

**Recolha, seleção e apresentação:
reprodução das rotinas produtivas do jornalismo nos podcasts**

*Collection, selection and presentation:
reproduction of journalism productive routines in podcasts*

Patrícia MONTEIRO¹
Fabiana SIQUEIRA²
Felipe NUNES³
Steniel Vieira CHAGAS⁴

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo analisar as rotinas produtivas jornalísticas aplicadas à produção de *podcasts*. O estudo tem como base as rotinas de produção que envolvem recolha, seleção e edição/apresentação - e utiliza como objeto de estudo o *podcast* Seleccionados, produzido por discentes do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (PPJ/UFPB). Com base na pesquisa bibliográfica, observação participante e em entrevistas semiestruturadas, identificamos que as rotinas produtivas que exigiram mais dos profissionais de jornalismo na elaboração de *podcast* são, além da recolha, seleção e edição, uma característica singular: as experiências pessoais. Isso evidencia-se pelos relatos desses estudantes e pelas experiências contidas na pesquisa.

Palavras-chave: Rotinas produtivas. *Podcast*. Jornalismo. Seleccionados.

Abstract

This work aims to analyze the journalistic productive routines applied to the production of podcasts. The study is based on production routines that involve collection, selection and editing / presentation - and uses as a study object the podcast Seleccionados, produced by students of the Postgraduate Program in Journalism at the Federal University of Paraíba (PPJ/UFPB). Based on bibliographic research, participant observation and semi-structured interviews, we identified that the productive routines that demanded more from

¹ Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. Professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: patricia.monteiro@academico.ufpb.br

² Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, com doutorado sanduíche pela Universidade Complutense de Madri. Professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: fabiana.siqueira@academico.ufpb.br

³ Mestrando em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: felipenunes.pb@globomail.com

⁴ Mestre em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: steniel15@hotmail.com

journalism professionals in the development of podcasts are: in addition to the collection, selection and editing, a unique feature: personal experiences. This is evidenced by the reports of these students and by the experiences contained in the research.

Keywords: Productive routines. Podcast. Journalism. Seleccionados.

Introdução

O conceito de rádio, antes entendido como um meio de comunicação possível a partir de ondas hertzianas e em tempo real, tendo o suporte físico do aparelho rádio como o único difusor possível de mensagem, ganhou nova dimensão nas últimas décadas. A mudança começou no fim do século XX e tornou-se mais perceptível no século XXI, com a expansão da WEB 2.0, dos sistemas de armazenamento em nuvem e de outras plataformas *online*.

A partir dessas tecnologias, a informação sonora ganhou nova dimensão, expandindo-se para outras mídias, como *smartphones*, aparelhos de televisão inteligentes, redes digitais, *sites* de notícias e diversos aplicativos. Como defende Kischinhevsky,

[...] 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).

De maneira mais ampla, a história do rádio apresenta fases distintas, reconhecidas mediante os avanços tecnológicos de cada época. A primeira fase aconteceu entre as décadas de 1940 e 1950, em meio ao surgimento de gravadores magnéticos e transistores, responsáveis, em grande medida, pela evolução eletrônica a partir de então.

A segunda fase veio entre os anos de 1980 e 1990, com a digitalização e a convergência dos meios de comunicação. Na atualidade, na visão de Cebrián Herreros (apud PRATA, 2013), o rádio encontra-se na terceira fase, marcada pelas plataformas da internet e a convergência com tecnologias anteriores.

Silva e Santos (2020) também compreendem o *podcast* a partir de três ondas ou gerações. A primeira se deu até o fim de 2011, quando o formato começa a ser consumido de modo massivo. A segunda coincide com a disponibilização de conteúdos em aplicativos nativos na Apple. A terceira geração do *podcast* inicia, segundo os autores, no começo de 2019, quando grandes conglomerados de comunicação passam a investir

no formato. Prova disso é o uso de *podcasts* por grupos brasileiros como Folha de São Paulo e Rede Globo de Televisão.

A produção de *podcasts* tem crescido, nos últimos anos, no jornalismo brasileiro e vem ganhando destaque nos portais de notícia e nas redes sociais, como forma alternativa de consumo de notícias, dividindo espaço com textos, fotografias e vídeos.

Os *podcasts* fazem parte da “terceira fase do rádio” (PRATA, 2013), que consiste na convergência midiática, proporcionada pelas novas tecnologias e pela expansão da internet. Os produtos também exemplificam o conceito de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2012), pois o formato é compreendido como a mensagem sonora reproduzida em plataformas digitais, ultrapassando as barreiras físicas do aparelho de rádio.

O interesse em realizar este estudo surgiu justamente levando em consideração esse cenário de crescimento na produção e no consumo de *podcast* e sua integração com a internet, o que permite novas possibilidades no que concerne aos processos produtivos na mídia sonora.

O objetivo principal traçado foi compreender os processos específicos de produção de um *podcast*, partindo dos aspectos das rotinas produtivas descritas por Wolf (1999) de recolha, seleção e apresentação, inerentes ao jornalismo. Para alcançar isso, após a realização de pesquisa bibliográfica sobre os conceitos de rádio, *podcast* e rotinas produtivas, optamos por lançar mão do método da observação participante, pois entendemos que através deste seria possível atentar para questões particulares, próprias da elaboração e exibição, eliminando aspectos que podem “contaminar os dados” (CASETTI; CHIO, 1999).

Neste tipo de estudo, “o pesquisador se insere no grupo pesquisado, participando de todas as suas atividades, ou seja, ele acompanha e vive, com maior ou menor intensidade, a situação concreta que abriga o objeto de sua investigação” (PERUZZO, 2005).

O grupo pesquisado neste trabalho, especificamente, foi o de discentes do PPJ⁵ da Universidade Federal da Paraíba e a imersão no processo de produção ocorreu a partir da

⁵ O Mestrado em Jornalismo oferecido pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ) foi criado em 2013. É o primeiro Mestrado Profissional do país. Disponível em: <<http://www.ccta.ufpb.br/ppj/contents/menu/programa/historico>>. Acesso em 07 ago. 2020.

produção do *podcast* Seleccionados, criado em 2019, com a finalidade de sanar dúvidas do público externo da UFPB sobre o ingresso na pós-graduação.

A observação participante foi realizada entre abril e maio de 2019 e foi executada ao longo de todas as fases que resultaram no planejamento, execução e exibição de cinco programas de *podcast* Seleccionados. Dois autores deste estudo participaram ativamente da produção de um dos episódios deste produto e acompanharam o desenvolvimento dos demais. A análise da observação participante foi feita a partir das categorias recolha, seleção e apresentação, inerentes ao jornalismo, descritas por Wolf (1999).

O estudo foi feito tendo como referência o conceito de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2012), compreendido como a mensagem sonora reproduzida em plataformas digitais, ultrapassando as barreiras físicas do aparelho de rádio.

Para compreender outros aspectos sobre o trabalho, foram realizadas também cinco entrevistas semiestruturadas com representantes de todos os grupos envolvidos no processo de produção. As entrevistas semiestruturadas (MOYA; RAIGADA, 2010) foram feitas a partir de um roteiro de perguntas pré-estabelecido, que na hora de execução, foi complementado com outros questionamentos, a partir das respostas obtidas. É uma forma de evitar que questões-chaves sejam deixadas de lado no momento de realização.

O objetivo desta etapa também foi compreender se a execução desse produto acadêmico contribuiu para o aprendizado dos estudantes sobre as rotinas produtivas de um *podcast* e se os mesmos tinham conhecimentos prévios, bem como os aprendizados obtidos a partir desta experiência. Antes de detalharmos outros aspectos da análise, é importante refletirmos sobre questões concernentes ao universo abordado.

O *podcast* como mídia sonora

No começo, houve resistência em reconhecer o *podcast* como rádio expandido. Medeiros (2005), um dos primeiros pesquisadores do fenômeno, defendia que o *podcast* não poderia ser considerado rádio porque, por exemplo, não tinha um fluxo de programação permanente nem era “ao vivo”. Tal pensamento aos poucos foi superado, a partir do entendimento de que este formato é uma expressão do conjunto de transformações operadas na atualidade, em que se tem um rádio convergente, multiplataforma, hipermidiático, como aponta Lopez (2010), e expandido, conforme destaca Kischinhevsky (2017).

O surgimento desse formato teve início a partir da criação de plataformas como o iTunes, da Apple, que possibilitou o armazenamento de músicas *online* e a autonomia dos consumidores de levarem esse conteúdo consigo para todos os lugares. Inicialmente, somente músicas faziam parte desse "cardápio" dos *podcasts*, mas com o passar do tempo novas ideias foram surgindo.

Dezenas de aplicativos permitiram que outros produtos fossem formatados, como entrevistas, debates e reflexões políticas, ao ponto de milhares de *podcasts* terem sido produzidos em plataformas *online*, como o Spotify. Hoje, os programas tradicionais de rádio já têm os seus próprios *podcasts*, expandido para plataformas que disponibilizam o conteúdo sonoro.

Pesquisas indicam o aumento da produção e do consumo de *podcast* no Brasil nos últimos anos. Em maio de 2019, o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope)⁶, revelou que 40% das cerca de 120 milhões de pessoas, no país, com acesso à internet já ouviram *podcast*.

Os resultados da PodPesquisa 2019-2020, realizada pela Associação Brasileira de Podcasters⁷, demonstram que o interesse por essa mídia é maior entre os jovens, sendo de 28 anos a média de idade dos ouvintes de *podcast*. Isso reforça que a criação de um *podcast* no âmbito da universidade, como o objeto de análise deste artigo, é uma aposta interessante da comunidade acadêmica.

Em 2020, ano em que a pandemia de Covid-19 provocou o distanciamento social como medida sanitária de combate à doença, os *podcasts* conquistaram 24% dos ouvintes, de acordo estudo do "Inside Radio" do Kantar Ibope⁸. Esta mídia reforça e atualiza características já conhecidas do rádio massivo, como a proximidade com o ouvinte, o caráter de companheiro, a linguagem simples e acessível, tornando possível o acesso e o consumo sob demanda, de acordo com o interesse do ouvinte.

As iniciativas emergem de diversos polos emissores: mídias tradicionais e alternativas, empresas nativas digitais, produções independentes, universidades, entre

⁶ Quatro em cada dez brasileiros já ouviram podcast no Brasil. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/quatro-em-cada-dez-internautas-ja-ouviram-podcast-no?brasil/>>. Acesso em: 28 mai. 2020.

⁷ Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/14fyrRYmz1QSOCI5DeEhssLQL376EbEUu/view>. Acesso em: 02/06/2021.

⁸ Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/estudos-type/inside-radio-2020/>Acesso em 15/01/2021.

outras. Na perspectiva adotada neste artigo, entende-se que é necessário compreender os aspectos particulares que norteiam os processos de produção dos *podcasts*, conforme será tratado a seguir.

As rotinas produtivas

Todo o processo informativo é composto de rotinas mais ou menos homogêneas utilizadas em sua construção. Esses processos podem variar um pouco em cada meio de comunicação, porém há rotinas principais que são comuns a todos esses meios. Na perspectiva de Sousa (1999), as rotinas produtivas são compreendidas como:

Processos convencionalizados e algo mecanicistas de produção de alguma coisa que, sem excluir que determinadas pessoas tenham rotinas próprias ou que a cultura e o meio social afetem essa produção, me parece obedecerem essencialmente a fatores socioorganizacionais. [...] No jornalismo, podem ser consideradas como respostas práticas às necessidades das organizações noticiosas e dos jornalistas (SOUSA, 1999, p. 26).

Wolf (1999) defende que há três fases ligadas às rotinas produtivas jornalísticas: a recolha, a seleção e a apresentação. A primeira fase é a recolha dos materiais informativos que vão dar forma ao produto que está se construindo, a exemplo de notícias e reportagens radiofônicas, televisivas, impressas e etc.

Conforme Wolf (1999, p. 194), "na enorme maioria dos casos, trata-se de material produzido em outro local, que a redação se limita a receber e a reestruturar, em conformidade com os valores/notícia relativos ao produto, ao formato e ao meio de comunicação". Esse processo está se intensificando a partir das milhares de fontes digitais disponíveis na rede mundial de computadores.

Wolf (1999, p. 194) também ressalta que há uma interdependência entre as fases de recolha e as fases de estruturação do material. Nesse caso, "os dois processos funcionam simultaneamente, dado que a recolha se verifica, sobretudo, através de fontes estáveis".

A segunda fase destacada por Wolf (1999) é a seleção das informações que vão compor o noticiário. Nessa fase, o processo de escolha está diretamente ligado aos valores-notícia adotados pelo veículo onde a informação será publicada, no caso específico deste estudo, a mídia sonora voltada para o ambiente da internet.

A terceira fase elencada por Wolf (1999) é a apresentação das notícias. Essa é a fase onde se organiza e se estrutura o conteúdo, dando ênfase às informações mais relevantes e que se julgam mais necessárias para o entendimento do fato noticiado.

Com o avanço das tecnologias, as rotinas produtivas dentro das redações apresentaram mudanças, afetando de forma direta o trabalho dos profissionais, desde a reunião de pauta, passando pela coleta, a seleção, a edição e a distribuição de conteúdos. Essas modificações acabaram provocando fusões e revisões nos modos de trabalho e de definição de padrões de rotinas produtivas (WOLF, 2009).

Apesar das transformações, partimos do pressuposto de que as fases de recolha, seleção e edição/apresentação seguem sendo colocadas em prática, porém com alguns ajustes. É isso o que procuramos analisar no *podcast* Seleccionados.

Uma característica que deve ser levada em consideração, no entanto, nas rotinas produtivas do jornalismo, conforme Traquina (2005), é o fator ‘tempo’, que segundo o autor “condiciona todo o processo de produção das notícias, porque o jornalismo é marcado por horas de fechamento” (TRAQUINA, 2005, p. 37).

Assim, para o referido autor, as rotinas do jornalismo são condicionadas pelo ciclo temporal, sendo a organização e o planejamento, fatores determinantes no processo de produção das notícias.

O *podcast* Seleccionados

O *podcast* Seleccionados foi desenvolvido por discentes do PPJ da Universidade Federal da Paraíba com o intuito de colaborar e orientar estudantes de graduação, profissionais, e outros públicos interessados no funcionamento do Mestrado Profissional em Jornalismo da UFPB e, sobretudo, em seus processos seletivos.

Para construir o *podcast*, os discentes da disciplina “Laboratório de Redação Jornalística: impresso, visual, sonoro, digital” foram divididos em cinco grupos de três a quatro integrantes. Cada equipe ficou responsável por escolher um tema e pela produção de um *podcast* a partir desse assunto. O processo foi conduzido e orientado pelas docentes da disciplina, que funcionaram ainda como espécie de editoras, corrigindo roteiros e acompanhando os processos de gravação no laboratório de rádio.

O grupo um ficou com o tema “Prova escrita, proficiência e avaliação do Lattes: o que preciso saber?”; o grupo dois foi responsável pelo tema “Entrevista: o que os

avaliadores querem ouvir?"; o grupo três produziu o episódio "Como definir o orientador e a condição de ingresso como aluno especial"; o grupo quatro ficou responsável pelo "Na prática: o desafio de conciliar a vida profissional e os estudos", e o grupo cinco produziu o "Mestrado profissional versus Mestrado Acadêmico: as diferenças".

Os cinco episódios do *podcast* foram disponibilizados na plataforma de áudio Spotify, agregador de música, *podcast* e vídeo. Também foram criados perfis nas redes sociais digitais Instagram e Facebook para divulgação e distribuição do conteúdo, estratégias que demonstram a convergência entre mídia sonora e internet. Nos próximos tópicos, são descritos os detalhes dos processos produtivos de recolha, seleção e edição/apresentação do Seleccionados.

Descrição da análise: a recolha

Quanto à fase de recolha das informações, para a elaboração dos produtos, os grupos estudados na presente pesquisa se valeram, em algumas situações, de um método diferente daqueles definidos por Wolf (1999). Ao invés de ir em busca de fontes, a maioria lançou mão, primeiramente, das experiências acadêmicas e profissionais, já que todos vivenciaram a graduação e passaram pelo processo de seleção do mestrado, utilizando esse conhecimento pessoal como meio principal de informações na hora de produzir os *podcasts*. Mas isso não impediu que outras estratégias de recolha também fossem empregadas.

Mesmo utilizando as vivências pessoais, os grupos dois e cinco, por exemplo, sentiram necessidade de entrevistar um professor do Mestrado em Jornalismo da UFPB, ou seja, uma fonte para corresponder ao objetivo do produto produzido. O grupo quatro também levou em consideração situações pessoais dos discentes envolvidos na produção, mas utilizou informações de fontes externas ao PPJ, como jornalistas profissionais que também já fizeram parte da pós-graduação na universidade. Estas fontes colaboraram com informações e experiências para o *podcast*.

Da mesma maneira, o grupo cinco propôs um episódio de *podcast* com base em experiências pessoais, mas também utilizou informações concedidas por uma fonte, doutora em comunicação, que forneceu dados para amparar as ideias apresentadas. O grupo um, igualmente, mostrou que as experiências pessoais foram importantes no processo de produção do *podcast*.

A seleção

Conforme Wolf (1999), as fases de recolha e seleção são interdependentes. Os grupos pesquisados informaram que os processos de escolha dos temas a serem trabalhados ocorreu a partir de experiências pessoais e de debates entre os próprios estudantes que participaram das discussões. Todos participaram desse processo e, portanto, encaixam-se nesse aspecto.

O grupo um, por exemplo, informou que a seleção do tema “Prova escrita, proficiência e avaliação do Lattes: o que preciso saber?” se deu por causa de experiências vivenciadas pelos integrantes do grupo no processo de ingresso no Mestrado. O mesmo ocorreu com o grupo cinco, que abordou as diferenças entre “Mestrado profissional *versus* Mestrado Acadêmico”.

O grupo três explicou que a decisão de construir o episódio “Como definir o orientador e a condição de ingresso como aluno especial” ocorreu devido ao grau de relevância do assunto para os participantes. Os assuntos do grupo dois e quatro foram elaborados a partir de experiências acadêmicas vivenciadas pelos próprios integrantes.

Todos esses processos podem ser comparados à definição trazida por Wolf (1999) ao processo de escolha (seleção). O referido autor ressalta que esse processo se dá proporcionalmente aos recursos disponíveis pelos jornalistas.

Quanto aos valores-notícia empregados nesta etapa, observamos que houve uma predominância de aspectos subjetivos, com uma preocupação quanto ao interesse do assunto para o público, com base nas experiências pessoais. Os grupos também se preocuparam com a forma e com a estética dos temas abordados, levando em consideração o meio, que se utiliza da linguagem falada, necessitando que o conteúdo tenha caráter explicativo.

A edição e a apresentação

Os discentes do grupo um revelaram que na hora da apresentação do material, detectaram a necessidade de inverter a ordem de alguns pontos abordados no roteiro, para que o produto ficasse coeso, de acordo com a proposta do trabalho e para que as informações fossem melhor compreendidas pelo ouvinte.

Inicialmente iríamos falar da prova escrita, depois da prova de proficiência e em seguida sobre a avaliação do currículo lattes. No dia que fomos gravar, nós fizemos uma troca na ordem dos pontos e começamos a falar sobre proficiência, depois prova escrita e, por fim, a avaliação do currículo lattes. Como é um trabalho em equipe, ele acaba influenciando até o último minuto do ponto final da produção (informação verbal)⁹.

Os grupos dois e cinco construíram a apresentação do *podcast* com base em tópicos pré-definidos na pauta. O critério foi iniciar o *podcast* falando sobre assuntos mais amplos até chegar em questões mais específicas. Desta maneira, a entrevista foi realizada com uma professora do PPJ, seguindo à risca o roteiro que foi construído anteriormente, havendo uma preocupação com a apresentação das notícias.

Este processo é semelhante ao trazido por Wolf (1999). Para o referido autor, a produção do conteúdo informativo tem dois processos: a extração dos fatos do seu contexto, e depois a reinserção dos acontecimentos noticiáveis no contexto constituído pelo formato do produto informativo.

Diferentemente do grupo cinco, os grupos um, três e quatro perceberam que os tópicos colocados anteriormente na pauta, deveriam ser ordenados de maneira distinta durante a apresentação e gravação do *podcast*.

Sendo assim, durante a apresentação, todos os integrantes desses grupos conversaram entre si, de modo a fazer com que todos os tópicos abordados ficassem interligados. “A gente se interferiu, fazendo perguntas umas para as outras, mas seguindo o roteiro, a gente gravou os ruídos, os elementos sonoros. (...) Por fim, nós fizemos a edição. Todo esse processo nós fizemos juntas” (informação verbal)¹⁰.

Considerações finais

Por meio deste estudo, constatamos que a maioria dos discentes do PPJ envolvidos na elaboração dos episódios não conhecia o funcionamento das práticas produtivas de um

⁹ Trecho da entrevista semiestruturada do mestrando e jornalista José Primitivo, do grupo um, sobre a etapa de apresentação do *podcast* Seleccionados, realizada em maio de 2019, na UFPB.

¹⁰ Trecho da entrevista semiestruturada da mestranda e jornalista Silvia Torres, do grupo cinco, sobre a etapa da apresentação do *podcast* Seleccionados, realizada em maio de 2019, na UFPB.

podcast, mas após a produção do *Selecionados*, classificou como “simples” e “fácil” este processo.

De maneira geral, as rotinas produtivas do jornalismo sistematizadas por Wolf (1999) puderam ser observadas nas práticas de produção, porém com um intercruzamento evidente nas fases de recolha e seleção, em virtude das características dos produtos que foram desenvolvidos, mais fundamentados, especialmente, nas experiências de seus realizadores.

Do ponto de vista do acesso e captação da informação, o processo foi considerado aparentemente simples, visto que boa parte das fontes foi composta pelos próprios discentes/jornalistas envolvidos na produção. As etapas de finalização do conteúdo foram semelhantes ao que acontece num programa radiofônico, com edição, supressão de trechos de entrevista e inserção de trilhas e vinhetas.

O trabalho também correspondeu a outro anseio da pesquisa: o de entender se a produção do *Selecionados* auxiliou os grupos pesquisados na compreensão do que é um *podcast*, tendo em vista que, até então, não havia afinidade por parte de todos com o formato. Quando questionados, os discentes do PPJ/UFPB disseram que a produção contribuiu com o entendimento de como funcionam as rotinas produtivas desse produto, motivando, inclusive, a realização de novos trabalhos deste tipo.

O envolvimento dos integrantes em todas as fases de elaboração do *podcast*, desde o planejamento até a exibição, facilitou esse entendimento e a percepção global a respeito do produto. Outro aspecto é o transbordamento do conteúdo sonoro, por meio da publicação de *cards* nas redes sociais digitais com o título de cada episódio. Esta estratégia indica que a internet é uma forte aliada na divulgação do *podcast*, contribuindo para despertar o usuário ao consumo dessa mídia sonora. Os discentes envolvidos no processo produtivo também incorporaram esta atividade como parte da execução do *podcast* *Selecionados*.

Referências

CASETTI, F, CHIO, F. **Análisis de la televisión**: instrumentos, métodos e prácticas de investigación. Barcelona : Paidós, 1999.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Podcasting como suporte para experiências imersivas de radiojornalismo narrativo**. In: 15º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO. São Paulo, 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo Marcelo. Rádio social Uma proposta de categorização das modalidades radiofônicas. In: Nélia del Bianco. (Org.). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. São Paulo: Intercom, 2012

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

MEDEIROS, **Marcelo de. Podcasting**: um Antípoda Radiofônico. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Brasília, 2006.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

PRATA, Nair. **Panorama da webrádio no Brasil**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Manaus, 2013.

SANTANNA, Francisco. **Mídia das fontes**: o difusor do jornalismo corporativo. Biblioteca online de ciências da comunicação. 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/santanna-francisco?midia-fontes.pdf>>. Acesso em: 01 jun. 2019.

SILVA, Sérgio Pinheiro; SANTOS, Régis Salvarani. O que faz sucesso em podcast?. **Radiofonias–Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 11, n. 1, 2020.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e seus efeitos**. As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos, Lisboa: Universidade Fernando Pessoa, 1999.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no ocidente**. Lisboa: Universidade Fernando Pessoa, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro?uma-historia-breve-do-jornalismo-noocidente.pdf>>. Acesso em: 28 maio 2019.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística / uma comunidade Interpretativa internacional. Vol II, Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5 ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999. Disponível em: < https://drive.google.com/file/d/0ByGOj9_gW1Y7OWJTeGp5LVJjcFU/view>. Acesso em: 30 maio 2019.