



Análise de Elemento Hipermediático na *Web Rádio Da Hora*: A Fugacidade¹

Tiago SPEZZATTO²

Débora LOPEZ-FREIRE³

Universidade Federal de Santa Maria – UFSM
Centro de Educação Superior Norte/RS – Cesnors

RESUMO

Este artigo prestou-se a uma pesquisa feita no site da rádio da Agência experimental de notícias Da Hora: *Web Rádio Da Hora*, entre os dias 19 de setembro (segunda-feira) e 04 de outubro (terça-feira) de 2011, na qual foram analisados elementos do rádio hipermediático em relação ao rádio tradicional. A análise baseou-se prioritariamente em fazer uma analogia entre a característica fugacidade no rádio hertziano com relação ao novo conceito de hipermediático, considerando que o consumo sob demanda atua como que diminuindo a fugacidade no rádio da internet. Nesse contexto, foi observada a página do *podcast* da *Web Rádio da hora* a fim de avaliar em que medida que esta rádio online se propõe a suprimir a fugacidade em seu site.

PALAVRAS-CHAVE: radiojornalismo; rádio hipermediático; fugacidade;

INTRODUÇÃO

O rádio é um meio de comunicação que desde os seus primeiros experimentos, se tornou um meio comunicacional quase universal. Num país como o nosso, o rádio é muito mais do que um veículo das massas, pois transcende à sua função meramente informativa, e atinge um sistema de distribuição de mensagens mais extenso, ágil e barato. É fato que nos dias atuais, o meio rádio perdeu um pouco daquela admiração que havia em seus primórdios, mas ainda resiste às inovações tecnológicas, e em vezes adequando-se a elas.

Com base nisso, o presente trabalho busca analisar, fazendo uma comparação entre as principais características do rádio de antena – monomídia, instantaneidade, proximidade, público amplo e heterogêneo – e as principais do rádio hipermediático – hipertextualidade, interatividade, personalização e fluxo sobre demanda -, em especial a fugacidade.

¹ Trabalho apresentado no IJ – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: tiagospezzatto@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFSM/Cesnors, email: deboralopezfreire@gmail.com



Ferraretto (2001) distingue dois pontos fundamentais na definição de fugacidade no rádio de antena: o primeiro diz respeito à inerência da mensagem radiofônica, porque depois que foi dada a mensagem, somente se o ouvinte estiver gravando o programa poderá recuperá-la. O segundo fala sobre obsolescência da informação, que significa que assim que a notícia é dada ela já se torna obsoleta, e só deve ser recuperada sob um novo ponto de vista.

Ao contrário, o rádio hipermidiático permite a hospedagem da programação no site da rádio. Caso o ouvinte não tenha acompanhado a programação ao vivo ou queira recuperar algo do programa, poderá acessar o site e, usando o dispositivo de áudio *podcast*, selecionar o programa desejado e ouvi-lo.

A análise terá como objeto a *Web Rádio da Hora*, que tem hospedagem em site próprio (<http://decom.cesnors.ufsm.br/dahora>), e também no site da Agência de Notícias Da Hora (<http://200.132.38.201:8080/dahora>), ambos vinculados ao Departamento de Comunicação da UFSM/Cesnors, de Frederico Westphalen.

A *Web Rádio Da Hora*, há dois anos no ar, tem em sua programação uma mescla entre programas de entretenimento, com destaque para os musicais, e programas informativos, dentre os quais encontramos: síntese noticiosa (Correspondente Da Hora, diariamente, às 11h30min), rádio jornal (Produção da disciplina de laboratório de radiojornalismo II), programa de entrevista (Café Da Hora, segundas-feiras, 13h30min) e mesa-redonda (Jogada Da Hora, quintas-feiras, às 19h30min), entre outros. Todos os programas da rádio têm produção e apresentação dos acadêmicos do curso de jornalismo. A *Web Rádio Da Hora* tem como responsável o professor Carlos Dominguez e a direção de programação e técnica do acadêmico Mauricio Cattani.

A análise foi feita no período entre os dias 19 de setembro (segunda-feira) e 04 de outubro (terça-feira) de 2011. Foi analisado o *podcast* da rádio, o qual se enquadra como sendo o elemento principal da fugacidade, no veículo pesquisado.

Justifica-se a elaboração do presente artigo por se tratar de uma pesquisa que abrange os meios tecnológicos mais recentes e que estão em metamorfose constante. Com isso, mostrar a migração do rádio tradicional para uma plataforma multimídia, que engloba não só o meio rádio, mas também vídeos e elementos típicos de outros veículos comunicacionais, que desta forma fazem com que o jornalista se transforme um profissional multiplataforma, produzindo para vários meios ao mesmo tempo.



OBJETIVOS

O presente estudo tem por objetivo geral analisar o elemento fugacidade no site da *Web Rádio Da Hora*, de forma a mostrar a evolução desta característica no meio em questão. Nesse ínterim, levando em conta que está é uma peculiaridade, que com uso da memória, é única das rádios web.

Com base neste objetivo geral, desenvolvemos os seguintes objetivos específicos:

- Conhecer as características do rádio tradicional
- Mostrar as características do rádio hipermediático
- Comparar a fugacidade nos dois tipos de veículo
- Conhecer o histórico da *Web Rádio Da Hora*

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para formatação dos conceitos e enriquecimentos do estudo, o presente artigo comungará das teorias estudadas e defendidas por autores como Gisela Swetlana Ortriwano (1985), Nair Prata (2011), Emilio Prado (1989), Luiz Artur Ferraretto (2001), Débora Cristina López-Freire (2010) que tratam das características do jornalismo radiofônico, bem como, da estruturação da informação no rádio tradicional e rádio hipermediático. Para maior embasamento teórico, vários outros estudiosos do assunto serão consultados, de modo que também serviram de referências na construção da análise e elaboração do artigo.

O presente artigo funda-se num estudo de caso da *Web Rádio Da Hora* (<http://decom.cesnors.ufsm.br/dahora>), que tem seu conteúdo produzido por acadêmicos do curso de jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, no Centro Superior Norte de Ensino do Rio Grande do Sul (CESNORS).

A consulta para obtenção de material para análise foi feita online no site da rádio, já que o objeto ao qual este artigo se propõe analisar fica hospedado no site e não precisa ser ouvido ao vivo ou gravado. A análise deste estudo foi feita no intervalo de tempo entre os dias 19 de setembro (segunda-feira) e 04 de outubro (terça-feira) de 2011. O artigo, bem como a análise, se deterá na característica do rádio conhecida como fugacidade. Mas conceitos que explicam outras características do rádio antena e hipermediático também se farão presentes.



FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Devemos levar em conta que o rádio é uma mídia que possui características únicas diante dos outros meios, como instantaneidade, monomídia, simultaneidade e fugacidade, entre outras. Com a migração do meio rádio tradicional para a hospedagem em plataforma multimídia (internet), algumas dessas características sofreram alterações, em especial a fugacidade. Antes, ela era considerada pelo rádio hertziano um dos principais problemas, pois este não disponibiliza memória.

Linguagem e estrutura da informação no rádio tradicional

O rádio passou por inúmeras mudanças e adaptações com intuito de sobreviver aos impactos causados pelos avanços tecnológicos, e, por consequência, conduziu a uma coabitação de gêneros e suportes multimídia no ciberespaço. Mas as características principais que tornaram o rádio um veículo comunicacional único ainda persistem. Barbosa Filho (2003) traça uma ampla caracterização dos gêneros e formatos jornalísticos no rádio:

1. Gênero jornalístico: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas ou debates, programa policial, programa esportivo, divulgação tecnocientífica.
2. Gênero educativo-cultural: programa instrucional, audiobiografia, documentário educativo-cultural, programa temático.
3. Gênero de entretenimento: programa musical, programação musical, programa ficcional, programete artístico, evento artístico, programa interativo de entretenimento.
4. Gênero publicitário: spot, jingle, testemunhal, peça de promoção.
5. Gênero propagandístico: peça radiofônica de ação pública, programas eleitorais, programa religioso.
6. Gênero de serviço: notas de utilidade pública, programete de serviço
7. Gênero especial: programa infantil, programa de variedades.

Dentro de todas essas características apontadas por Barbosa Filho (2003), há de se levar em conta a linguagem e a estruturação da informação dentro desses formatos de programas radiofônicos. A linguagem no meio rádio é bastante particular, pois as informações, para se adequarem ao meio radiofônico, adquirem formas específicas, sendo assim, a estrutura gramatical de um texto para rádio deve buscar a clareza e



simplicidade expressiva, sendo o primeiro item uma das principais características da redação radiofônica. Prado (1989) chama a atenção para dois pontos para explicar porque a mensagem radiofônica deve ser clara e simples. A primeira é a diversidade do público, e a segunda, as diferentes situações da audiência. Observando esses conceitos, o objetivo da informação como mensagem radiofônica é manter o ouvinte a par de tudo que de interessante e atual ocorre em sua volta.

Para fazermos uma estruturação de notícias no rádio, primeiramente precisamos encontrar o verdadeiro conceito de notícia no rádio. Ortriwano (1985) aposta que considerando a notícia a base de toda a atuação informativa. Dependendo do tratamento que receba na elaboração da mensagem, a notícia pode apresentar-se:

- a) em sua forma pura, limitando ao relato simples do fato em sua essência;
- b) em sua forma aplicada, incluindo-se aí reportagens e comentários, tanto interpretativos como opinativos.

Desta maneira, os critérios e conceitos colocados por Ortriwano (1985), e levando em conta que o rádio tem um estilo próprio de veiculação da informação, a questão é: como estruturar a narrativa da notícia para facilitar o entendimento do ouvinte? Sabemos que o rádio antena não dispõe de memória, o que faz com que o ouvinte esteja atento, pois uma vez transmitida a informação ela não será repetida, a não ser que haja uma reprise do noticiário. A linguagem além de simples e clara, tem que vir em voz ativa, pois utilizar a voz passiva diminui o impacto da notícia por deslocar o foco de interesse do quem para o quê. Dar preferência sempre ao tempo verbal no presente. Evitar formas no plural, preferencialmente usa-se o singular, que bem utilizado, dá a mesma idéia de conjunto, tudo em texto corrido numa ordem direta ordenando, se possível, a frase em sujeito + verbo+ complemento.

A estrutura da notícia no meio rádio, também tem características próprias, que podem variar de um formato de programa para outro, mas, de modo geral, segue a regra do lide, onde as notícias são desenroladas e transmitidas em ordem decrescente de importância respondendo as seis perguntas básicas: Quem? Que? Quando? Onde? Como? Por quê? Mas a estruturação do texto jornalístico para rádio tem suas características essenciais que o diferenciam de certa forma dos demais textos jornalísticos.

O texto jornalístico é um resumo que inicia sempre pelo aspecto mais importante do fato, hierarquizando os detalhes restantes (técnicas de



pirâmide invertida). A notícia no rádio não é, entretanto, apenas correspondente do lide da imprensa escrita. Possui suas próprias características para abertura e desenvolvimento do texto e, em conjunto, deve responder às indagações clássicas do jornalismo (FERRARETO, 2001, p. 202)

Mesmo seguindo as regras básicas do jornalismo tradicional, com a estruturação em pirâmide invertida e lide, a estruturação da notícia em rádio segue padrões próprios em sua elaboração, mas sempre tentando fazer-se entender por si só. Sua linguagem e estruturação sempre tem que trazer o máximo de clareza, correção, concisão e vibração, para assim fisgar e manter a atenção do ouvinte, que com frequência, dedicam-se a outras atividades enquanto houver rádio, fazendo com que o mesmo compreenda com facilidade a informação no momento exato em que escuta.

Rádio Hipermidiático

O rádio ocupa um lugar de destaque na história da comunicação. Desde sua criação, além de comunicar e entreter, o rádio foi propagador de informações sobre guerras, instrumento de denúncia, transmissões esportivas e de fatos que marcaram o mundo. Com o passar dos anos o veículo sofreu transformações no campo físico e programacional.

O rádio chega ao Brasil através da indústria norte americana, em 7 de setembro de 1922. A partir de então, com investimentos significativos no meio de comunicação mais eficaz da época, começam a surgir as primeiras rádios no país. O período de 1940 a 1955 marca a melhor época do veículo rádio. Ficou conhecido como a era de ouro do rádio no Brasil. Marcado pela ascensão das radionovelas e programas de auditório.

A grande queda do rádio veio a partir da introdução da televisão no Brasil, em 1950. Com isso muitos profissionais do rádio migraram para a TV. No início da década de 60 surgem as rádios em frequência modulada (FM), assim a rádio parte para sua segmentação, gerando uma maior qualidade de som. As duas caras do rádio passam a ser AM (informação) e FM (entretenimento).

Na década de 90 com o advento da Internet, o rádio tradicional sofreu, e ainda esta sofrendo, modificações. Nesse período muitos deram à história do rádio antena como encerrada, mas o que ocorreu, na realidade, foi não só a manutenção e crescimento do veículo nas casas brasileiras, mas também uma adaptação do mesmo à lógica da grande mídia. Sendo essa adaptação ao modelo tecnológico exigido pelo



mecanismo chamado internet, que tem como características primordiais a interatividade, hipertextualidade, o uso da memória dentre outros meios que a caracterizam.

A rádio na internet oferece maior possibilidade de segmentação, uma vez que é possível transmitir várias programações diferentes simultaneamente. Com a era digital as possibilidades para as rádios foram ampliadas. A digitalização permitiu a expansão da rádio (antena), ou seja, a transmissão através das ondas de frequência AM e FM, passaram a estar disponível na internet, através das *web* rádios e da telefonia móvel. Isso se tornou possível, devido à liberdade na rede, que possibilita baixos custos, tornando fácil a criação de portais. Barbeiro e Lima (2001) afirmam que, com o advento da internet, os aparelhos de rádio e de televisão, como conhecemos hoje, irão desaparecer e migrarão para o computador. Sendo assim as emissoras, por sua vez, podem investir na rádio *web* como uma forma de aumentar a audiência, oferecendo ao público, cada vez mais exigente, uma programação segmentada e especializada, com a possibilidade de escolher o programa que deseja ouvir em qualquer hora do dia e em qualquer parte do mundo. Ao contrário do [rádio](#) tradicional, o rádio na internet não está restrito ao áudio, tampouco impõem limites de alcance geográfico. Sua transmissão pode vir acompanhada de imagens, vídeos, textos, fotos, *links* ou através de quadros de mensagens e salas de conversação, tornando a comunicação muito mais dinâmica, tornando-se um rádio hipermediático, pois converge várias mídias no mesmo suporte, tendo como características principais do meio a multimídia, hipertextualidade, interatividade, atualização contínua, personalização e memória, conforme Loper-Freire (2010).

O rádio hipermediático se consolidou através da internet, ferramenta que permite sua disseminação, e por ser a plataforma que sustenta texto, imagens, áudio, *links* e memória, o que caracteriza o rádio hipermediático.

A mudança de interface no rádio hipermediático, em que o ouvinte agora pode lidar com informações textuais e dispositivos paralelos – seja no rádio digital (com informação sonora ou multimídia), no rádio analógico ou na internet – cria uma relação diferenciada entre o veículo e o público. Uma das alterações principais é a disponibilização de conteúdo sob demanda. (LOPEZ-FREIRE, 2010, p. 122)

Desta maneira, mesmo que o rádio hipermediático se caracterize por convergir numa só plataforma de informação *links*, imagens, textos, seu foco principal continua sendo o áudio mesmo que fale em várias linguagens e em distintos suportes. Outros



meios sonoros que caracterizam o rádio hipermediático são: clipes, *audioslideshow*, charge eletrônica e *podcast*. Dentre essas características Lopez (2010) diz que uma emissora necessariamente não precisa ser hipermediática. Ela precisa encontrar seu espaço através de ferramentas disponíveis e da identidade de seu papel em momentos iniciais do processo de convergência tecnológico. O primeiro nível desse processo diz respeito ao período de informatização nas redações. O segundo fala sobre a tecnologia nas diversas etapas do processo, e por fim, a produção multimídia.

O que se observa, é que o jornalista a partir desse contexto, se tornou multiplataforma, precisa saber produzir para diversos meios. Desde modo, o profissional multitarefa pode por em risco a qualidade da informação. Por isso, o mesmo não deve ser responsável pela produção e alimentação de vários veículos do grupo.

Fugacidade

O elemento fugacidade foi responsável pela formação de várias características do rádio, entre as quais nós podemos destacar o método de produção textual, que valoriza a repetição de algumas informações, a fim ajudar o ouvinte que perdeu alguma informação ou ouviu parcialmente. A programação diária do rádio também é marcada pela fugacidade, já que não teme por divulgar a mesma informação ao longo dia, claro, com uma abordagem diferente. Conforme veremos a seguir com Ferrareto (2001).

O autor (2001) expõe que a informação no radiojornalismo é marcada pela instantaneidade, o que só ocorre em função dos meios tecnológicos pelo qual o rádio faz uso. Nesse momento vemos a ligação que há entre a produção jornalística e as características tecnológicas de um meio de comunicação. As características do veículo vão se formando em torno de seu suporte e adequam-se ao longo da história. Como diz Prado (1989), no começo do rádio, seus textos eram os mesmos do jornal impresso lidos para o ouvinte, técnica que ficou conhecida por *Gillete Press*.

Ao longo dos anos o rádio se firmou como veículo de notícia instantânea e dinâmica, formando suas próprias características. A fugacidade tornou-se ponto decisivo nesse contexto. Ferrareto (2001) apresenta dois aspectos importantes a respeito da fugacidade: o primeiro diz respeito a inerência da informação no rádio, que é pertinente ao texto, feito visando que o ouvinte não esteja concentrado ao ouvir,



portanto valorizando a redundância a fim retomar a mensagem para que seja compreendida.

A segunda característica apontada por Ferrareto (2001) é a obsolescência da informação. Ele (2001, p. 27) nos diz que esta é oriunda da teoria que “a notícia no rádio já se obsoleta simultaneamente a sua transmissão, já que deve ser a mais atual possível, de preferência daquele momento”. Nesse ínterim, a notícia deve ou pode ser retomada ao longo da programação para que seja retomado seu conteúdo ao ouvinte que perdeu, não obstante ela seja tratada sob um novo ponto de vista ou traga novas informações.

ANÁLISE

No período analisado, que se estendeu por duas semanas, foram feitas apenas duas atualizações no *podcast* da *Web Rádio Da Hora*. As postagens correspondem ao programa Correspondente Da Hora dos dias 21 de setembro, com duração de 40min55s, e do dia 26 de setembro, com duração de 18min41s.

O *podcast* fica hospedado no site da rádio, que faz parte do site do Departamento de Comunicação do Cesnors. No *template* do site, há uma barra de menus na parte superior, com a opção Rádio da Hora, entre outras. Do *link* Rádio Da Hora abrem os link “Programação” e “Podcast”. No item podcast há uma separação por programas. Os programas disponíveis são: Correspondente Da Hora, Café Da Hora, Programas Lab. Rádio, Jogada Da Hora e Gols da Segundona.

Constatamos que os programas disponibilizados ficam hospedados na íntegra, em formato original, obedecendo a uma linguagem e estrutura de programa radiofônico de antena. Portanto, sem sofrer alterações para adequarem-se a web. O que não conota empenho em adequar este veículo ao futuro do rádio, como supracitado.

Os programas ficam hospedados em um servidor de *podcast* chamado *PodOmatic*. Este site permite armazenagem e também funciona como *player* do arquivo de áudio. Os arquivos precisam ser ouvidos online, por meio do player do *PodOmatic*, sem possibilidade de serem baixados.

Durante a programação da *Web Rádio Da Hora* existem intervenções mencionando o *podcast*, mas não há especificação do conteúdo. O comercial apenas diz que há um *podcast* com arquivos para serem ouvidos, mas não há comprometimento com número de postagens ou até mesmo com os programas que serão disponibilizados.



Os conteúdos ficam hospedados ao site por tempo indeterminado. São excluídos do *podcast* conforme a determinação e avaliação dos responsáveis pelas atualizações do site.

Outro meio utilizado pelo site da rádio que está relacionado com a fugacidade é o *Flipzu*. Esta ferramenta funciona de modo a permitir que, assim que terminado o programa ao vivo, já seja gerado um *link* que executa sua repetição, na íntegra. Para que possa ser possível a utilização dessa tecnologia, o programa tem de ser gravado nesse dispositivo pelo seu operador de áudio. Programas como Jogada Da Hora, Café Da Hora, já fizeram uso deste meio. Contudo, não há regularidade nas exibições.

Além dos conteúdos já citados que se enquadram dentro do período pesquisado, o *podcast* disponibilizava, no momento da pesquisa, um arquivo do programa Café da Hora do dia 12 de setembro, bem como o programa do Lab. de rádio do dia 28 de agosto, entre outros. Os quais não foram analisados em virtude de não estarem dentro do período de tempo estipulado pelo projeto.

No que concerne ao uso de imagens ou vídeos, no período de análise não foi constatado o uso desses artifícios, considerados por Lopez-Freire (2010) como importantes e caracterizam, entre outros fatores já citados, o rádio hipermediático. A hipertextualidade, conforme o analisado, pode ser considerada parca em sua utilização pela *Web Rádio Da Hora*. Isso diz respeito a outros elementos do rádio hipermediático, mas que juntos formam o contexto que proporciona menor nível de fugacidade em relação ao rádio artesiano, como hipertextualidade a interatividade e atualização contínua.

Vemos que a utilização desses recursos não é feita pelo veículo, sendo o *podcast* o único elemento encarregado de cumprir com as funções atuais do rádio na internet. É um ponto negativo pois, com base no referencial teórico deste trabalho, deixa de explorar uma diversidade de suportes que poderiam tornar o rádio mais adequado às condições tecnológicas atuais, que exigem muito mais do que o áudio, conforme Lopez-Freire (2010).

Isso significa a não atualização do rádio para o contexto atual. Isto é, trazer um meio de comunicação tradicional e muito popular para a internet sem fazer as devidas modificações que essa mídia requer, por exigência de seu público e por suas possibilidade de suporte.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a popularização da internet as mídias tradicionais se viram obrigadas a aderirem às ferramentas que são disponibilizadas pela web. Com base nisso, uma das mídias que sofreu, e vem sofrendo fortes alterações é o rádio. Levando em conta que nos dias atuais devemos pensar a imagem no rádio, o uso de veículos alternativos que permitem esse artifício foram tomados pelo rádio a *web*, que conseguiu conciliar imagem, textos, *links*, mas sem deixar de prezar pelo áudio como mídia. Estas características são as mais enfáticas no rádio hipermidiático.

Deste modo, concluímos por meio da análise realizada no veículo *Web Rádio Da Hora*, que o seu site tem características de rádio hipermidiático, ainda que de modo bastante restrito, pois há forte priorização do uso de *podcast*, enquanto outras características não são utilizadas. A principal característica estudada pelo presente artigo foi a fugacidade, que faz uso da memória disponível na web e o fácil acesso que se tem a ela. A memória no site da rádio analisada está disponível em uma página exclusiva para este fim, denominada “*podcast*”.

Mesmo havendo esta disponibilidade de memória na *web*, e tendo-se o *podcast*, que serve para o armazenamento de conteúdo, constatamos que o mesmo vem sendo pouco utilizado. Pois, no período analisado pelo trabalho em questão, foram constatadas apenas duas atualizações na página do *podcast*, o que, de toda sorte, levando em conta a vasta programação da rádio, é pouco.

Outro ponto que caracteriza a fugacidade e foi analisado de maneira positiva foi a utilização do *flipzu*, ferramenta que funciona de modo a permitir que, logo que termina o programa ao vivo já é gerado um link que executa sua repetição na íntegra. O *softwar*, mesmo sendo utilizado em apenas um programa, beneficia o dinamismo do site, valorizando a memória na programação, e combatendo aquilo que Ferrareto (2001) chama de obsolescência da informação no rádio.

A discussão sobre as mudanças que o rádio vem sofrendo em face da ampla popularização internet trazem novidades no campo da comunicação. O jornalista contemporâneo que preza pela criação e manutenção de veículos atualizados frente o contexto social precisa atentar para esses fatores e assim atender às demandas atuais desse novo público que ainda está se formando: do rádio na internet.

É de relevância citar também, que após o período de análise o site foi abastecido e sofreu uma reestruturação, o que não foi analisado por não estar dentro do período



estipulado para a análise. Mas o que se conclui, em termos mais gerais, é que mesmo sendo pouco utilizada pelo produto em destaque no presente estudo, ainda é considerável a sua utilização, já que se trata de uma técnica relativamente nova.

REFERÊNCIAS

BARBEIRO, H; DE LIMA, P.R. **Manual de radiojornalismo**: produção. Ética e internet. 2º. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 239 p.

BARBOSA FILHO, A. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. 1º. ed. São Paulo: Paulina, 2003.

FERRARETO, L. A. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. 2º. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.

LOPEZ, D. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia, 2009.

MCLEISH, R. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. 4º. ed. São Paulo: Summus, 2001.

ORTRIWANO, G. S. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 5º. ed. São Paulo: Summus, 1985.

PRADO, E. **Estrutura da informação radiofônica**. 5º. ed. São Paulo: Summus, 1989.