



Tecnologia e rádio: aproximações iniciais sobre o processo de convergência no jornalismo radiofônico¹

Roscéli KOCHHANN²

Aline RECHMANN³

Débora Cristina LOPEZ⁴

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

Resumo

O trabalho aqui apresentado é parte de um projeto de pesquisa intitulado “As novas relações do público com o jornalismo de rádio: um estudo sobre as estratégias de interação a partir de programas de mensagens instantâneas e sua influência sobre o fazer jornalístico na rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen”, vinculado ao Núcleo de Pesquisa e Extensão em Mídia Sonora (NUPEMS). Trata-se de uma primeira aproximação com a emissora escolhida para o estudo, unida à revisão de literatura sobre radiojornalismo e tecnologia. O artigo trata especificamente sobre o processo de convergência tecnológica e sua relação com a Rádio Comunitária FM, de Frederico Westphalen, com foco nas ferramentas digitais de interação.

Palavras-chave

Radiojornalismo; tecnologias, convergência; interação; fidelização.

Introdução

Os meios de comunicação se alteram constantemente, principalmente em virtude de avanços tecnológicos que transformam a maneira como o receptor vê/ouve/lê as informações transmitidas. Nesses avanços podemos citar a mudança da tecnologia analógica para a digital que ocorre com meios como a televisão, já presente no Brasil e o rádio, ainda em fase de discussão.

O rádio, e em especial o radiojornalismo, tem nos avanços tecnológicos diversas formas de redescobrir seu espaço e de se transformar. Além de avanços em tecnologia,

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social- Hab. Jornalismo Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, email: rosceli.ko@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Comunicação Social- Hab. Jornalismo Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, email: enila_re@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social- Hab. Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, email: deboralopezfreire@gmail.com



os meios de comunicação já podem utilizar-se de recursos que configuram a convergência, proporcionando conteúdos mais complexos, e de ferramentas de interação como parte da tecnologia aplicada a produções radiofônicas.

Este artigo é parte do projeto “As novas relações do público com o jornalismo de rádio: um estudo sobre as estratégias de interação a partir de programas de mensagens instantâneas e sua influência sobre o fazer jornalístico na rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen”, vinculado ao Núcleo de Pesquisa e Extensão em Mídia Sonora (NUPEMS). O projeto tem como objetivo principal compreender o papel do ouvinte interativo na definição e formulação das rotinas do jornalismo radiofônico e para tanto tem como objeto de estudo a Rádio Comunitária 97.9 FM de Frederico Westphalen. A Rádio Comunitária de Frederico Westphalen está no ar há seis anos e possui programação jornalística e musical. A escolha pela emissora se deve a busca pela compreensão de como as ferramentas digitais, predominantemente os programas de mensagens instantâneas, afetam o processo de construção da notícia em uma emissora comunitária do norte do Rio Grande do Sul.

Tendo em vista a convergência tecnológica e a tecnologia em produções radiofônicas, temos este artigo como um estudo inicial, trazendo as primeiras aproximações entre a teoria, que diz respeito a convergência no meio rádio.

Convergência

A potencialização de tecnologias vem configurando o cenário mundial de diferentes formas. As coisas mudam a cada nova invenção ou aperfeiçoamento de equipamentos. Celulares, iPods, internet, iPhones fazem parte da vida de milhares de pessoas e a sua utilização amplia-se a cada dia. Nesse cenário, torna-se necessária a discussão de uma nova tendência: a Convergência. Ela representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos (JENKINS, 2006).

No contexto atual, é impossível compreender a comunicação sem considerar a existência da convergência (GARCÍA AVILÉS *et all*, 2007). Ela afeta diretamente as práticas e as rotinas de produção de todos os veículos de comunicação. Convergência refere-se ao fluxo de conteúdos através de diferentes suportes midiáticos, à cooperação entre mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de



comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2006). Mais do que isso, para o autor convergência representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos.

É importante destacar que a convergência envolve diferentes dimensões como a empresarial, de conteúdo, profissional e tecnológica.

A convergência está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, dentro das mesmas franquias, dentro das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro dos mesmos grupos de fãs. A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação. (JENKINS, 2006,p.42)

A convergência empresarial refere-se à diversificação midiática ocorrida em empresas (SALAVERRÍA, 2008). Ocorre quando uma mesma empresa jornalística trabalha com diferentes veículos de comunicação. É o caso do Grupo RBS, quem mantém o Jornal Zero Hora, na versão impressa e on-line, a Rádio Atlântida e a RBS TV, entre outros.

Já a convergência de conteúdos, refere-se a difusão dos mesmos conteúdos através de meios diferentes(SALAVERRÍA, 2008). Trata-se da publicação das mesmas notícias em diferentes meios de um mesmo grupo, sem sofrer alteração alguma.

A convergência profissional pode ser considerada uma consequência das outras formas de convergência aqui citadas. Uma vez que uma única empresa é responsável pela produção para diferentes veículos, que conteúdos convergem e que tecnologias estão em constante inovação e utilização, é inevitável que características de profissionais da comunicação sejam alteradas. No cenário da convergência, o jornalista precisa ser mais ágil, precisa dominar ferramentas digitais e precisa ser multimídia. Essa última pode ser considerada a maior alteração ocorrida no perfil dos jornalistas dos últimos tempos. Não basta que um profissional tenha qualidade para a elaboração de textos destinados a publicação impressa, por exemplo. Hoje, se faz necessário que o profissional esteja apto a escrever textos para diferentes mídias, faça edição, fotografe, grave entrevistas, entre outras atividades. Dessa forma, ocorre uma integração de funções nas redações.



El trabajo se divide en compartimentos cada vez más reducidos, de manera que algunos profesionales llegan a cuestionarse su propia función de reporteros, porque se han convertido en “empaquetadores de contenidos”, como señalábamos antes. Hay menos redactores que buscan y generan noticias, y cada vez son más quienes se dedican a elaborar lo que se recibe de agencia o a través de otras fuentes. (SALAVERRÍA, 2008, p.42)

Neste contexto, surge o conceito do profissional multiplataforma. Trata-se do jornalista que difunde as suas informações através de vários canais diferentes, e cada vez mais, precisam ajustar o seu produto jornalístico as características de cada meio (SALAVERRÍA, 2008).

A convergência tecnológica é o que abordamos especificamente nesse trabalho. Trata-se da base da convergência nas esferas profissional, de conteúdos e empresarial. Corresponde à revolução instrumental que está tendo lugar, nos últimos anos, no processo de composição, produção e difusão da imprensa (SALAVERRÍA, 2008). Essa tendência remete essencialmente à união de diferentes mídias em um mesmo tipo de suporte digital e sugere a integração da computação e das telecomunicações.

Hoje, por exemplo, a internet difunde áudios, vídeos, textos, imagens, configurando essa união de mídias em um mesmo suporte. Outro exemplo são os celulares. Poucos, ou nenhum deles, tem a única função de fazer e receber ligações.

Nossos telefones celulares já não são apenas aparelhos de telecomunicação; eles também nos permitem jogar, baixar informações da internet, tirar ou enviar fotografias e mensagens de texto. Cada vez mais, estão nos permitindo assistir a trailers de filmes, baixar capítulos de romances serializados ou comparecer a concertos e shows musicais em lugares remotos. (JENKINS, 2006, p.41)

Esse processo de convergência traz muitas conseqüências ao mundo da comunicação. Uma das mais visíveis é a ampliação do acesso à informação e às ferramentas de transmissão e o intercâmbio de dados. O acesso à informação é potencializado pela popularização da internet. Segundo dados do PNAD (Pesquisa Nacional por amostra de Domicílios), 20,2% dos domicílios brasileiros possuem computadores com acesso a internet. A tendência é que essa porcentagem aumente, uma vez que no ano de 2006, eram 16,9% os domicílios com acesso a internet. Dessa forma, é visível que o acesso a informação está em constante ampliação.



Através da Internet, é possível acompanhar informações reproduzidas por emissoras de televisão, de rádio, jornais. Além disso, ela é capaz de quebrar barreiras de tempo e espaço, o que permite que as notícias que acontecem aqui nesse exato momento, podem ser acompanhadas praticamente em tempo real em qualquer localidade do mundo. Dessa forma, informações são trocadas por diferentes povos facilitando o intercâmbio de dados.

Outra consequência do processo de convergência é a configuração do perfil dos consumidores de mídia. Antes, esses consumidores eram passivos e hoje eles participam da construção das mídias, inclusive criticando e interagindo com os veículos. O contexto de potencialização do uso da internet facilita a popularização de canais de interação entre o público e os meios de comunicação. Isso porque a rede abre canais livres de chat como o MSN, que permitem a participação ativa do público em tempo real.

Ao se discutir especificamente o veículo rádio, é importante que se considere que ele é, por sua essência, um veículo de comunicação interativo. Podemos perceber que a participação do público na construção da programação radiofônica tem sido potencializada e uma relação entre produção e ouvinte tem sido estabelecida de forma mais intensa. O estudo dessa relação e suas consequências é fundamental para que se possa discutir a situação atual da produção de radiojornalismo.

Ferraretto (2007) acredita que o radiojornalismo passou a ser afetado mais intensamente pelo processo de convergência na década de 1990. Isso porque foi nesse momento que duas inovações tecnológicas fundamentais para a configuração das rotinas do radiojornalismo foram instituídas: o uso do telefone celular e da internet como fonte e como suporte para a informação.

Além disso, é preciso considerar que muitas emissoras acrescentam novas tecnologias, como sites, em seu cotidiano, e assim surgem diversas maneiras de tornar o ouvinte um participante ativo na produção de conteúdo. Isso acontece, por exemplo, com a Rádio Comunitária, de Frederico Westphalen. A emissora, que está no ar seis anos, mantém um site em funcionamento onde posta informações em forma de texto, disponibiliza a programação ao vivo e traz ferramentas de interação, além de conduzir o ouvinte aos contatos do MSN da emissora, facilitando assim a comunicação entre ouvinte e produção.



Tecnologia na produção radiofônica

As mudanças e inovações tecnológicas desenvolvidas nos últimos anos, aplicadas aos meios de comunicação através de processos e equipamentos oriundos do desenvolvimento do audiovisual, informática e das telecomunicações, estão levando a uma reformulação, não só no modo como recebemos as informações, mas também, no modo como os meios de comunicação processam e veiculam informação e entretenimento.

A radiodifusão não é exceção a esta tendência, portanto, tem passado por transformações constantes, desde a sua criação. Tecnologias como a proporcionada pelo fonógrafo, que deu ao rádio uma maneira de veicular música gravada, e o desenvolvimento da indústria de discos deram impulso ao rádio (SOUSA, 2002), possibilitando que o mesmo viesse a se tornar um meio de comunicação eficaz na transmissão de informações.

A busca por um meio que possibilitasse a transmissão de palavra falada e sons em geral, não foi nada fácil. No caminho até o rádio como conhecemos hoje, foram inventados equipamentos como telégrafos fonógrafos, gramofones e telefones. Somente em 1910 é que se obteve, de forma experimental, a transmissão de voz do tenor italiano Caruso. Em seguida, com o advento da Primeira Guerra Mundial, o rádio passou a ser utilizado para comunicação no campo da espionagem e chegou a ser protegido por leis do governo que não permitiam a exploração de patentes (SOUSA, 2002).

Relatos como o do jornalista Milton Parron, demonstram uma possibilidade de transmissão para rádio no ano de 1974, quando do incêndio ocorrido no prédio Joelma:

Nossa viatura, como as demais da emissora, era equipada com um transreceptor que possibilitava pôr no ar entrevistas e boletins, desde que não fossem muito longos, uma vez que a fonte de alimentação de energia era a própria bateria do carro. (PARRON, 2002-2003, p.38)

Após a queda das restrições de patentes para o rádio, a Westinghouse Electric montou a estação KDKA e passou a “transmitir as eleições para presidente de 1920, mantendo um esquema regular diário de programas” (SOUSA, 2002, p.7). A KDKA chegou a ter audiência no Brasil, através de receptores importados.



Discos de longa duração, ou *Long-playing* (LP) e fitas magnéticas, foram esses os primeiros meios de gravação de sons, utilizados inicialmente para a gravação de concertos.

Após muitos anos de buscas por meios de gravar e/ou transmitir voz humana e música, o rádio passa a demonstrar sua capacidade de permitir que o fluxo de informações não fique mais restrito a qualquer tipo de fronteiras, sejam elas humanas, locais e até mesmo nacionais. Conforme Gisela Swetlana Ortriwano, como “primeiro meio de comunicação eletrônico, operando na velocidade do som, o rádio já nasce *glocal*, termo cunhado recentemente em função das tecnologias hoje disponíveis: tanto contava os fatos do mundo como os da casa do vizinho.”

O domínio sobre os meios de comunicação, especialmente após a publicação, em 1993, de um documento intitulado “*Tecnologia para o crescimento econômico norteamericano: uma nova direção para construir poderio econômico*”, passa a ser muito valorizado. (SOUSA, 2002, p.10)

Com a crescente expansão e valorização dos meios de comunicação, muitas tecnologias passam a ser criadas para aprimorar a captação, produção e transmissão do rádio. Nos dias de hoje, no que diz respeito à captação de áudio, já não são mais necessários aparelhos que possibilitem gravação em fitas-rolô ou mesmo fitas K7. Gravações podem ser obtidas, com qualidade e agilidade, através de gravadores digitais ou mesmo através de aparelhos celulares.

No entanto:

Os gravadores magnéticos, utilizando um fio metálico, representaram um recurso apreciável não só para uso das forças armadas, como para os jornalistas que trabalhavam no rádio. Foram, também, precursores dos equipamentos que apareceram no pós-guerra, enriquecendo a técnica de registro, edição e preservação dos acontecimentos de significado histórico – sempre com a indispensável presença do rádio e dos profissionais do rádio. (TAPARELLI, 2002-2003, p.19)

A produção de notícias ou de programas musicais passa a utilizar recursos além dos meios tradicionais como a ida às ruas, participação do ouvinte através de cartas e telefonemas. Possibilidades como o envio de mensagens, vídeos, fotografias e possibilidade de gravação de áudio através de aparelhos celulares, proporcionam a instantaneidade, característica do rádio. O avanço de tecnologias da informática passa a disponibilizar programas para a edição e automação de tarefas antes feitas de formas muito mais trabalhosas como a utilização de cartucheiras.



Presente na maioria das emissoras de rádio, mesmo nas do interior, o computador veio revolucionar a linguagem do meio e de outras mídias. A revolução do micro fez com que surgissem profecias vaticinando o fim do jornal impresso, por exemplo. No rádio, a informática veio ajudar, melhorando a qualidade de som, eliminando os “buracos” e facilitando até a burocracia das emissoras, pois existem sistemas que emitem automaticamente relatórios de irradiação de comerciais para comprovação junto aos clientes dos verdadeiros horários de veiculação da propaganda. (SOUSA, 2002, p.13-14)

Ainda em relação à produção de notícias para o radiojornalismo a internet veio acrescentar um vasto leque de possibilidades, como a apuração de notícias e informações atualizadas através de sites especializados e agências de notícias. Ao disponibilizarem conteúdo em sites, as agências de notícias possibilitam às emissoras de pequeno porte o acesso a informações que estão fora da abrangência da rádio, mas que podem alcançar relações de proximidade com o ouvinte.

A rotina prevê que a *radioagência* disponibilize à fonte/cliente uma equipe técnica e jornalística. O custo do trabalho varia de acordo com o tamanho da equipe e a frequência com que as *notícias* são produzidas e transmitidas. Ele se altera também em função do formato e da tecnologia utilizada. Quando são *reportagens* e ou entrevistas, o material é rotineiramente disponibilizado via internet ou telefone. A primeira modalidade é denominada *passiva*. Ela é mais barata, mas depende da iniciativa das rádios em acessar a Internet e de *descarregar* o conteúdo formatado em MP3. A segunda modalidade, denominada *ativa* pelo fato da radioagência tomar a iniciativa de contatar a emissora, prevê a transmissão do produto jornalístico via telefone aos estúdios. Esta operação é mais cara, envolve o uso de ligações individualizadas, mas aporta maior segurança no uso do material ofertado. (SANT’ANNA, 2008, p.81)



The screenshot shows the homepage of Agência Radioweb. At the top left is the logo and the text 'AGÊNCIA RADIOWEB' and 'A maior agência de notícias para rádios do Brasil'. To the right is a 'blog de notas' banner with the slogan 'Quem somos, além da nossa voz'. Below the header is a navigation bar with links for 'Inicial', 'Cadastrar-me como Rádio Parceira', and 'Fale Conosco'. The main content area is divided into two columns. The left column, titled 'Portal Rádios', has a sub-header 'Acesso Restrito' and contains a login form with fields for 'E-mail' and 'Senha', and buttons for 'Esqueci minha senha' and 'Ainda não tenho senha'. It also displays statistics: '1.855 rádios afiliadas' and 'Boletins Veiculados' with a breakdown: 4.382 hoje, 5,2 por minuto, 376,2 por hora, and 141.015 no mês anterior. Below this is a section 'Últimos Destaques' with a list of news items. The right column, titled 'Portal Internauta', has a sub-header 'Acesso Livre' and features a 'Vitrola Brasileira' banner with a play button and the text 'Clique aqui para ouvir música e informação'.

Sites como o da Agência Radioweb (<http://www.agenciarioweb.com.br/home.php>) podem ser enquadrados na modalidade passiva, segundo a classificação de Sant' Anna acima citada, pois gerenciam conteúdo e áudios que podem ser baixados e utilizados de forma livre e gratuita. Neste caso, basta que a emissora interessada passe a ser a chamada Rádio Parceira, fazendo um cadastro para que possa dispor das matérias.

No ícone, apontado no cabeçalho do site, encontra-se o atalho para cadastro de rádios parceiras. Neste cadastro, as emissoras interessadas em se afiliar à Agência Radioweb aceitam um Termo de Parceria e cadastram um e-mail e uma senha para que possam fazer download de conteúdos em áudio (conforme indicado no espaço para *login*). O ícone apontado abaixo dos “Últimos Destaques” pode ser utilizado pelas emissoras cadastradas para baixar os áudios.



2.1 Ferramentas de Interatividade da Rádio Comunitária 97.9 FM

A rádio comunitária 97.9 FM, de Frederico Westphalen, tem apostado em ferramentas de interatividade para chegar mais perto de seus ouvintes. Através da internet, no site da rádio (<http://comunitaria.com.br/>), os internautas possuem opções de interatividade como: um mural de recados, um espaço para pedir músicas e um espaço para contato entre os ouvintes/internautas, através do espaço “Galera MSN”. A rádio também dispõe da possibilidade de envio de mensagens através de aparelhos celulares, as chamadas SMS (*short message service*, ou envio de mensagens curtas).

Interatividade é um termo que ganhou expressão na atualidade com a disseminação das novas tecnologias de comunicação. Pensar a questão da interatividade relacionada à mídia é uma tarefa complexa não só pela natureza do assunto em si, mas pelo contexto de velozes transformações no qual ele está inserido. (MIELNICZUK, 1998, pág. 12)

O mural de recados permite que os internautas interajam, deixando opiniões, críticas ou sugestões sobre a programação, os comunicadores ou sobre a emissora, no geral. As mensagens encaminhadas para o mural podem ser visualizadas por qualquer internauta que acesse o site da rádio.



A B R A C C O

COMUNITARIA FM
A comunicação feita por você
Frederico Westphalen - RS

Você esta na melhor! 97.9 FM

MENU

- Principal
- Notícias
- Álbum de fotos
- Mural de recados
- Top 10
- Programação
- Peça sua musica
- Galera MSN
- Agenda
- Downloads
- Aniversariantes
- Equipe
- Contato
- Enquete
- Previsão do tempo
- Associados

Ao vivo

Mural de Recados

Total 129 entradas. [Assinar](#)

Visualizar página 1 de 13

[Próxima](#) | [Anterior](#) | [Última](#)

James Salomão - Cuiabá-MT Assinado em 07/14/08 - 1:50 PM
OI! irmãos, parabens pelo sucesso, tambem faço parte da gloriosa luta pelas rádios comunitárias, sou da Coxipá FM em Cuiabá - MT, agora estou em casa ouvindo a programação on-line, manda um abraço para os cuiabanos hehehehe, parabéns abraços.....

LILIAN Assinado em 07/08/08 - 9:58 PM
AI GALERA, BELEZA, UM BJAUM PRA GALERA DE FRED. TO EM FLORIPA, BJAUM PRA ELISANDRA E ALINE LIPPI, SAUDADES DAS FESTAS AMIGAAAA 🙌🙌

harry Assinado em 07/08/08 - 11:23 AM
ai galera em breve ai na sua cidade vai ser inaugurada uma casa nouma que sera aberta todas as noites!! aguardem

No espaço para pedir músicas, a interação dos ouvintes/internautas se dá através da indicação de músicas que gostariam de ouvir durante a programação.



Através de um cadastro, no site da Rádio Comunitária de Frederico Westphalen, os ouvintes/internautas passam a fazer parte de uma lista de cerca de 570 contatos, que também ficam disponíveis para visualização no site da rádio.



A Rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen disponibiliza, ainda um canal para comunicação através de SMS. As mensagens enviadas para esse número chegam a emissora em pouco tempo e se transformaram em uma importante ferramenta de interação da rádio com o seu público. Os ouvintes podem enviar mensagens contendo pedidos de músicas ou informações em tempo real.

Todas essas ferramentas, disponibilizadas no site da rádio em questão, se transformam num importante meio de interação entre a comunidade e a rádio e acabam também por aprimorar a programação.

Considerações Finais

Como citado anteriormente, esse artigo é uma primeira aproximação com o veículo escolhido como estudo de caso, a Rádio Comunitária Fm, de Frederico Westphalen. Através desse trabalho, foi possível compreender um pouco sobre relação



entre o contexto da convergência e a realidade da produção radiofônica da emissora em questão.

O estudo é parte de um projeto mais amplo, que pretende analisar as novas relações do público com o jornalismo de rádio. Dessa forma, o estudo pretende observar como ocorre a interação entre ouvinte e produção, a partir de canais de comunicação on-line, como o MSN, por exemplo. Considera-se que essa interação contribui para o processo de fidelização de público, o que acaba alterando significativamente as formas de se produzir radiojornalismo no contexto da convergência. Assim, esse estudo não é final.

A emissora observada apresenta algumas ferramentas de interação entre público e produção, como site, o MSN e as mensagens SMS. Nessas três ferramentas, é possível perceber a existência da convergência. Nas site, por exemplo, isso é perceptível quando encontramos notícias em texto ao lado da programação ao vivo que a emissora oferece. O MSN e as mensagens SMS são um exemplo de convergência tecnológica, uma vez que se faz uso de telefones celulares e computadores conectados a internet para estabelecer interação entre o ouvinte e os comunicadores.

Consideramos ainda que seja necessária a realização de uma análise mais detalhada sobre as ferramentas disponibilizadas no site da emissora, bem como um estudo específico sobre a utilização de ferramentas interação ouvinte/emissora, especificamente os chats, como prevê o projeto inicial.

Referências Bibliográficas

- SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado: convergência de médios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Editorial Sol 90, 2008.
- MIELNICZUK, L. **Jornalismo on line e os espaços do leitor: um estudo de caso do Net Estado**. Dissertação de Mestrado – UFRGS/PPGCOM, Porto Alegre, 1998
- ORTRIWANO, G. S. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. **Revista USP**, nº 56, dez-fev 02-03. São Paulo: USP.
- PARRON, M. O radiorepórter: no Joelma eu também chorei. **Revista USP**, nº 56, dez-fev 02-03. São Paulo: USP.
- SANT'ANNA, F. Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas. **Líbero (FACASPER)**, v. 11, p. 75-92, 2008.



SOUSA, M. B. Evolução tecnológica da radiodifusão In: **XXV Congresso brasileiro de ciências da Comunicação**, 2002, Salvador. CD XXV Congresso brasileiro de ciências da Comunicação, 2002. v. 1.

TAPARELLI, C. H. A. **A evolução tecnológica do rádio**. Revista USP, nº 56, dez-fev 02-03. São Paulo: USP.

PORCENTAGEM DE domicílios com acesso à internet. Disponível em: http://conhecimento.incubadora.fapesp.br/portal/wiki/PorcentagemDeDomic_c3_adliosComAcesso_c3_a0Internet, acesso em: 03 de julho de 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

GARCÍA AVILÉS, Jose Alberto et alli. Métodos De Investigación Sobre Convergencia Periodística. In: **Seminário do Acordo de Cooperação Brasil-Espanha**. FACOM/UFBA - 3 a 7 de dezembro de 2007.

FERRARETTO, Luiz Artur. Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. In: **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.