

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

*Expanded radio news production
at Capital FM and Centro América de Cuiabá*

Annelise Bertuzzi BEZERRA¹
Luã José Vaz CHAGAS²

Resumo

O artigo realiza uma caracterização dos formatos e produções noticiosas nos portais de 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.

Abstract

The article characterizes the formats and news productions on the internet portals of Capital FM and Centro América FM radios, in the Cuiabá city. The objective is to explain the strategies of circulation of journalistic content beyond AM and FM and the specifics of multiplatform production in radio journalism. We use the concepts of expanded radio (KISCHINHEVSKY, 2016) and hypermedia radio (LOPEZ, 2010) amid the restructuring of the radio market today in a context of news desert and media convergence.

Keywords: Expanded radio. Radio journalism. Hypermedia. Multiplatform.

¹ Graduando do Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT). Membro do Projeto de Pesquisa em Audio e Jornalismo da UFMT (AudioJor-UFMT). E-mail: annelisebertuzzi12@gmail.com

² Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM/UERJ). Professor da Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT). Membro dos grupos de pesquisa: Mediações e Interações Radiofônicas (UERJ-UFRJ) e CICLO - Comunicação Política e Cidadania (UFMT). Email: luaanchagas@gmail.com.

Introdução

As mudanças tecnológicas inseridas nos meios de comunicação elevaram as plataformas midiáticas a níveis cada vez mais sofisticados. 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 metamorfose são muitos, afinal, o meio vem se transformando do AM e do FM e transbordando para outras plataformas. 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 de duas emissoras de rádio em Cuiabá que exploram a produção jornalística em diferentes momentos de sua programação, a Capital FM e a Centro América FM.

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, que prioriza a 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 os dias 22 e 26 de julho de 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.

Radiojornalismo expandido e a produção multiplataforma

O rádio possibilitou mudanças nas relações de consumo com o meio desde seu surgimento levando informação, música, humor e 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 (1994), 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)

O rádio expandido se apodera de diversos elementos midiáticos existentes 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 acrescente ao formato radiofônico, as multimídias que se hibridizam em diferentes formatos.

Na atualidade, o debate tem suscitado não somente pensar a expansão do rádio para diferentes plataformas, mas seu impacto em formatos específicos como as reportagens (VIANA, 2018) e a própria curadoria colaborativa com a ampliação dos mecanismos de interação com os ouvintes (CHAGAS, 2018). 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 *metamorfosear*, 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 e KISCHINHEVSKY, 2010, p. 178)

Dessa forma, é possível perceber maior desenvolvimento no caminho traçado do rádio até a sua forma expandida do que perdias, 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 do 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 hipermidiáticas.

Na concepção de rádio hipermidiático, 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 a aquele já existente. Afinal, o ouvinte continua sendo ouvinte e quando sente a necessidade de novas informações ou complementações de algo noticiado, 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. Já para Faus Belau (apud Lopez, 2009, 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, 2009, p. 4)

Ser multimídia e multiplataforma passa a 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, hipermidiático, 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 resignificando 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 hipermidiatização 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 impactam as produções radiofônicas na diminuição do número de profissionais e o acúmulo de tarefas.

Rádio expandido e as características em emissoras de Cuiabá

Analisar os conteúdos em áudio publicados nos sites da Capital FM³ e da Centro América FM⁴ 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 fora dos grandes centros como o eixo

³ Portal da Capital FM de Cuiabá. Disponível em: <https://capitalnoticia.com.br>

⁴ Portal da Centro América FM Easy de Cuiabá. Disponível em: <http://www.cafm.com.br/easy99-1fm/>

Rio-São Paulo. 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 dos dias 22 a 26 de julho de 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 oferece um formato 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.

O radiojornalismo está presente nas emissoras com o Jornal da Capital 1ª Edição pela manhã e o Jornal da Capital 1ª Edição no final de tarde com comentários, notícias, reportagens e entradas ao vivo de repórteres em diferentes temáticas. Já a Centro América FM possui o Primeira Página, um radiojornal também com dois âncoras e um comentarista, além de jornalistas que trazem informações da cidade e do Estado onde a rede de emissoras radiofônicas chega. O Grupo é afiliado à Rede Globo.

Consolidadas no formato radiofônico anterior ao convergente, 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 existiram produções de entretenimento ou cultura, o que deixa o conteúdo um pouco pesado e muito informativo, denso, cansativo

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. As publicações se resumem 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 um número maior 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 (trechos da programação, comentários e reportagens disponibilizados em áudio no portal) voltados para os principais assuntos recorrentes na capital. A emissora abasteceu o portal na web com informação e opinião todos os dias. Apesar de priorizar as editorias de política e economia ela se caracteriza como uma emissora 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 com apenas uma atualização. Ou seja, os ouvintes-internautas não conseguem saber que dia ou que horário o site da Centro América será atualizado.

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 levarmos 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 mais amplas que a Centro América.

Por fim, a análise possibilitou uma análise sobre os pormenores do rádio expandido, hipermediático e multiplataforma em Cuiabá, Mato Grosso. É possível perceber 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.

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, circulação e consumo. A convergência e o rádio expandido se tornam preocupações de emissoras que estão fora da rota econômico-financeira que possibilitam o investimento em tecnologia e na contratação de profissionais. 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, união, 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, hipermediáticas e multimídias por completo. Mesmo a Centro América com um número maior de profissionais, a integração com o grupo e a TV afiliada à Rede Globo torna o radiojornalismo um produto secundário quando o quesito é a difusão de informações e notícias em seus portais.

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 utilizem dos novos formatos disponíveis cresce a cada dia.

Entender e utilizar dos estudos deixados desde Fidler (1998), Bolter e Grusin (1999), Balsebre (1994), Lopez (2010), 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

BALSEBRE, Armand. **La credibilidad de la radio informativa**. Barcelona: Feed-Back, 1994.

BOLTER, Jay David, GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: MIT Press, 1999.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

CHAGAS, L. J. V.. Gatewatching e curadoria colaborativa na seleção das fontes populares pelo radiojornalismo da BandNews Rio FM. In: **Brazilian Journalism Research (online)**, v. 14, p. 934, 2018.

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.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis: comprender los nuevos médios**. Buenos Aires: Granica, 1998.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de Conteúdo em Jornalismo. In: LAGO, Cláudia e BENEETTI, Márcia. (Orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.

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. In: **Líbero**, v. 14, n. 27, p. 125-134, jun. de 2009.

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

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

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