

Essa foi pra tocar no rádio

Carmen Lucia José*

Resumo

O tema de deste trabalho refere-se ao que é denominada *programação musical*, uma das formatações da radiofonia; depois de diagramada em seu padrão, no sistema analógico, foi também inserida numa outra tecnologia, o computador, e num outro sistema, a internet, recebendo várias denominações: WebRadio, Radioweb ou NetRadio. O objetivo é verificar o processo dialógico entre ambos os sistemas, quando se encontram em fronteira.

No rádio analógico, do atrelamento dos meios de comunicação de massa à indústria cultural decorre, de modo geral, a seleção sonoro-musical muito voltada em função só do consumo de “sucessos” rápidos e descartáveis, facilmente substituído um pelo mesmo.

Diferentemente, na radioweb, é possível interferir nessa constante ao optar por outros nomes, títulos e gêneros musicais; ao desviar de certa rigidez e exclusividade de uma única fonte produtora de música, como acontece com a imposição da música norte-americana no mercado brasileiro; ao selecionar o “lado B” do *playlist* das emissoras analógicas comerciais e o elenco musical desprezado pelas mídias comerciais que lidam só com o sucesso, porque a radioweb disponibiliza a programação ao amplo tempo/espço da navegação e ainda não está determinada pelos números da audiência.

Palavras-chave

Rádio analógico - Radioweb - programação musical

Abstract

The theme of this work refers to what is called “music programming”, which is one of the radiophonic formats. Besides its patterns being formatted from the analog system, a new technology is added to it via the computer and the Internet and receives new forms such as WebRadio, RadioWeb or NetRadio. The objective here is to verify the dialog between both systems when they occur. In analog radio, the mass media communication interaction with the cultural industry happens in a way that music selection is focused on hits that are just fads and are constantly replaced by others. On the other hand, with radioweb not only is it possible to select different types of music, avoid a strict and exclusive source of music, like the imposition of American music available in the Brazilian market but also select the side B playlist of commercial analog stations and enjoy a music selection that is ignored by the stations that only deal with fads. Furthermore, the radioweb provides a wide selection of time/space navigation and is not determined by the rating numbers.

Keywords

analog radio - radioweb - netradio - music programming

* Integrante do Núcleo de Pesquisa em Comunicação – Códigos e Linguagens: crítica, produção, memória, filiado ao Centro de Pesquisa da Universidade São Judas Tadeu; Doutora pelo Programa de Pós-graduação “Comunicação e Semiótica, PUC-SP

Poder-se-ia começar a partir da origem do rádio; mas a maioria das publicações sobre essa mídia já tratou exaustivamente disso: do percurso de cada uma das emissoras que conquistaram audiência, de um modelo de negócio que, obviamente, destaca como essa mídia expõe e vende mercadorias, das afirmações de modelos de comportamento de consumo, determinados por ela. Além disso, cada um relata um caso particular, dando ênfase ora em algumas vozes marcantes da radiofonia ora, nostalgicamente, em alguns gêneros que se tornaram inesquecíveis pelas vozes-trombetas da radiofonia.

O tema – programação musical na radioweb - exige uma localização histórica porque, ao se tratar dela como realizada atualmente, é preciso indicar os anos 1960, quando as emissoras em FM foram escolhidas para atuar na formação de uma classe média brasileira, pelo entretenimento radiofônico, onde predominou, principalmente, a mercadoria musical. Citando Armand Balsebre:

La revolución tecnológica de la reproducción sonora a partir de los años 60 (desde la implantación generalizada de la modulación de frecuencia, la emisora de FM) y su producción mutinacional (el disco) atenuaban la transcendencia de esse sentido fetichista y ritual de la comunicación visual-real de la sala de conciertos, exigiendo una nueva estética de la producción musical.
(2004, p.89-90)

Há algum tempo, três são as importantes sínteses de durações programáticas na grade de programação de uma emissora de rádio, a serem preenchidas hora a hora, de acordo com o relógio radiofônico, que estrutura e administra a ocupação temporal do relógio radiofônico das emissoras; conforme citação de Robert Macleish, “O relógio proporciona uma sólida estrutura a partir da qual o apresentador pode fazer variações e retomar novamente a forma anterior com a mesma facilidade. Impõe uma disciplina mas permite liberdade.”(2001, p.132). Isto significa dizer que toda emissora de rádio funciona pelo relógio radiofônico, que estabelece a seqüência linear na programação e, ao mesmo tempo, fixa a posição da barra comercial para garantir resultados eficazes na relação entre o departamento comercial da emissora e sua carteira de clientes.

Exemplificando: desde que o rádio se entendeu como mídia, conforme função publicitária e modelo de negócio, ele passou a ser determinado por durações que deviam, obrigatoriamente, respeitar as inserções publicitárias; para isso, o relógio radiofônico foi dividido em função das barras comerciais (ou breaks); de modo geral, essas divisões podem

ser de 4 blocos de 15 minutos cada um ou de 6 blocos de 10 minutos cada, sempre separados pela inserção da barra comercial. Em contextos de programas específicos, essas durações podem ser somadas, tais como: a conhecida “meia hora de música sem intervalos comerciais” e “a sequência de meia hora pra você gravar” mas o conteúdo da barra comercial permanece garantido, por contrato.

As três sínteses de durações programáticas radiofônicas receberam as seguintes denominações: *programete*, *programa* e *programação musical*. Essas durações são assim entendidas:

1. *programete*: duração mínima de estrutura radiofônica, podendo ocupar a grade de 1 a 5 minutos, com todo e qualquer conteúdo e nas diferentes formatações e gêneros;
2. *programa*: duração média variável, podendo começar a partir de 30 minutos e chegar a 3 ou 4 horas realizada nas mais diferenciadas estruturas, por exemplo: da revista radiofônica que, geralmente, cobre de 1 até 2 horas, ao rádio-jornal, que pode cobrir até um período inteiro, principalmente, na parte da manhã, como é o caso das emissoras Rádio Jovem Pan e Rádio CBN;
3. *programação musical*: entendida como: a. seleção de um elenco de músicas e/ou canções devidamente articuladas para cumprir um tipo específico de relação com o conteúdo de um programa ou de um programete; b. seleção de um elenco de músicas e/ou canções que vão cobrir, no mínimo, quatro horas diárias da grade de programação, apresentada por um mesmo locutor, determinada por marcas de estimulação, também reproduzida na locução; por isso, estão, devidamente, selecionados e associados, locutor e playlist, em função da direção artística da emissora.

No primeiro tipo, a distribuição das músicas selecionadas na duração do programa ou programete decorre da relação com a distribuição do conteúdo a ser tratado. No segundo, citamos Robert Mcleish, “Com músicas variando entre dois minutos e meio a quatro minutos, haverá umas oito ou nove faixas em cada meia hora de transmissão sem propaganda. Isso permite cerca de um minuto de introdução, assinaturas musicais, etc.”(idem, p.134). Quando a programação musical é feita cobrir 4 blocos de 15 minutos cada, respeitando o rigor das barras comerciais, sempre são programadas cinco faixas por bloco, ficando a última em stand by; a ordem de apresentação, portanto a sequência das músicas, geralmente, obedece à estimulação – baixa, média, alta – de acordo com a direção artística.

Ambos os tipos de seleção fazem acordo com a função expressiva da música radiofônica, assim apresentada por Balsebre “El movimiento afectivo que connota la música suscita un determinado ‘clima’ emocional y crea una determinada ‘atmósfera’ sonora;”

(idem, p.102). Porém, consideramos que “determinado clima emocional” e “ determinada atmosfera sonora” estão mais diretamente ligados à questão da direção artística e, por decorrência, ao desenho sonoro-musical da emissora, o que pode significar somente a função expressiva da emissora e não necessariamente a sua função estética.

Parece-nos importante tratar da direção artística porque tudo decorre dela em uma emissora de rádio: a formação da carteira de clientes, a seleção de locutores para os diferentes horários e programas, os temas e conteúdos tratados nos programa e/ou programete, a editoria jornalística e a constituição do *playlist* da emissora; por *playlist* entenda-se o amplo repertório sonoro-musical a ser usado nas diferentes durações programáticas da emissora, tanto como música, composição musical integralmente executada, quanto como trilha, fragmento de composição musical usado em outras peças radiofônicas, tais como: vinhetas, chamadas, spots publicitários, etc.

Então, da forma mais geral possível, em sociedades como a nossa, orientadas por grupos de consumo, classe ou tribo, a direção artística diz respeito ao recorte definido e preciso de público com o qual a emissora vai falar; definido isso, tudo passa a ser selecionado e estruturado a partir do determinado segmento: os conteúdos, os interesses, as necessidades, os serviços, os produtos, os eventos, as promoções e, principalmente, o modo de garantir a audiência do mesmo, numa ordem de prioridades e de predominâncias.

É por aí que o playlist começa a ser confeccionado: selecionando-se os gêneros e, dentre eles, as músicas e as canções que funcionam, principalmente, como grandes trombetas porque, reconhecidas já nos primeiros acordes, atraem os ouvidos do grupo segmentado. Nas emissoras de rádio analógico, em qualquer ponto da música ou da canção encontrado pelo movimento do dial, existe o reconhecimento por parte do ouvinte a quem se destina a programação porque são retiradas do seu universo sonoro-musical, isto é, estão integradas ao “valor simbólico Y significativo de la música en el sistema semiótico del lenguaje radiofónico...”(Balsebre, idem, p.93)

Desde os anos 60, a orientação da frequência FM pelo entretenimento coincidiu com o estabelecimento da indústria cultural, que, em parceria com os meios de comunicação, principalmente o rádio e a televisão, impingiram um modelo de escuta e uma percepção que responde exclusivamente pelo reconhecimento.

Isso foi feito a partir de um tipo de relacionamento de negócio entre emissoras e gravadoras de discos, que se efetivou através de distribuição de discos para promoções, de jabá (hoje, chamado de permuta) e de acordo em que as gravadoras selecionavam, pela direção artística da emissora, a música de trabalho: a cada lançamento, uma canção deveria

ser, insistentemente, repetida na veiculação, porque era o carro-chefe de vendagem do disco. Depois de décadas, dependendo das semelhanças entre os recortes de público, as emissoras comerciais apresentavam playlists muito parecidos e o ouvinte podia ouvir a mesma música em várias delas.

Gradativamente, as gravadoras sacaram uma estrutura de composição musical que foi considerada exclusiva da música radiofônica; compositores, músicos e intérpretes passam a compor musicalmente sabendo qual é a fórmula para que ela seja “tocada no rádio”. Segundo avaliação de Balsebre, “Em la música, el mensaje semántico es muy reducido; por el contrario, la información estética de la música constituye un universo significativo muy grande.”(idem, p.91) Acreditamos que, quanto à audiência para uma dada programação musical, não se trata da função estética e sim da função expressiva a garantir o reconhecimento diante do consumo de “sucessos” rápidos e descartáveis, facilmente substituído um pelo mesmo.

É importante destacar a distinção entre, de um lado, a potencialidade de toda e qualquer mídia de produzir-se como linguagem e, de outro, a realização produtiva da mesma como decorrência de sua inserção na política cultural do país. Afinal, independentemente de submissões e controles, a linguagem radiofônica resultou da própria dinâmica da cultura, no interior da semiosfera: os elementos que se tornaram constituinte dessa linguagem, anteriormente, são pertencentes aos códigos matrizes, mais especificamente ao sonoro e à oralidade. Quando do aparecimento da tecnologia que deu origem ao rádio, a dinâmica da cultura buscou, nos códigos, os elementos das matrizes que já se realizavam sonoramente e estabeleceu diálogo de fronteira, como propõe Iúri Lótman:

Si una de las estructuras nucleares no solo ocupa la posición dominante, sino que también se eleva a tal estadio de la autodescripción y, por consiguiente, segrega un sistema de metalenguajes con ayuda de los cuales se describe no solo a si misma, sino también al espacio periférico de la semiosfera dada, entonces encima de la irregularidad del mapa semiótico e construye el nivel de la unidad ideal de este. (1996, p. 29-30)

Inicialmente sem saber-se, a tecnologia radiofônica precisou beber naquilo que já funcionava eficientemente como texto de comunicação, presente nas estruturas nucleares. Mas isso não significa só a transcodificação de uma mídia para outra; lembrando Marshall McLuhan, no deslocamento, a novo meio vai se entendendo como

mensagem (1988, p.21-37); lembrando Décio Pignatari, o novo meio se define como linguagem quando da leitura das mídias que lhe antecederam (1984, p.99-119).

Neste diálogo em fronteira, não é só a nova mídia que realiza tradução mas também as mídias antecessoras são revigoradas porque a metalinguagem retorna os elementos à potencialidade dos códigos e, neles, as mídias tradicionais se relêem em outras possibilidades, se descobrem além das estruturas já legitimadas e, aí sim, podem se descobrir dotadas de outras funções como linguagem, inclusive, a da poética.

Mas o leitor deve estar se perguntando: E a radioweb? O tema não é a programação musical na radioweb? Nossas primeiras considerações foram sobre a programação musical no rádio analógico porque, como dissemos anteriormente, o rádio ainda é o patinho feio, o primo pobre quando se trata da reflexão sobre seus caracteres como linguagem.

Radioweb São Judas: navegar é possível

Já é possível perceber alguns resultados do diálogo entre o rádio analógico e a radioweb, quando em fronteira, porque, segundo Lózman, “...*la frontera semiótica es la suma de los traductores ‘filtros’ bilíngües pasando a través de los cuales un texto se traduce a outro lenguaje (o lenguajes) que se halla fuera de la semiosfera dada.*”; em fronteira, os dois sistemas visibilizam amplamente suas singularidades e diversidades compositivas e, dinamizados pela relação entre seus constituintes, revelam equivalentes e distintivos.

A partir de agora, as considerações apresentadas estão baseadas em nossa experiência na *Radioweb São Judas*, projeto vinculado à área de extensão como emissora educativa, em fluxo de transmissão *on demand*, instalada no portal da Universidade São Judas Tadeu.

Então, vamos do começo.

No Brasil, a primeira experiência em rádio na internet foi registrada em 1996, no Recife, quando integrantes do movimento *Mangue Beat* realizaram um programa virtual que tinha como proposta principal a inserção da hipertextualidade à programação musical; apesar disso, o registro de primeira rádio virtual brasileira ficou com a *Rádio Totem*, que apareceu em 1998, com um portal disponível 24 horas por dia, que oferecia várias emissoras musicais, segmentadas por diferentes ritmos. Depois disso, a experiência mais recorrente tem sido a inserção das emissoras radiofônicas analógicas

em versão on-line, ou transmissão simultânea de uma mesma grade de programação nos dois sistemas.

Em São Paulo, o projeto da *Radioweb São Judas* foi pensado pela professora Arlete Aparecida Taboada, também coordenadora da emissora, em parceria com Mara Beatriz Dionísio, responsável pelo setor web da universidade, e com Carmen Lucia José, membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação “Códigos e Linguagens: crítica, produção, memória”, também responsável pela direção artística da emissora. Em 28 de maio de 2009, a Radioweb São Judas estreou, sonoramente, no portal da Universidade São Judas Tadeu.

Primeiramente, na radioweb, o relógio radiofônico é espacializado, diminuindo, assim, a dominância que tem no rádio analógico. Os diferentes programas, programetes e programação musical, da grade de programação da emissora web, são configurados na página, isto é, são assentados em diferentes lugares, identificados por seus respectivos títulos: ao entrar na Mídia Rádio, o ouvinte-internauta fica diante da grade de programação completa; ao clicar qualquer título da grade, ele aparece redesenhado visualmente, aguardando um novo clique para a entrada do texto sonoro, ou seja, do programa selecionado para audição.

Quanto à direção artística, na radioweb pode-se escolhê-la independentemente da referência de segmentação de público, como acontece nas emissoras de rádio analógicas, principalmente, as comerciais, ou de tribo ou comunidade, como acontece com as educativas. Ela também tornou-se aberta, com múltiplas escolhas possíveis para substituir a dura armadura da predominância das referências comerciais.

Referendado pelo movimento do *continuum* semiótico quando da invenção do rádio, a direção artística para a *Radioweb São Judas* decorresse dos pensamentos de dois importantes teóricos da comunicação e da cultura: Marshall McLuhan e Iúri Lótman. Do primeiro, nos apropriamos de sua reflexão sobre a convivência simultânea entre mídias e a relação entre o surgimento de uma nova mídia com as mídias já consumadas; do segundo, nos fundamentamos na dinâmica de funcionamento dos textos culturais, quando na fronteira entre línguas naturais diversas e diferenciadas.

Quando produzimos a peça sonora locada na válvula *Expediente*, não tivemos nenhuma preocupação com a minutagem final dela, o que significa dizer que ela não precisava estar de acordo com as durações de 15 ou de 30 segundos para ser inserida; ainda: a inserção da peça *Expediente* também não precisou ter pontuação fixa de horários de entrada porque, inserida, ela está sempre disponível.

Outra mudança significativa ocorreu em relação à produção, veiculação, escuta e consumo de música, provocando um impacto enorme na percepção e no comportamento dos receptores, do mesmo modo quanto, anteriormente, da chegada do disco e de sua difusão pelos meios de comunicação de massa.

A plataforma Internet disponibiliza, ilimitadamente, todo tipo de paradigmas sonoro-musicais e está dotada de ferramentas e configurações que realizam a audição independente de uma única fonte de programação e de programador: a feitura de download, de copiar e inserir em outras tecnologias de escuta, de editar, de divulgar com maior agilidade do que as mídias anteriores, de estar em rede para enviar, receber e navegar à procura de sonoridades que não, necessariamente, midiáticas, etc, etc, etc...

Tribos, comunidades e redes sociais são as denominações surgidas para dar conta do modo de movimentar e de agrupar os internautas na rede web. Como plataforma em estrutura aberta e com funcionamento que decorre de movimento, porque exige navegação, apareceram algumas dificuldades, ou quase impossibilidades, de controlar a fixação de audiência em um único ponto do dial e a permanência da mesma enquanto o relógio radiofônico seqüencia suas respectivas durações. Enfim, a nova plataforma abalou a regularidade eficiente do processo do rádio do analógico.

A relação entre a indústria cultural e os meios de comunicação de massa também foi ameaçada, principalmente, porque sua função principal – a de entreter - foi assolada pela nova plataforma e por inúmeros eventos que se tornaram textos culturais e modelos de negócio. No primeiro caso, o que está nas mídias eletrônicas tradicionais também está on-line, simultaneamente ou em forma de arquivo, sendo que o contrário não é verdadeiro; além disso, quase tudo que se procura está na nova plataforma. No segundo, o número enorme e diversificado de eventos estão distribuídos no calendário da cidade, das agências e guia de turismo, em revistas de pontos de transporte (de táxi, dos aeroportos e do metrô); também os novos shoppings centers e prédios empresariais já estão sendo construídos de forma apropriada para agendar eventos, sejam culturais ou de negócios. Tudo isso abalou as fórmulas de entretenimento das mídias eletrônicas tradicionais e o rádio analógico está no meio deste furacão.

Mas, sem mais nem longas, chegamos à *programação musical* da radioweb, lembrando que estamos usando o projeto e a realização da *Radioweb São Judas* como experiência.

Como dito anteriormente, em tecnologia e plataforma abertas é possível interferir na constante que domina a programação musical das emissoras analógicas; é

possível mudar a inferência, de sintagmática para paradigmática, quando da seleção das composições musicais que vão constituir o *playlist* da emissora. Além disso, a mesma troca de inferência na constituição da grade de programação pode orientar também a ordem ou seqüência dada na apresentação das músicas e das canções.

Isto significa:

1. novas opções de títulos, intérpretes e gêneros musicais, que criam um espaço paralelo e alternativo com outras sonoridades musicais, que desautomatizam a escuta redundante e viciada do “só sucesso”;
2. novas opções por outras fontes produtoras de música, tanto por aquelas que não foram eleitas pelas grandes gravadoras, desviando da fórmula “música pra tocar no rádio”, como também por fontes produtoras multiculturais, desviando da rigidez e da exclusividade que a música norte-americana exerce sobre o mercado e as mídias brasileiras;
3. opção por músicas e canções consideradas “*lado B*” pelas emissoras radiofônicas comerciais analógicas, que ainda ó veiculam “carros-chefe das gravadoras;
- 3.1. por intérpretes diferenciados daqueles que só gravam sucesso ou que, até gravam sucessos, mas com novas roupagens musicais;
- 3.2.. por vários intérpretes, de épocas diferentes, paradigmaticando a mesma canção;
- 3.3. por agrupamento de músicas e canções com a mesma estimulação;
- 3.4. por agrupamento de músicas e canções que tratam do mesmo conteúdo mas compostas em diferentes épocas; etc.
- 3.5. por extensão dos eventos que concentram pessoas em rede social, como a Copa do Mundo, a Virada Cultural, Mostras Cinematográficas, etc.

As várias opções não param por aí; podem ser ampliadas e diversificadas e, ainda, podem aparecer na programação musical da mesma emissora web, isto é, não é mais preciso fazer escolha única e mantê-la na seleção/ordenação das músicas, diariamente, trocando apenas lançamento, flash-back e movimentando as que estão aumentando e diminuindo de “sucesso”, como ocorre nas emissoras analógicas comerciais.

Na radioweb, cada opção de programação musical aparece como peça única, mesmo que alguma delas seja estendida em várias edições; elas podem, ou não, estar divididas em blocos e a divisão/duração dos blocos não está mais determinada pelas pontuações da barra comercial, que deve ocupar outro lugar;

As várias opções, depois de acompanharem a abertura de acesso à emissora web, ficam disponíveis em formato arquivo, disponibilizadas ao ouvinte-internauta; isso altera completamente o perfil profissional do programador musical de radioweb porque este deve orientar a seleção/associação de cada programação musical como texto cultural único e singular; assim, o perfil de programador musical web é acrescentado de algumas exigências:

1. pluralidade de escuta, tanto radiofônica como discográfica, dos ambientes acústicos contemporâneos, das paisagens sonoras que caracterizam as várias redes sociais e os diferentes lugares de frequência musical;
2. conhecimento amplo e diversificado de gêneros, títulos e intérpretes, evitando a especialização em um único gênero porque segmentado por um tipo de direção artística, por exemplo: um programador musical para emissoras que só tocam sucesso, outro para emissoras que só tocam rock, etc;
3. pensamento original para escolher conteúdos musicais que vão orientar a seleção/associação das músicas e canções que vão constituir as programações musicais; originalidade entendida como processo que associa músicas e canções para expor semelhanças e distintivos;
4. estar munido, minimamente, de linha diacrônica da qual fazem parte os principais eventos musicais porque orientam tanto as escolhas como as associações musicais;
5. repertório sonoro-musical em fronteira, isto é, capacidade de tradução do novo frente ao antigo, do diferente e singular frente ao redundante, do local frente ao global, do distintivo frente às semelhanças, entendendo a metalinguagem que realiza a tradução;

Diferentemente das emissoras analógicas, já é possível perceber que a produção radiofônica na versão web depende da associação por coordenação dos diferentes setores e departamentos, que substitui substancialmente a hierarquia e a subordinação expostas no organograma das empresas tradicionais de radiodifusão. É a associação por coordenação que facilita os links entre os diferentes programas e confecciona o hipertexto; como a mariosca russa, a cada clic têm-se vários desdobramentos que vão espacializando novas rumos e rimas.

Quanto à locução radiofônica, Robert Mcleish estabeleceu três tipos de *disc jokey* de rádio: o *discreto*, o *especialista* e o *personalista*, que o mais recorrente nos dias de hoje nas emissoras comerciais analógicas. Diante dos motivos acima, defendemos

que, nas emissoras de radioweb, as locuções mais adequadas e eficientes são: o *discreto*, porque, conforme a noção de Mcleish, “...a música é o mais importante e o apresentador tem pouco a dizer. Seu papel é não interferir. O objetivo do programa pode ser proporcionar ao ouvinte música de fundo...” indo ao encontro do interesse dos internautas de estarem acompanhados pela música radiofônica em BG, enquanto realizam a navegação; b. o *especialista*, porque, ainda Mcleish, “Eles ilustram o programa com histórias sobre os artistas e as sessões de gravação, além de comentários comparando apresentações e críticas sobre as próprias músicas.”(2001, p.138), indo ao encontro da função enciclopédica que esta mídia adquiriu para os navegadores.

A programação musical da Radioweb São Judas é apresentada por vários locutores, todos com locução *discreta*, e nenhum deles é ou está fixado por conteúdo, por horário ou por estimulação. As vozes são selecionadas pela boa qualidade técnica, boa dicção na leitura, por amplitudes vocais sem extremos (de agudo/grave, de lento/rápido), por emissões sem vícios de vocativos radiofônicos (E aí, galera) e com domínio de língua estrangeira, quando o conteúdo exige. O texto verbal a ser oralizado, apresentando a ordem da programação musical, é constituído de título e nome de intérprete e compositores. Enfim, parafraseando Balsebre, a música, mais do que seu nível semântico, é ouvida pela taticidade do corpo, massageando-o integralmente como pulsão.

Bibliografia

- BASEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Ediciones Cátedra, 2004
- LÓTMAN, Iúri M. *La Semiosfera 1: semiótica de la cultura y del texto*. trad. Desiderio Navarro. Madrid: Frónesis, 1996
- MCLEISH, Robert. *Produção de Rádio: uma guia abrangente de produção radiofônica*. (trad.) Mauro Silva. São Paulo: Summus, 2001
- McLUHAN, Marshall. *A Galáxia de Gutenberg*. (trad.) Leônidas C. Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Cultrix, Cia Editora Nacional e Edusp, 1972
- PIGNATARI, Décio. *Comunicação Poética*. São Paulo: Cortez & Moraes, 1977

