



A produção noticiosa em rádio expandido pela Capital FM e Centro América FM de Cuiabá

Annelise Bertuzzi Bezerra¹
Luã José Vaz Chagas²

Universidade Federal do Mato Grosso

Resumo: O artigo realiza uma caracterização dos formatos e produções noticiosas nos portais da internet das rádios Capital FM e Centro América FM na cidade de Cuiabá. O objetivo é explicitar as estratégias de circulação de conteúdos jornalísticos para além do AM e do FM e as especificidades da produção multiplataforma no radiojornalismo. Utilizamos os conceitos de rádio Expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e Hipermediático (LOPEZ, 2010) em meio à reestruturação do mercado radiofônico na atualidade em um contexto de deserto noticioso e da convergência de mídias.

Palavras-chave: rádio expandido; radiojornalismo; hipermediático; multiplataforma

¹ Estudante do 5º Período do curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT). Email: annelisebertuzzi12@gmail.com.

² Orientador do trabalho. Professor da Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT) e doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Membro dos grupos de pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas e CICLO - Comunicação Política e Cidadania. Email: luaanchagas@gmail.com.

1. Introdução

As mudanças tecnológicas inseridas nos meios de comunicação elevaram as plataformas midiáticas a níveis inimagináveis. Não foi diferente com o rádio, que precisou se adequar e se readaptar às necessidades do mercado e, principalmente, de seus ouvintes. Os estudos acerca dessa capacidade metamorfósica são muitos, afinal, o meio vem se transformando de forma singela, única e natural. Exemplo dessa midiamorfose, como cita Fidler (1998), são as transformações que continuam acontecendo nos mais diversos ambientes.

Kischinhevsky (2016) elaborou uma análise que já mostrava e exaltava essa capacidade de adaptação que vai além de um meio de comunicação estagnado ou antiquado para os novos tempos. Caracteriza o rádio como apto às modificações existentes e eleva o meio de comunicação para além de ser apenas um receptor das ondas hertzianas. Ele defende seu potencial cada vez menos secundário diante do crescimento da internet e da convergência midiática existente, ou seja, é capaz de se expandir e se tornar mutável diante das necessidades. Escolhemos para essa análise dois sites das principais emissoras de rádio em Cuiabá, a Capital FM e Centro América FM, que se encontram no ranking das mais ouvidas.

O principal objetivo é explicitar as estratégias de circulação de conteúdos noticiosos para além do AM e do FM, que se estruturam em rádio expandido dentro das emissoras. Utilizaremos dos estudos de Lopez (2010) sobre o rádio hipermidiático, ou seja, ainda fundamenta se em sua base sonora, não perdendo sua principal essência, mesmo com tantas influências das convergências e outros formatos midiáticos.

A metodologia utilizada foi a análise de conteúdo como forma de coleta das notícias e materiais (BARDIN, 1977; HERSCOVITZ, 2009) das duas emissoras de rádio sobre as principais postagens no portal na internet entre o dia 22/07/2019 e 26/07/2019 com a finalidade de observar as características e formas de distribuição e circulação dos conteúdos em áudio publicados. Dessa forma, foi possível perceber quais as prioridades de produção multimídia de cada uma e quais as lacunas enfrentadas por elas.

2. Radiojornalismo expandido e a produção multiplataforma

O rádio possibilitou mudanças e avanços nunca imaginados desde seu nascimento, levou às pessoas informação, música, humor, diversão. O meio de comunicação de massa mais antigo transformou a vida do povo e possibilitou novos elos usando apenas a sonoridade. A necessidade de se adaptar às novas realidades se fez necessária, a medida que o mundo evoluiu e trouxe novas alternativas para os meios de comunicação. Os últimos 50 anos expandiram o rádio e como consequência carregaram a forma de se fazer radiojornalismo para o mesmo caminho.

É evidente para toda sociedade que características como antiquado ou desatualizado não configuram mais essa plataforma midiática. A expansão aconteceu e elevou o rádio para além do áudio sem perder sua linguagem radiofônica, que segundo Balsebre (2007), representam um conjunto de formas sonoras e não sonoras. Entretanto foi preciso permitir novos elementos para essa nova composição radiofônica,

Circunscrever o rádio às ondas eletromagnéticas é condená-lo a um papel cada vez mais secundário diante do crescimento da internet comercial e do processo de convergência de mídias. No início do século 21, escuta-se rádio em ondas médias, tropicais e curtas ou em frequência modulada, mas também na TV por assinatura, via cabo, micro-ondas ou satélite, em serviços digitais abertos e por assinatura, e via internet, de múltiplas formas. (KISCHINHEVSKY, 2012, p. 48)

Com a mudança desse antigo pensamento, o rádio expandido surgiu e se apoderou dos diversos elementos midiáticos existente com a principal finalidade de fornecer um conteúdo cada vez mais diversificado, completo e atrativo para os ouvintes que também sofreram transformações no formato de consumo midiático. A convergência levou a um novo sistema que engloba ouvintes-internautas e apresenta o formato radiofônico já conhecido as multimídias que se hibridizam se tornando um só, expandido.

Essa convergência midiática afeta diretamente as rotinas produtivas das emissoras que passaram por um processo de remediação, ou seja, uma renovação dos antigos conteúdos pelos novos meios (BOLTER e GRUSIN, 1999). Eles se hibridizam, se somam, se unem, não é preciso se desligar totalmente dos antigos meios e métodos

do fazer radiofônico, mas é necessário possibilitar essa união dos novos meios de comunicação. Assim, essa remediação defendida por Bolter e Grusin (1999), engloba a infinidade de novas perspectivas fornecidas pelos novos canais que nascem com as plataformas digitais.

Os autores defendem que a remediação pode acontecer de diferentes formas, de maneira discreta e mantendo características desse meio antecessor ou remediações mais profundas e radicais em que o antigo meio é apagado e remodelado de forma integral. É possível compreender melhor o rádio expandido com essas definições, afinal, se trata de uma remodelação, uniam, junção, expansão e integração de uma mídia antecessora com novos meios midiáticos.

Ao estudar o sistema de comunicação como um todo, veremos que os novos meios não surgem por geração espontânea, nem de modo independente. Aparecem gradualmente pela metamorfose dos meios antigos. E quando emergem novas formas de meios de comunicação, as antigas geralmente não deixam de existir, mas continuam evoluindo e se adaptando. (FIDLER, 1998, p. 57)

Desse modo, Ferraretto e Kischinhevsky (2010, p. 175-176) utilizam dos princípios de midiamorfose defendido por Fidler (1998) e analisam o meio de comunicação radiofônico desde a chegada da televisão até o advento da internet em alguns fatores como, *coevolução e coexistência* com as novas formas da TV e a internet, a capacidade de *metamorfosar*, ou seja, a união de áudio, imagem e outras percepções sensoriais, a *propagação* que se configura como a capacidade de transpor conteúdos nas diferentes plataformas midiáticas existentes, a *sobrevivência*, ou seja, a necessidade de adaptação a essa evolução, *oportunidade e necessidade* que se caracterizam pelas novas possibilidades oferecidas que levaram a migração do rádio e, por último, a adoção postergada, ou seja, as antigas tecnologias adiam ao máximo essa convergência.

O novo cenário midiático atraiu as empresas radiofônicas para um novo fazer que estreita as relações com os ouvintes que passam a adentrar um espaço de interação nunca visto antes. Os fatores analisados permitem observar que nenhuma grande mudança acontece de forma irrelevante para o meio, elas demandam tempo, investimento e disponibilidade dos antigos formatos em ceder espaço para o novo. A

metamorfose só pode acontecer mediante a um motivo, um impulso, algo maior, assim acontece com mídia radiofônica, é a união de oportunidades com necessidades que levaram o rádio a se metamorfosear com os novos meios.

Entretanto, a realidade vivenciada pela indústria radiofônica no século 21 ainda esbarra em algumas questões como,

- a) os processos de digitalização assimétricos, a concentração empresarial e a desigualdade no acesso do público;
- b) a distribuição de conteúdo radiofônico ganha maior velocidade de tráfego de dados e voz via internet e a disseminação dos telefones celulares;
- c) a formação de grandes players em um mercado antes extremamente pulverizado;
- d) novas cadeias de valor na produção de bens reforçando a relevância de grandes grupos empresariais;
- e) abrem-se oportunidades para interação com ouvintes e aplicativos, e também para estratégias de branded content, crescem também os nichos de mercado para empreendedores, podcasters, diretórios e fornecedores de soluções para distribuição de podcasts e web rádios;
- g) novos modelos de negócios e formatos começam a ser desenvolvidos no exterior; (FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2010)

Dessa forma, é possível perceber maior desenvolvimento no caminho traçado do rádio até a sua forma expandida do que perdas, afinal, acabaram por evoluir o fazer radiofônico a uma nova compreensão que se faz necessária a partir da influência direta nas novas produções de conteúdo. Assim, o rádio expandido permite uma compreensão que ultrapassa os conceitos antiquados aos tempos atuais e estruturam sua presença em diferentes modalidades. Segundo a definição de Kischinhevsky (2016, p. 249),

Para complexificar ainda mais nosso objeto, é preciso definir o rádio como um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, os sites de jornais, os portais de música. A escuta se dá em AM/FM, ondas curtas e tropicais, mas também em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks, tablets; pode ocorrer ao vivo (no dial ou via streaming) ou sob demanda (podcasting ou através de busca de arquivos em diretórios). A escuta se dá em múltiplos ambientes e temporalidades, graças a tecnologias digitais que franqueiam também a produção, a edição e a veiculação de áudios a atores sociais antes privados do acesso a meios próprios de comunicação. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 279)

Compreender a definição defendida pelo autor nos possibilita entender o reflorescimento do rádio após décadas do seu nascimento. Articula-se com as novas

plataformas e nos presenteia explorando novos formatos e suportes, nos faz repensar a radiofonia em transformação. É fato que se trata de um contexto mais amplo, desde uma transformação existente no próprio fazer jornalístico como um todo até o ambiente em que está inserido e as tecnologias presentes. Agora, novas ferramentas sonoras e não sonoras como fotos, vídeos, ícone, infográficos e outras ilustrações amparam o fazer radiojornalístico, é a multimídia como definiu Kischinhevsky e Modesto (2014). O público se torna mais ativo e demanda de produções cada vez mais interativas e hipermediáticas.

Nesse rádio hipermediático, o jornalista precisa falar diversas linguagens em diferentes suportes e ainda assim manter o áudio como principal foco, é utilizar da multimídia em um caráter complementar aquele já existente. Afinal, o ouvinte continua sendo ouvinte e quando sente a necessidade de novas informações ou complementações de algo noticiado ele tem a possibilidade de utilizar das novas ferramentas. Segundo Lopez (2009), as novas ferramentas permitem a apuração e atribuem novas dinâmicas se tornando mais ágeis. Sem dúvida, as novas possibilidades abrilhantam o olhar dos jornalistas, é uma nova rádio, multimídia, multiplataforma e versátil, mas ainda sim é campo ainda muito inexplorado e não se sabe ao certo quais os caminhos que se deve trilhar. Segundo o autor Faus Belau (2001, p. 16) é possível que este seja o conflito mais complexo dos vividos pelo rádio até o momento porque afeta sua própria raiz.

É um dilema que precisa ser resolvido e enfrentado, as mudanças chegaram e os tempos não se caracterizam como já foram antes. Os meios assumiram outras formas, os ouvintes passaram a demandar mais e esse novo contexto demanda de uma adaptação jornalística. “As mudanças geradas por este contexto refletem-se nos conteúdos, formas e modos do rádio, isto é, na própria construção da narrativa radiofônica [...]” (LOPEZ, 2009b, p. 04)

Ser multimídia e multiplataforma passa ser quase que uma exigência para o rádio que precisa pensar nas informações visuais sob uma nova perspectiva. Com toda certeza a grande dificuldade é se render a todos os avanços e não perder sua raiz que sempre será o áudio. A problemática gira em torno de ser expandido, hipermediático, multiplataforma e ainda assim ser rádio. Esse áudio é a ferramenta essencial do rádio digital e continua sendo independente, pois apesar das grandes mudanças ele continua

tendo o papel central nas produções radiofônicas. Os novos formatos funcionam aqui como suplementares aos antigos. É importante lembrar que apesar de agora conhecermos o ouvinte-internauta, nós também temos os antigos companheiros que são apenas ouvintes. A mudança não implica em deixar um para valorizar o outro, mas favorecer uma união que beneficie ambos os segmentos.

O rádio necessita de apenas um função do corpo, o ato de ouvir. Se a pessoa consegue ouvir ela pode consumir os conteúdos radiofônicos. É simples. A ligação entre o ouvinte e o rádio se dá apenas pela audição, a conexão é estabelecida quando os primeiros sons ecoam. O novo formato se tornou possível com o advento da internet que, além de elementos sonoros pode fazer a fusão de elementos textuais e imagéticos que acabaram ressignificando o meio de comunicação. A web reformulou uma rede de sistemas em geral, elevou o contato humano a um estágio nunca pensado antes.

Esse novo modelo do rádio cria também um novo público que nasce das modernas tecnologias. O novo rádio é digital, sua linguagem tem como principal foco a interação entre o ouvinte e o radiojornalista, é mutável. Ainda em metamorfose, pois a web está sempre em transformação, não é possível pará-la e como consequência disso também não se pode parar as mutações que nascem a partir da web. Seria como tentar parar um ciclo, uma eterna evolução.

A entrada nas multiplataformas requer uma série de aprofundamentos que virão com o tempo e a disponibilidade de conhecer e entender o significado de todo esse processo. Diante do rádio expandido, da multiplicidade das plataformas, da hipermediatização e dos novos formatos foi necessário também reconhecer o perfil multitarefa do radiojornalista que deve estar conectado com as diversas especificidades. Quando se compreende esses fatores podemos entender também que as crises internas e externas são entendidas no novo rádio, afinal estamos experimentando muitas coisas, testando outras e se fixando em algumas. A crise que afetou e ainda afeta todo o ser jornalístico também se estende a esse segmento.

Portanto, para ser eficiente o novo fazer radiojornalístico precisa estar em todos os meios e deve agregar interação e promover novas experiências aos seus ouvintes. Assim, é fundamental ouvir e aprender com os ensinamentos de Kischinhevsky (2016)

para poder vivenciar o rádio de forma mais ampla fugindo de delimitações e fixações passadas, é preciso se libertar. Mutar. Transformar. Híbrido.

3. Rádio expandido e as características em emissoras de Cuiabá

Analisar os conteúdos em áudio publicados nos sites da Capital FM e da Centro América FM possibilitam uma percepção aprofundada sobre as principais lacunas enfrentadas pelas emissoras que, apesar de produzirem conteúdo em áudio para os sites, ainda esbarram em problemas organizacionais e em dificuldades de se tornarem expandidas, hipermidiáticas e multimídias em sua totalidade. O objetivo é estruturar a pesquisa em torno das transformações existentes na mídia radiofônica que chegam até Cuiabá com certos impasses para se consolidarem. É possível perceber um certo bloqueio por parte das emissoras cuiabanas em elevarem as produções para um campo expandido por questões que envolvem o investimento financeiro nas redações.

Para isso, observamos do dia 22/07/2019 até o dia 26/07/2019 a frequência de publicações e os temas escolhidos para a disponibilização de materiais em áudio. Utilizamos a análise de conteúdo como forma de coleta das notícias e materiais (BARDIN, 1977; HERSCOVITZ, 2009). A finalidade é conhecermos as principais prioridades de cada emissora na divulgação e utilização das multimídias como um novo formato do fazer radiojornalístico. Assim, acompanhamos diariamente os sites e construímos uma tabela para facilitar a visão geral do que foi publicado.

Ambas as emissoras estão no dia-a-dia do cuiabano desde muito tempo, A Capital FM se considera uma rádio de Cuiabá e de toda a baixada cuiabana que proporciona aos ouvintes entretenimento, informação e músicas de sucesso em uma programação incomparável, já a Centro América FM destaca o oferecimento de uma programação diferenciada aos seus ouvintes, no estilo *Easy Listening*, sendo referenciada no mercado por oferecer uma seleção exclusiva de clássicos musicais e sucessos da atualidade com o foco de manter o padrão de qualidade em todas as suas produções em programas diários de entretenimento e jornalismo.

Consolidadas no formato radiofônico anterior ao digital ambas sentem a dificuldade da modernização das produções, pela observação dos portais podemos

perceber que existe uma vontade de caminhar com um novo olhar para os novos meios, mas que se esbarram em questões existenciais. É como dar um passo ao novo, mas não se permitir experimentar de fato todos os avanços conquistados. Infelizmente, ainda se mantêm presas a poucas produções, produções rasas demais ou produções somente em determinada editoria.

A grande e principal diferença entre as duas emissoras se dá pelo conteúdo publicado. A Capital FM zela por produções que envolvem o cenário político e econômico do estado de Mato Grosso, fazendo produções mais elaboradas com a utilização de entrevistas. Acreditamos que a escolha da temática é muito positiva, pois possibilita ao ouvinte um certo entendimento mais aprofundado sobre as questões atuais do Estado mato-grossense e da própria Cuiabá, o foco é totalmente voltado a isso. Na semana escolhida para a análise não encontramos nenhuma publicação que não estivesse enquadrada na editoria de política, economia e cidade. Não existiu produções de entretenimento ou cultura, o que deixa o conteúdo um pouco pesado e muito informativo, denso, cansativo. Apesar do apontado a Capital FM possui grande potencial para transformar todas as produções em algo que além de informativo seja atrativo e de fácil compreensão para os ouvintes.

Já a Centro América FM optou por um segmento um tanto quanto incompleto na nossa visão, pois durante a semana escolhida não tiveram nenhuma publicação jornalística que de fato informasse a população para as principais questões enfrentadas pelo Estado e pela cidade. Foram produções que não envolvem nenhuma informatividade ao ouvinte. Só existiam publicações voltadas a cultura e musicalidade, nada com editorias voltadas à política, economia e cidade. Os conteúdos não apresentaram diversidade e jornalismo, apesar de ser uma emissora com grande quantidade e qualidade de jornalistas em sua equipe.

Em relação a periodicidade de publicações encontramos uma grande lacuna entre elas, a Capital FM estabeleceu um certo compromisso com o ouvinte-internauta, as publicações acontecem diariamente, sempre com matérias e podcasts voltados para os principais assuntos recorrentes na capital. Não houve um dia durante a semana analisada que a emissora não abastecesse o portal na web com informação e opinião. Apesar de priorizar as editorias de política e economia ela se caracteriza em expandida nesse

campo, pois faz o uso de produções em áudio que retratam e valorizam a discussão nos temas escolhidos que refletem no dia-a-dia do cidadão cuiabano. Já a Centro América FM não conseguiu estabelecer a periodicidade necessária nas publicações feitas no portal, durante o dia 22/07/2019 até o dia 26/07/2019 a emissora só atualizou o site na web uma única vez. Ou seja, os ouvintes-internautas não conseguem saber que dia ou que horário o site da Centro América será atualizado. Além disso, não se tornou expandido em nenhuma área propriamente dita, ainda conta com produções rasas demais.

Outro fato importante percebido foi em relação ao corpo de repórteres e jornalistas que fazem parte das emissoras, a Capital FM conta com apenas dois repórteres em sua equipe, já a Centro América possui um corpo jornalístico de seis profissionais, entre apresentadores e repórteres. Se levamos em consideração o quadro de profissionais talvez tivéssemos mais expectativas na Centro América do que na Capital, entretanto, não é o que acontece, pois a Capital FM mesmo com menos funcionários voltados ao jornalismo propriamente dito possui muito mais produções que englobam os assuntos jornalísticos existentes, com uma produção radiojornalística muito mais completa do que a Centro América.

Por fim, a análise possibilitou uma conclusão quando falamos de rádio expandido, hipermediático e multiplataforma em Cuiabá - MT. Concluimos então que a emissora Capital FM venceu mais barreiras do que imaginávamos, afinal consegue fazer produções expandidas e hipermediáticas em uma plataforma digital que aproximou os ouvintes e estreitou os laços, afinal possui periodicidade nas publicações e informatividade elevada nas editorias de política principalmente. A escolha do foco dos temas foi muito certa, pois vivemos em um momento propício e necessário para a discussão dessa temática. É fato que ainda tem um longo caminho a se percorrer nesses novos formatos disponibilizados pela fazer radiojornalístico expandido, mas acreditamos que o sucesso será certo a medida que a emissora investir e se permitir experimentar os estudos defendidos por Kischinhevsky (2016).

4. Considerações finais

Há que se considerar que os novos tempos vivenciados pelas mídias radiofônicas possibilitam uma aproximação com o ouvinte e mudanças notórias no estilo de produção, é sem dúvida, um ganho para as emissoras. Entretanto, quando as rádios não se permitem avançar ao novo se tornam antiquadas e ultrapassadas perante as emissoras que de fato se tornaram expandidas e hipermidiáticas. A remediação, defendida por Bolter e Grusin (1999), pode acontecer de diferentes formas e estão expressas nos dois casos analisados. Sendo o rádio expandido uma remodelação, uniam, junção, expansão e integração de uma mídia antecessora com novos meios midiáticos.

Portanto, ao observar as duas emissoras em suas plataformas digitais percebemos que elas ainda não seguem a remediação defendida pelos autores em sua totalidade, não se permitiram de fato explorar os novos formatos em todos os campos. Apesar de tentarem ainda estão longe de se metamorfosear em expandidas, hipermidiáticas e multimídias por completo.

Desse modo, a semana de observação nos mostrou como as emissoras de Cuiabá exploram características, mesmo que modestas, do formato de rádio expandido em todas as áreas e editorias. Estar em multiplataformas se torna fundamental para os novos tempos, com a chegada da internet nasceram os internautas que buscam essas produções. É fato que os consumidores do modelo radiofônico baseado no hertziano continuam consumindo os conteúdos da maneira que se fazia antes dos conteúdos digitais, mas é preciso lembrar que o consumo de produções radiojornalísticas complexas que utilizam dos novos formatos disponíveis cresce a cada dia.

Entender e utilizar dos estudos deixados desde Fidler (1998), Bolter e Grusin (1999), Balsebre (2007), Lopez (2009), Ferraretto e Kischinhevsky (2010), Kischinhevsky e Modesto (2014) até Kischinhevsky (2016) é permitir que o sistema radiofônico se reorganize diante das mudanças da atualidade. Utilizar dessas aquisições em novos moldes do fazer radiojornalístico é permitir que o meio alcance novos ares e novas pessoas, é elevar esse campo a novos olhares e percepções.

Referências

CHAGAS, Luã. Rádio expandido e o jornalismo: as redações radiofônicas na fase da multiplicidade da oferta. **Comunicologia**, v. 10, n. 1, p. 29–45, jan./jun. 2017

FERRARETTO Luiz Artur. Inquietudes e tensionamentos: pistas para a compreensão do futuro do rádio comercial em sua fase de convergência, **Intexto**, n. 34, p. 214-235, set./dez. 2015

FERRARETTO Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 17, n. 3, p. 173-180, set./dez. 2010

MODESTO Cláudia Figueiredo; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Interações e mediações – Instâncias de apreensão da comunicação radiofônica. **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, Vol. 2, no 3, janeiro-junho/2014

MOREIRA Sônia Virgínia; KISCHINHEVSKY, Marcelo. O rádio que respira e floresce nas bordas das indústrias midiáticas. **LOGOS 46 Rádio nas bordas – Cartografias da radiodifusão comunitária, livre e alternativa**, Vol.24, Nº 01, jan-abr 2017

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e mídias sociais: interações radiofônicas em plataforma digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016. 152p.

LOPEZ, Debora. Radiojornalismo hipermediático: um estudo sobre a narrativa multimidiática e a convergência tecnológica na Rádio *France Info*. **Líbero**, v. 14, n. 27, p. 125-134, jun. de 2011

LOPEZ, Debora. Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio *all news* brasileiro em um contexto de convergência tecnológica, **LabCom Books**, 2010.

VIANA, Luana. **Reportagens radiofônicas expandidas: a construção de um conceito**. v. 6, n. 3, p. 111-122, set/dez. 2018