



## **Rádio e Convergência: aproximação inicial ao site da rádio Aurora FM, de Alto Araguaia<sup>1</sup>**

Roscéli KOCHHANN<sup>2</sup>

Universidade do Estado de Mato Grosso

### **RESUMO**

O trabalho aqui apresentado trata-se de uma primeira aproximação com a Rádio Aurora, FM, de Alta Araguaia, MT. Trata-se de uma observação do site da emissora unida à revisão de literatura sobre convergência, radiojornalismo e tecnologia. O artigo aborda, especificamente, o processo de convergência tecnológica e sua relação com a rádio Aurora, através do estudo de seu site.

**PALAVRAS-CHAVE:** Convergência; radiojornalismo; tecnologias,

### **1. Introdução**

Os meios de comunicação se alteram constantemente, principalmente em virtude dos 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, 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 tem como objetivo principal estabelecer um primeiro contato de pesquisa com a Rádio Aurora FM, de Alto Araguaia, Mato Grosso. Justifica-se pela ausência de estudos relacionados às práticas produtivas da emissora e pelo interesse da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e internet do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Docente do Curso de Comunicação Social- Jornalismo, da Universidade do Estado de Mato Grosso. E-mail: [rosceci.ko@hotmail.com](mailto:rosceci.ko@hotmail.com).



pesquisadora em discutir as rotinas de produção da rádio em um projeto mais amplo que encontra-se, nesse momento, em fase de construção.

A emissora estudada apresenta programação informativa e musical e trata-se da única rádio da cidade de Alto Araguaia. A partir dos estudos teóricos sobre a Convergência tecnológica e a utilização da internet por veículos tradicionais de comunicação este artigo lança um primeiro olhar ao site escolhido como estudo de caso.

## **2. Compreendendo a 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, 2008).

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, 2008).

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, 2008, p.42)

A convergência empresarial refere-se à diversificação midiática ocorrida em empresas (SALAVERRÍA; NEGREDO 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; NEGREDO, 2008). Trata-se da publicação das mesmas notícias em diferentes meios de um mesmo grupo. 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; NEGREDO; 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; NEGREDO, 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; NEGREDO, 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, 2008, p.41)

Esse processo de convergência traz muitas consequências 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 à 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 Aurora, FM, De Alto Araguaia. A emissora mantém um site em funcionamento onde posta informações em forma de texto, disponibiliza a programação ao vivo e traz ferramentas de interação.

### **3. Radiojornalismo e internet**

Analisando o processo de convergência, acima discutido, é possível constatar que a internet teve, e continua tendo, papel fundamental no desenvolvimento do mesmo. A partir da popularização do seu uso e da ampliação das possibilidades oferecidas pela grande rede o processo da convergência passou a estar presente em diversos setores, entre eles, na comunicação.

O processo de convergência tem alterado consideravelmente os processos de produção de todos os veículos de comunicação. Muito mais do que isso, a potencialização da internet permite que se identifique alterações nas formas de consumo e na apresentação dos conteúdos veiculados nas mídias.

Pensando nisso busca-se entender, aqui, a relação existente entre o radiojornalismo e a internet. Analisando essa relação considera-se que as formas mais claras de utilização da grande rede referem-se ao seu uso como fonte para a produção de conteúdos, como plataforma de difusão desses conteúdos e como ambiência de interação entre a produção e público ou, ainda, como interação do público entre si. A opção pela análise inicial do site da rádio estudada deve-se pela observação de que o processo de convergência tem se difundido através das tecnologias digitais e a difusão da grande rede juntamente com sua entrada nas redações é vista como uma das mudanças fundamentais nas práticas produtivas dos últimos anos.

Quando se fala em rádio é necessário analisá-lo considerando a sua presença na internet. A partir disso torna-se possível que as emissoras utilizem as ferramentas, oferecidas pela grande rede, a seu favor. Entre elas podemos citar a disponibilização do conteúdo levado ao ar através da antena, ao vivo pelo site. Essa característica afeta a forma de consumo das informações. É necessário considerar, por exemplo, que o ouvinte que acompanha a programação através de um computador conectado à internet dificilmente estará fazendo apenas isso. Ele deverá estar navegando na rede, estudando, conversando enfim, pode estar desempenhando várias tarefas ao mesmo tempo.



Mielniczuk (2003) aponta cinco características que refletem possibilidades que a internet oferece para o jornalismo na web: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória.

Para a autora “No contexto do webjornalismo, multimídia, trata-se da convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico” (MIELNICZUK, s.d., p. 04). Aplicando essa característica aos estudos de rádio é possível compreender a multimídia como uma característica em desenvolvimento para o veículo. As emissoras buscam transmitir informações em forma de texto, áudio e imagens através de seus sites.

A segunda característica apontada pela autora refere-se à interatividade. Relaciona-se com as possibilidades técnicas de estabelecimento de contato entre determinado veículo de comunicação e o seu público. Na internet, essas ferramentas técnicas são potencializadas. Além da interatividade, Mielniczuk aponta a hipertextualidade como característica da internet. O hipertexto é considerado a característica chave da web, já que ele fornece o diferencial das demais características do meio. Permite que diversos textos sejam interconectados a partir do uso de links. A personalização é citada também pela autora como característica da web. “Consiste na existência de produtos jornalísticos configurados de acordo com os interesses individuais do usuário” (MIELNICZUK, 2003, p. 44). A autora destaca que essa característica pode ser identificada ao se observar o percurso de leitura que cada usuário determina através da escolha e utilização de determinados links. Cada clique que o leitor der o conduzirá a uma narrativa única, diferente de outro. Por fim, apresenta-se a memória como característica do webjornalismo. Essa característica tem relação com a possibilidade de acesso a materiais antigos. Enquanto os veículos de comunicação tradicionais possuem espaços limitados para a disponibilização de informações, a internet permite que diversos arquivos sejam guardados para posteriores acessos.

A partir das características apontadas como próprias da internet e nas manifestações de migração do rádio tradicional para a grande rede é possível perceber que o rádio não se trata mais apenas de um veículo de informação sonora. Agora, ele preocupa-se também com outras linguagens. Tornou-se hipermediático (LOPEZ, 2012, p.119). Nesse sentido, é possível afirmar que os conteúdos disponibilizados nos sites das emissoras, por exemplo, tornam-se uma espécie de complementação ao que a antena da emissora leva ao ar. Para realizar essa complementação, o novo rádio exige habilidade de produção em diferentes linguagens, permitindo que seus ouvintes possam



buscar mais informações a respeito dos assuntos que lhes desperte maior curiosidade ou interesse. Essas possibilidades que a internet oferece e que o rádio faz uso interferem nas formas de produção de conteúdos jornalísticos das emissoras.

Em todo esse contexto de existência de sites de emissoras de rádio é necessário refletir sobre o que significa a presença deste veículo de comunicação na internet. De modo geral é possível afirmar que a migração para a grande rede representa um contexto de novas características para o rádio. Porém, é preciso destacar que “o rádio continuará a ser um veículo predominantemente sonoro” (ALMEIDA; MAGNONI, 2010, p. 276). O que acontece é que a possibilidade do uso de imagens, textos, infográficos permite uma complementação ao conteúdo fundamental das emissoras. Essa presença do rádio na internet pode significar uma estratégia para manter o público ou apenas uma forma de atualização das emissoras. Nesse sentido, o rádio passa a apresentar novas características. Trata-se hoje de um veículo de comunicação com narrativa multimídia “em que o foco é o áudio, mas que pode também ser utilizado para a construção da notícia ampliada, para o site, com fotografias e vídeos” (LOPEZ, 2012, p. 115). Essa nova narrativa implica em alterações nas rotinas produtivas, no perfil dos profissionais e do público. O rádio contemporâneo exige um profissional com características diferentes do tradicional. O vozeirão foi deixado em segundo plano e a versatilidade do profissional aparece com maior destaque. As ferramentas de apuração também se alteraram, somando agora possibilidades digitais. O público não se contenta mais em apenas ouvir. “O rádio não fala para um ouvinte passivo, mas para alguém que deseja participar, contribuir – mais do que o fazia até então” (LOPEZ, 2012, p. 115). Enfim, uma série de novas características são relacionadas ao tradicional veículo, caracterizando assim uma nova forma de comunicação de informações.

Pensando ainda na presença das emissoras de rádio na internet, é necessário apontar aqui que elas encontram-se também nas redes sociais. Esse fato pode ser interpretado como uma tentativa das emissoras de se aproximar de seu público. Se considerarmos o Facebook, por exemplo, é importante destacar que, apenas no Brasil, são 37 milhões de usuários<sup>16</sup>. Quando uma emissora passa a fazer parte desta esfera, ela permite um certo grau de aproximação com o seu público.

Dessa forma, falando-se especificamente sobre rádio, é preciso destacar que a partir dessa possibilidade de disponibilização de conteúdos multimídias na internet e da utilização da grande rede como fonte para o radiojornalismo, as rotinas de produção e os conteúdos veiculados passam por reconfigurações. É necessário, cada vez mais, que se

pense em conteúdos multimidiáticos e que se intensifiquem características multitarefas nos profissionais. Ainda, não é possível deixar de considerar as novas possibilidades, oferecidas pela internet, de contato entre produção e ouvintes.

A partir dessas considerações apresenta-se, na sequencia, o lançamento de um primeiro olhar a respeito do site da Rádio Aurora FM. O objetivo é iniciar as atividades de pesquisa a respeito desse objeto.

#### 4. O site da Rádio Aurora FM

A Rádio Aurora opera na frequência 99,7 e possui um site que pode ser acessado através do link <http://aurorafm.com.br/>. Ao abrir a página uma das primeiras coisas que chama a atenção é que a emissora disponibiliza, de forma automática, a sua programação “ao vivo”. Esse aspecto indica que a emissora utiliza a internet como forma de distribuição de seus conteúdos sonoros.

A página inicial do site da emissora é a seguinte:



**Figura 01-** Print Screen da página inicial do site da Aurora FM, em 01 de abril de 2014

Ao observar a página é possível perceber que o site é subdividido em 6 abas principais: início, a rádio, programação, blog, galeria e contato. Na aba “início”, abertura do site percebe-se que a emissora disponibiliza telefone de contato e número para o envio de torpedos SMS. Além disso a página apresenta link de direcionamento para o perfil da emissora no facebook, um espaço denominado “fale aqui”, que reúne uma série de comentários de ouvintes, produtores e radialistas, uma listagem de músicas



“mais ouvidas”, um espaço denominado “TV Aurora”, que posta clip’s de artistas, um espaço destinado a postagem de notícias e uma galeria de fotos.

Especificamente a respeito desse último espaço é necessário apontar que ele está subdividido em “Notícias de Alto Araguaia e Santa Rita”, “Novelas”, “Esporte” e “Entretenimento”. No espaço destinado a publicação de notícias locais o que chama mais atenção é a falta de atualização destes conteúdos.

## Notícias de Alto Araguaia e Santa Rita

04 de Janeiro de 2014

### Inscrições para seletivo da prefeitura de Alto Araguaia estão abertas

Marcos Cardial – Assessoria de Imprensa Alto Araguaia, MT –  
Estão abertas desde esta quinta-feira (02/01) as inscrições para o processo seletivo da prefeitura do município de Alto Araguaia para o preenchimento de vagas junto às secretarias ...

Leia mais

04 de Janeiro de 2014

### Réveillon do Povão de Santa Rita supera expectativa de público

A noite do dia 31 de dezembro foi marcada em Santa Rita pela confraternização das famílias na espera de 2014. A participação do povo foi espetacular. Nunca se reuniu tantas pessoas num réveillon na praça. A contagem regressiva para 2014 foi ...

Leia mais

04 de Janeiro de 2014

### BR 364: Acidente acontece na curva do S, próximo a Alto Araguaia

Uma carreta que transportava algodão tomou na curva do S, que fica na BR-364, próximo a cidade de Alto Araguaia MT. O acidente aconteceu no final da tarde desta quinta-feira (02). De acordo com informações o motorista Francisco Neto teria perd...

Leia mais

**Figura 02-** Print Screen de “Notícias de Alto Araguaia e Santa Rita”, em 01 de abril de 2014

Na imagem é possível perceber que a postagem da última notícia local foi realizada no dia 04 de janeiro de 2014. Da mesma forma, nas outras subdivisões do espaço destinado às notícias, a mais recente postagem data deste dia. Isso significa que a emissora não publica seus conteúdos textuais com periodicidade definida. Isso permite que o ouvinte visitante da página deduza que não existe uma preocupação, por parte da emissora, em transmitir informação em forma de textos ou imagens. Traz como



consequência a permanência curta do ouvinte/ internauta na página da emissora. Desperdiça, dessa forma, algumas oportunidades de fidelizar o seu ouvinte através do site.

A segunda aba apresentada na página, denominada, “a rádio” redireciona o ouvinte a uma página que disponibiliza os mesmos conteúdos publicados na parte de notícias da página inicial do site. É importante destacar que não veicula ali nenhuma informação a respeito da emissora. Não apresenta histórico e características. Disponibiliza um pequeno espaço onde publica fotos de três comunicadores, dando a entender que sejam profissionais da rádio Aurora. Porém o texto que acompanha essas imagens refere-se ao conceito de jornalismo e não identifica os personagens das fotos. Além disso, é importante destacar que o texto repete-se abaixo das três imagens.

A terceira aba apresenta uma grade de programação bastante resumida e não disponibiliza informações sobre os programas ali apontados. O espaço destinado ao blog, na quarta aba, redireciona novamente o internauta à página de notícias, mesmo estando desatualizada. O espaço denominado galeria, apresenta uma série de imagens. O texto que acompanha explica que ali você deve encontrar as imagens das principais notícias que marcaram o mês. Ao clicar na imagem mais recente, percebe-se que ela não explica a que matéria está veiculada. Subtende-se, apenas, que é uma imagem de uma cheia, mas não é possível identificar a região e nem a época em que ela está acontecendo.

Por fim, a aba “contato” apresenta o endereço e o telefone da emissora. Também traz um mapa e um formulário para preenchimento de dados dos ouvintes ou internautas interessados em contatar a emissora, conforme figura abaixo.



## Fale Conosco

Preencha o formulário corretamente

Nome:

Email:

Telefone:

Mensagem:

Digite o texto da imagem na caixa abaixo.

→ **569arg**

## Localização

Alto Araguaia - MT  
Rua Doutor José Morbeck Nº 346 - Centro  
CEP: 78780-00  
Fone (68) 3481-1143



**Figura 03-** Print Screen da página de “Contato” da emissora, em 01 de abril de 2014

A figura apresenta a página de disponibilização de contato com a emissora. Traz um espaço de preenchimento para o ouvinte, um mapa q o endereço. Apesar de possuir página nas redes sociais, como o Facebook, a emissora não disponibiliza o link e oferece essa possibilidades neste espaço de sua página. Além disso, perde a oportunidade de convidar o seu ouvinte a participar de sua programação.

## 5. Considerações Finais

A importância que as tecnologias trouxeram às empresas de comunicação propiciou diversas alterações no seu dia-a-dia. Podemos destacar o celular, que se há pelo menos vinte anos era um aparelho com o único propósito para fazer e receber ligações, hoje ele é o “canivete suíço” (JENKINS, 2006) agregando diversas funcionalidades, da qual os jornalistas, precisaram aprender a dominar e a manipular os seus recursos.

Reflexos de uma transformação cultural ao qual Jenkins (2006) apontava, essas alterações chegaram a todos os meios de comunicação e, não seria diferente com o rádio. Aliás, o rádio aprendeu a se adaptar aos mais diversos cenários no decorrer de sua



história e com a chegada das tecnologias digitais e da convergência, passou a aprender a dinamizar a produção, a distribuição e também o consumo.

Isso acontece porque, com a Internet, os espaços se reconfiguram, os ouvintes se tornam parceiros das emissoras, podem sugerir pautas, indicar soluções. A internet proporcionou novas formas de interação (PRATA, 2008) e, nesse território, uma emissora não fala só para o seu público, atinge dimensões globais e isso implica em uma série de mudanças tanto no corpo físico quanto pessoal. Por essa razão, é que os níveis da convergência são elementos a serem considerados nesse novo contexto.

Entretanto, percebemos que as emissoras ainda galgam seus passos nesse terreno digital. É o caso da emissora Aurora FM. Através da observação inicial do site da emissora percebe-se que há uma preocupação em se disponibilizar os conteúdos sonoros na internet como recurso para os seu público. Porém, a emissora deixa de aproveitar diversos elementos que poderiam potencializar a sua experiência na grande rede, podendo conseguir um público muito mais engajado e também mais participativo. A emissora peca também por não atualizar constantemente o seu quadro de notícias o que, com a Internet é um problema, pois, a atualização constante e a velocidade dos acontecimentos demandam uma maior preocupação, que não ocorre com a Aurora FM.

Como consideração principal desse primeiro contato estabelecido com o objeto de estudos é preciso apontar que a emissora segue uma tendência de mercado que implica na presença da página na internet. Apesar disso não é possível afirmar que a Aurora FM consegue empregar em sua página características de um rádio configurado pela existência da grande rede. A emissora acompanha o mercado mas ainda não identificou como trabalhar com esse novo cenário.

## 6. Referências Bibliográficas

ALMEIDA, A. C.; MAGNONI, A. F. Rádio e internet: recursos proporcionados pela web, ao radiojornalismo. In: FERRARETTO, L.A., KLÖCKNER L. **E o rádio?** Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

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.



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

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LOPEZ, D. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA, 2009.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na Web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Salvador: UFBA, 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, 2003)

PRATA, N. **Webrádio**: novos gêneros, novas formas de interação. Belo Horizonte, 2008. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos, Universidade Federal de Minas Gerais, 2008).

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. Periodismo Integrado: convergencia de médios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol90, 2008.