FM	COMERCIAL	Fernandópolis	SP
Rádio Sefe FM	FM	COMUNITÁRIA	Guaira	SP
Rádio Alternativa	FM	COMUNITÁRIA	Guapiara	SP
Rádio Difusora de Guararapes	AM	COMERCIAL	Guararapes	SP
Rádio Boa Nova	AM	COMERCIAL	Guarulhos	SP
Rádio Astral FM 87.9	FM	COMUNITÁRIA	Ilha Comprida	SP
Rádio Yper FM	FM	COMUNITÁRIA	Iperó	SP
Rádio FM 107	FM	EDUCATIVA	Itápolis	SP
Rádio Total FM	FM	COMUNITÁRIA	Itaquaquetuba	SP
Rádio Clube de Itararé	AM	COMERCIAL	Itararé	SP
Rádio Crm AM - Central de Rádio E Notícias	AM	COMERCIAL	Itatiba	SP
Rádio Vida Nova AM	AM	COMERCIAL	Jaboticabal	SP
Rádio Band	FM	COMERCIAL	Jacupiranga	SP
Rádio Estrela FM	FM	EDUCATIVA	Jaguariúna	SP
Rádio Antena 102	FM	COMERCIAL	Jales	SP
Rádio Assunção AM	AM	COMERCIAL	Jales	SP
Rádio Cultura	AM	COMERCIAL	Jales	SP

Mundial FM	FM	COMERCIAL	Jundiaí	SP
Rádio Cidade AM	AM	COMERCIAL	Jundiaí	SP
Dynâmica FM	FM	COMUNITÁRIA	Laranjal Paulista	SP
Rádio Lavínia FM 104.9	FM	COMUNITÁRIA	Lavínia	SP
Rádio Cultura 91 FM	FM	COMERCIAL	Leme	SP
Rádio Regência FM	FM	COMERCIAL	Lins	SP
Rádio Karisma FM	FM	COMUNITÁRIA	Maracaí	SP
Rádio Esperança e Vida	FM	COMUNITÁRIA	Mococa	SP
Rádio Objetiva Sat	FM	COMERCIAL	Mococa	SP
Rádio Transcontinental	FM	COMERCIAL	Moji das Cruzes	SP
Rádio Digital FM	FM	COMUNITÁRIA	Monte Castelo	SP
Rádio Prima FM	FM	COMUNITÁRIA	Monte Mor	SP
Rádio República AM	AM	COMERCIAL	Morro Agudo	SP
Rádio Novo Tempo	AM	COMERCIAL	Nova Odessa	SP
Orlândia Rádio Clube	AM	COMERCIAL	Orlândia	SP
Frequência Móvel (Web Rádio)	FM	COMERCIAL	Osasco	SP
Rádio Nova Difusora	AM	COMERCIAL	Osasco	SP
Rádio Melodia FM	FM	EDUCATIVA	Ourinhos	SP
Panomara FM	FM	COMUNITÁRIA	Panorama	SP
Rádio Comunitária Paixão	FM	COMUNITÁRIA	Pardinho	SP
Rádio Transamérica 107	FM	COMERCIAL	Patrocínio Paulista	SP
Rede Difusora AM	AM	COMERCIAL	Pindamonhangaba	SP
Rádio Kerigua FM	FM	COMUNITÁRIA	Pirassununga	SP
Rádio Vale do Rio Paraná AM	AM	COMERCIAL	Presidente Epitácio	SP
Rádio Paulista AM	AM	COMERCIAL	Presidente Prudente	SP
Rádio Prudente AM	AM	COMERCIAL	Presidente Prudente	SP
Rádio Venceslau AM	AM	COMERCIAL	Presidente Venceslau	SP
Rádio Caminho do Sol FM	FM	COMUNITÁRIA	Queluz	SP
Rádio Amiga FM	FM	COMUNITÁRIA	Registro	SP
Rádio Nova Regional AM	AM	COMERCIAL	Registro	SP
Rádio Pérola da Serra	FM	COMUNITÁRIA	Ribeirão Pires	SP
Rádio Claretiana FM	FM	EDUCATIVA	Rio Claro	SP
Rádio Pioneira FM 90	FM	COMERCIAL	Salto	SP
Rádio Vale do Tietê AM	AM	COMERCIAL	Salto	SP

Rádio Brasil	AM	COMERCIAL	Santa Bárbara d'Oeste	SP
Rádio Luzes Da Ribalta	AM	COMERCIAL	Santa Bárbara d'Oeste	SP
Radio Singão FM	FM	COMUNITÁRIA	Santa Isabel	SP
Rádio ABC AM	AM	COMERCIAL	Santo André	SP
Rádio Jovem Sertaneja 104,9	FM	COMERCIAL	Santo Antônio de Posse	SP
FM Jardim	FM	COMUNITÁRIA	Santo Antônio do Jardim	SP
Rádio Classic Pan	FM	COMERCIAL	Santos	SP
Rádio Jovem Pan	FM	COMERCIAL	Santos	SP
Rádio São Joaquim	AM	COMERCIAL	São Joaquim da Barra	SP
Rádio Notícia	FM	COMERCIAL	São José do Rio Pardo	SP
Rádio Novo Tempo AM	AM	COMERCIAL	São José do Rio Preto	SP
Sociedade Rádio Clube	FM	COMERCIAL	São José dos Campos	SP
Rádio Nova AM	AM	COMERCIAL	São Manuel	SP
Rádio 9 de Julho	AM	COMERCIAL	São Paulo	SP
Rádio Capital AM	AM	COMERCIAL	São Paulo	SP
Rádio Escola Horizonte FM	FM	EDUCATIVA	São Paulo	SP
Rádio Globo	AM	COMERCIAL	São Paulo	SP
Rádio Imprensa FM	FM	COMERCIAL	São Paulo	SP
Rádio Jovem Pan li	AM	COMERCIAL	São Paulo	SP
Rádio Morada Do Sol AM	AM	COMERCIAL	São Paulo	SP
Rede Aleluia	FM	COMERCIAL	São Paulo	SP
Rádio Onda Verde FM	FM	COMUNITÁRIA	Serra Negra	SP
Rádio Serra Negra AM	AM	COMERCIAL	Serra Negra	SP
Rádio Jornal Cruzeiro do Sul FM	FM	COMERCIAL	Sorocaba	SP
Rádio Vanguarda	FM	COMERCIAL	Sorocaba	SP
Rádio Nova Sumaré	AM	COMERCIAL	Sumaré	SP
Rádio Centenário FM	FM	COMUNITÁRIA	Tabatinga	SP
Rádio Clube de Tupã	AM	COMERCIAL	Tupã	SP
Rádio Tropical FM	FM	COMUNITÁRIA	Babaçulândia	TO