

Rádio Pop: informação e entretenimento nas ondas do rádio¹

Karina Soares PACHECO²
Laura de Oliveira MACHADO³
Anita Flexa RODRIGUES⁴
Ivan Carlo Andrade de OLIVEIRA⁵

Universidade Federal do Amapá, Macapá, AP

RESUMO

Surgido em 2013, o ‘Rádio Pop’ foi o primeiro programa de rádio amapaense voltado exclusivamente a assuntos da cultura *nerd*, como quadrinhos, filmes e seriados. Além de tratar de assuntos que normalmente não se enquadram na pauta das redações, o ‘Rádio Pop’ se destacava pela linguagem diferenciada, unindo jornalismo e entretenimento. A produção radiofônica do Amapá ainda é muito carente de outras temáticas que fujam do policialresco e de pautas políticas, dessa forma a criação de um conteúdo que se difere de abordagens mais tradicionais é de suma importância para alcançar públicos de idades variadas. O artigo em questão descreve o programa e sua história, analisando as características de INFOtenimento do mesmo, tendo em vista que essa denominação abrange produções que possuem viés informativo e de entretenimento, simultaneamente.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio pop; INFOtenimento; cultura *nerd*; rádio amapaense.

INTRODUÇÃO

Em 2013 a rádio universitária 96.9FM pertencente à Universidade Federal do Amapá, viu surgir um programa completamente diferente de tudo que até então existia na grade de programação, um projeto de extensão do curso de jornalismo. O tema, voltado para a cultura pop, parecia menos nobre que outros. Além disso, a abordagem era divertida, com direito até mesmo a risadas dos locutores. Depois de uma certa rejeição inicial, o Rádio Pop ganhou um público fiel e se tornou laboratório para que os

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, e-mail: karinnapacheco07@gmail.com

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, e-mail: lauramaachado@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, e-mail: anitarodrigues@hotmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIFAP, e-mail: profivancarlo@gmail.com

alunos do curso experimentassem novas abordagens, que uniam informação e entretenimento.

Por ter seu conteúdo voltado especificamente para assuntos educativos e regionalizados, a rádio universitária se transformou positivamente com a chegada do Rádio Pop, tendo em vista a democratização do espaço acadêmico bem como a informação, agregando uma temática diferenciada ao contexto amapaense.

O presente artigo apresenta o programa Rádio Pop, sua história e evolução e analisa a abordagem de INFOtenimento do mesmo, sendo de fundamental importância conceituar tal termo e mostrar como produções acadêmicas além de agregarem muita experiência profissional aos envolvidos, devem gerar retorno ao público externo e a comunidade em geral. Através do rádio, veículo de maior aderência no estado, a informação ganha um formato ainda mais dinâmico e espontâneo, possibilitando interação com os ouvintes e até improvisos no programa ao vivo.

Com uma bancada predominantemente feminina, o ‘Rádio Pop’ mais uma vez se mostrou diferente de produções que tratam sobre a cultura *geek* que possuem, em sua maioria, um público masculino seletivo e muitas vezes elitista. Por se tratar de uma atividade acadêmica e prezar sempre pela igualdade, o programa faz tanto sucesso até hoje e é uma das principais apostas da grade de programação.

O ENTRETENIMENTO NO RÁDIO

O rádio é o veículo de comunicação mais tradicional e permanece presente na rotina da sociedade até os dias atuais. Segundo Lia Calabre (2003), os Estados Unidos no ano de 1920 lançou sua primeira emissora comercial que rapidamente se tornou popular. O primeiro registro do rádio como ferramenta de entretenimento originou-se nos estados da América do Norte quando músicas eram transmitidas nos jardins das cidades.

Segundo Nelson Ribeiro (2010), o empresário David Sarnoff passou a comercializar aparelhos radiofônicos para que as pessoas pudessem usufruir das músicas em suas próprias casas. O autor ainda complementa que essa movimentação se tornou um campo para negócios.

Mais do que num veículo de disseminação de cultura, o novo meio de comunicação transformou-se rapidamente num verdadeiro negócio, controlado em parte pelas companhias telefônicas. A lógica de venda de tempo telefónico foi transposta para a rádio, com a comercialização de tempo de antena a anunciantes (RIBEIRO, 2010, p. 177).

Devido ao crescimento das negociações e investimentos, a busca para agradar o público se tornou prioridade. A programação que antes era apenas musical passou a apresentar novelas e programas de comédia.

Na década de 1930 o que se ouvia nas rádios eram comerciais produzidos por artistas famosos. Ao longo do tempo, com o desenvolvimento das ferramentas radiofônicas, as radionovelas marcaram a popularização da programação em meados da década de 1940, conhecida como a era de ouro do rádio. Após o seu lançamento, o veículo passou a fazer parte do cotidiano dos cidadãos como um companheiro de todas as horas e um importante meio de informação e entretenimento.

Em 1948, com a fundação da Emissora Continental no estado do Rio de Janeiro, houve o grande impulso para o radiojornalismo moderno e de acordo com Ferraretto (2001), o rádio procurava concentrar mais na informação e na cobertura esportiva em detrimento da programação musical. À vista disso, foi atribuído ao jornalista Afonso Gomes a criação de um novo formato radiofônico que mudaria a concepção dos gêneros jornalísticos das rádios: o de música-esporte-notícia.

As grandes rádios passaram a realizar sua programação em auditórios dentro dos estúdios, onde recebiam muitos artistas para recitar poemas e difundir canções, sem perder o viés informativo. Além das divulgações artísticas, o rádio mantinha seus ouvintes informados e integrados, superando os limites físicos, e possibilitando a sensação de trazer o resto do mundo para dentro de casa.

A evolução do rádio tinha como objetivo adentrar o universo jovem e adulto contemporâneo, fazendo com que esse público passasse a ouvir a programação com mais atenção e entusiasmo. Barbosa Filho (2003), explica que os formatos de entretenimento têm características como por exemplo, a capacidade de se combinar com outros formatos de gêneros diferentes para assim, gerar instrumentos de informação, prestação de serviços, educação e até mesmo o entretenimento.

Sob essa perspectiva, temos então de um lado a *informação*, sobre os fatos, os relatos. Isto é, jornalismo, cuja função é atualizar e orientar o público sobre os acontecimentos, interpretando-os; do outro, a *informação*, o imaginário, a diversão a criação. Isto é entretenimento, cuja função é trabalhar o imaginário do público, divertindo-o (BARBOSA FILHO, 2003, p. 69).

Para atender ao público ouvinte, já que estes não se contentavam mais em apenas ouvir seus artistas favoritos, além de ampliar e construir auditórios, algumas emissoras passaram a cobrar ingressos para que o público pudesse ver de pertinho seus ídolos do rádio. Calabre (2002), afirma que pessoas de todas as regiões se deslocavam para os estúdios a fim de assistir ao vivo a gravação dos programas e só por volta de 1930 a contratação de cantores passou a ser mais comum.

Muitos programas de diversos gêneros surgiram através de patrocinadores e anunciantes, levando o rádio a se transformar em um fenômeno social que poderia influenciar comportamentos. Devido a essa capacidade de influência, o rádio revelou grandes artistas como Carmem Miranda, Mário Reis, Francisco Alves e Noel Rosa.

Com o passar do tempo, por volta dos anos 1950, o rádio foi dando lugar a televisão. Carla Rodrigues e Creso Soares Jr. (2009), afirmam que com o surgimento da televisão no Brasil no início do anos 50, o rádio perdeu espaço como principal veículo de comunicação utilizado e direcionado à população, obrigando-o a se reestruturar.

Com isso, fez-se necessária a separação dos grupos da programação radiofônica e segundo Ferraretto (2001) seriam esses os grupos: os informativos e os de entretenimento. Os programas informativos são de cunho *Hard News* ou noticiários, programas de entrevistas, programas de opinião, mesa-redonda e documentários. Já entretenimento são os programas de auditório, radionovelas dramatização, programa humorístico e programa musical.

A partir desses acontecimentos, o rádio passou por reformulações com implementação de diversos gêneros e linguagens diferentes para atender a todos os formatos e públicos. Mesclando informação e entretenimento em um simples comentário ou formato dos programas, mas sem deixar de lado a clareza e objetividade em seu conteúdo.

JORNALISMO DE INFOTENIMENTO

Antes da chegada da internet e das novas ferramentas de difusão, a sociedade tinha acesso às informações somente pela televisão, rádio e veículos impressos. Os conteúdos que antes eram encontrados em diferentes meios de comunicação, adotaram a postura de convergir e podem ser lidas, ouvidas e assistidas em apenas uma tela.

Caio Túlio Costa (2005) ressalta que com o desenvolvimento tecnológico e a criação de novas plataformas o conteúdo passou a chegar até o receptor por diversas vias.

Em menos de duas décadas o mundo acompanhou o salto da tecnologia analógica para a digital, viu a telefonia celular explodir e multiplicarem-se as maneiras de comunicação, com a possibilidade da interação entre redes de computador, além de um aumento exponencial na velocidade de transmissão de dados, sob qualquer plataforma (COSTA. 2005, p. 183).

Com o fácil acesso à informação, a sociedade passa a determinar os tipos de conteúdos que atendem aos seus interesses específicos. Em virtude dessa demanda, a imprensa iniciou o processo de adaptação para alcançar a todos os públicos.

No século XIX, o primeiro jornal a utilizar um novo modelo em suas redações foi o New York Sun. Nesta época acontecia a popularização do Sensacionalismo com publicações de matérias do mesmo cunho. Neste contexto os jornais investiram na contratação de repórteres especializados para escrever textos com formatos que quebram o tradicional fazendo uso até mesmo do humor.

Bourdieu (1997) esclarece o motivo dessas mudanças ao dizer que conteúdos como os de política são considerados pesados e o público não dedica sua atenção com a mesma intensidade que dedica às editoriais culturais e literárias classificadas como ‘leves’.

Em meio a esse embate torna-se complexo encontrar uma definição precisa do que de fato é o INFOtenimento. Mas pode ser compreendida como aquele que dá abertura para informar e entreter simultaneamente. Parece um argumento simples, mas é comum observar esses dois pontos andando separadamente, principalmente porque é

de costume ver apenas o jornalismo como o responsável por levar a informação e o entretenimento sendo ligado somente ao lazer.

Essa colocação levanta o debate entre autores que discordam da possibilidade de entreter e informar. Dejavite (2006) explica que a discussão desse assunto nasce devido à preocupação que alguns autores têm de notícias desse modelo se tornarem mais requisitadas que as consideradas sérias.

Contrária aos autores que discordam, a autora complementa que atualmente este tipo de conteúdo pode ser facilmente encontrado em editorias mais tradicionais e são capazes de serem construídas juntas.

[...] hoje, tal função interagem perfeitamente com aquelas tradicionalmente reconhecidas, como informar, educar e interpretar. Além de evidenciar que a boa informação jornalística não é algo necessariamente sem humor, pesado e sério (DEJAVITE, 2006, p. 113).

O INFOtenimento é uma modalidade em que além de dividir opiniões, o jornalista que decide trabalhar com este segmento necessita ter disciplina e prudência na apuração de seu material. Dejavite (2006) atenta-se aos cuidados éticos que devem ser tomados pois este é um segmento tão importante quanto os outros existentes dentro do jornalismo.

O RÁDIO POP

A partir de um contexto com pouca oferta de conteúdos voltados para a cultura pop no estado do Amapá, principalmente no formato radiofônico, criou-se o programa Rádio Pop, em 2013, na Rádio Universitária da Universidade Federal do Amapá. A forma irreverente e divertida de se fazer informação, desde o início, é a marca registrada da produção. De acordo com Ivan Carlo, idealizador do projeto, o Rádio Pop é um conteúdo inovador e que revolucionou a maneira de produzir rádio para o público jovem.

O Rádio Pop surgiu para cobrir duas lacunas. Por um lado, eu percebia que não existia na mídia amapaense um canal para falar sobre assuntos da cultura pop: filmes, quadrinhos, seriados etc. Por outro lado, faltava um canal que servisse de laboratório, de experiência prática para os alunos. Não existia na rádio universitária, na época, nenhum programa no qual os

estudantes pudessem participar. E essa experiência do ao vivo é fundamental. Mas o programa também era algo completamente fora da caixa, uma proposta totalmente inovadora, que trazia para o rádio muito da estética dos *podcasts*. Para se ter uma ideia, nunca, em nenhum programa da rádio universitária até então, um apresentador tinha rido no ar. Tudo era muito sério, careta, como se seriedade fosse sinônimo de informação (Informação verbal)⁶.

A formação original contava com a participação de duas acadêmicas do curso de jornalismo e ao longo dos anos a programação foi ganhando nova roupagem de acordo com as preferências e peculiaridades de cada integrante que entrava na equipe. De 2013 até 2019, 8 pessoas já passaram pela apresentação da bancada, (além do professor orientador), sendo dois deles membros suplentes que assumem a apresentação sempre que um dos efetivos não pode participar.

Segundo o professor Ivan Carlo Andrade de Oliveira,

Em 2013 o formato do programa era algo tão diferente, tão fora da caixinha, que houve uma certa rejeição até mesmo por parte dos alunos de jornalismo. Tanto que quando abri edital para o projeto de extensão, só uma aluna se inscreveu, a Jacke Carvalho. Seis meses depois entrou a Cássia Lima e depois dela a Andréia Maciel (nessa época a Jacke já tinha saído do programa). O Rádio pop terminou quando eu saí para o doutorado, em março de 2014. A Andréia e a Cássia tentaram continuar com o programa durante algum tempo depois disso, mas durou pouco sem um professor orientador (Informação verbal).

Cássia Lima, que compôs a primeira formação, conta em depoimento que sua participação no programa foi essencial para seu crescimento profissional e além de tudo, a experiência adquirida na prática do rádio ajudou muito nesse processo de amadurecimento.

Era tudo muito novo, diferente. Tive muita dificuldade em me adaptar com a minha fala, falava rápido demais e o Ivan sempre pedia calma porque nem ele conseguia entender ao vivo. Mas fui me adaptando aos poucos. Aprendi muito sobre outros nichos da cultura pop, conheci muitos entrevistados e fiz muitas amizades (Informação verbal)⁷.

⁶ OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. Entrevista realizada por Laura Machado no dia 19 de junho de 2019.

⁷ LIMA, Cássia. Entrevista realizada por Anita Flexa no dia 10 de junho de 2019.

O programa encerrou em decorrência da ida do professor para o doutorado. Com a sua volta em 2017, o coordenador do projeto abriu um edital para a seleção de novos componentes para a bancada. “Nessa época já havia uma abertura maior ao formato do programa, inclusive da parte dos alunos. A procura foi grande e selecionamos a Anita, a Núbia e Jamille” (Informação verbal)⁸. Com nova roupagem, o Rádio Pop passou a chamar mais atenção dos alunos e ganhou muitos fãs ao longo de sua existência, o que contribuiu significativamente para o seu sucesso.

“Seis meses depois a Jamille precisou sair e entrou a Karina. Quando a Núbia saiu, entrou a Laura e ficamos com duas pessoas de apoio, quando alguém precisasse faltar: a Maria Silveira e o Luke” (Informação verbal). E desde então essa é a nova configuração da equipe do Rádio Pop. É importante ressaltar também que, em todas as suas formações, a maior parte dos integrantes sempre foi do público feminino, as mulheres ocuparam bem mais esse espaço *geek*, que ainda é muito machista e excludente, e mostraram que mulher também pode falar sobre quadrinhos, games e cultura nerd.

Atualmente, a grade do programa possui seis quadros: ‘Notícias da cultura pop’, ‘Meninos eu vi’, ‘Música Pop’, ‘Do fundo do baú’, ‘Trilha sonora’ e ‘*Game over*’. Os quadros são divididos semanalmente entre os apresentadores, ou seja, toda semana o comando dos quadros varia de locução.

O quadro de notícias é um panorama geral de informações que saíram na semana; no ‘Meninos eu vi’ o apresentador traz um filme/série recente para indicar; o quadro ‘Música Pop’ é uma lista de músicas de uma banda ou artista, com informações sobre vida, carreira e curiosidades; ‘Do fundo do baú’ como o próprio nome diz, são produções antigas, séries e filmes, que marcaram a cena nacional e internacional; o ‘Trilha sonora’ são músicas famosas de filmes/séries que ficaram famosas e se tornaram inesquecíveis no imaginário do público; e por fim o ‘*Game over*’: criado por Karina Pacheco, integrante da nova formação do programa, o quadro é uma indicação de um jogo e o apresentador explica os pontos positivos e negativos do aplicativo.

O professor Ivan Carlo explica que os quadros refletem os integrantes:

⁸ OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. Entrevista realizada por Laura Machado no dia 19 de junho de 2019.

Os quadros do rádio pop refletiam a evolução do programa e, ao mesmo tempo, as pessoas que estavam na equipe. Na época da Jacke, ela gostava de fazer entrevistas gravadas e trouxe dois quadros que usavam esse recurso, a entrevista e o filme da sua vida. A Jamille era fã de dublagens e trouxe para o programa o quadro ‘Olha quem dubla’. Chegamos a ter até uma chamada do programa com a dubladora da personagem Eleven no Brasil! Era algo tão dela que quando ela saiu o quadro deixou de existir. Quando a Karina entrou, ela criou o quadro Game Over, que é a cara dela. (Informação verbal)

Como integrante mais recente do programa, Karina Pacheco entrou na equipe e se identificou logo de cara com a proposta do produto radiofônico, antes de ser uma experiência profissional, é perceptível em sua fala o sentimento de pertencimento.

Eu sou apaixonada pelo Rádio Pop porque o tema do programa é algo que gosto muito. Entrar no programa foi de grande importância para mim porque tenho o desejo de seguir na área do rádio, a experiência que tenho lá é fundamental para a carreira que pretendo seguir. O Rádio Pop é um programa muito importante para o colegiado de jornalismo porque lá temos de fato um laboratório, produzindo pautas, entrando ao vivo, seria interessante se todos tivessem vontade de passar por essa experiência. Lá você trabalha e se diverte aprendendo! (Informação verbal)⁹.

Segundo Ivan Carlo, a ideia era misturar vários temas da cultura pop de maneira divertida, entre quadros de entrevista com estudantes e profissionais do estado do Amapá até momentos como ‘notícias da cultura pop’, ‘música pop’, entre outros.

As alunas Cassia Lima e Andrea Maciel, primeiras alunas selecionadas para integrar a equipe do programa Rádio Pop, contaram em entrevista gravada sobre como foi a seleção e relembram a época inaugural do programa. Andrea, jornalista e assessora de comunicação, relatou que Ivan anunciou em sala que haviam vagas para o programa:

Eu e mais alguns colegas nos interessamos e ele pediu que enviássemos um texto para o e-mail dele, de algum dos quadros do programa, como se fosse apresentar. E conforme fomos enviando, ele marcou com cada um para fazer um teste ao vivo no programa. Ele gostou do meu e me chamou para compor a bancada. (Informação verbal)¹⁰.

⁹ PACHECO, Karina Soares. Entrevista realizada por Laura Machado no dia 20 de junho de 2019.

¹⁰ MACIEL, Andreia. Entrevista realizada por Anita Flexa no dia 12 de junho de 2019.

Tanto Andrea, quanto Cássia guardam boas recordações dos primeiros anos de ‘Rádio Pop’. Quando o programa estava consolidado com os quadros, as trilhas e script, restou para as novas integrantes do Rádio Pop realizar a montagem do roteiro.

[...] quando cheguei o programa já estava todo estruturado com os quadros e trilha. Depois gravamos trilhas novas mais a estrutura de roteiro, script e trilhas alterou pouca coisa. Sempre fazíamos o roteiro antes. O programa era na quarta de manhã e o Ivan dava o deadline na sexta-feira, com tolerância de no máximo no sábado. No geral conseguia cumprir.¹⁰ (Informação verbal)¹¹.

Cássia Lima, aluna da turma 2012 de jornalismo da Unifap explicou ainda que o programa no segundo semestre de 2013 recebeu muitos feedbacks do público, através de mensagens de texto e principalmente pelas redes sociais. Segundo a jornalista, na época, as redes sociais mais utilizadas eram o *Twitter* e o *Facebook*, desse modo os ouvintes do programa passaram a interagir com os apresentadores ao vivo.

Dentre os quadros mais marcantes, Cássia destaca o ‘Trilha sonora’ e o ‘Meninos eu vi’, já Andrea elegeu o ‘Do fundo do baú’ como seu favorito.

Eu particularmente gostava porque era o momento de maior interação dos apresentadores e dos ouvintes também. Sempre alguém fazia comentários da lembrança boa que o filme ou a trilha traziam. Era muito bacana mesmo. (Informação verbal)¹².

Para Cássia, o programa teve muita importância na formação e preparação dos apresentadores, ela explica que no início teve dificuldades em se adaptar com a fala no rádio, mas contou com a ajuda e orientação do professor. “Aprendi muito sobre outros nichos da cultura pop, conheci muitos entrevistados e fiz muitas amizades”.

Regado a muito informação e entretenimento, o programa contava ainda com um quadro de entrevistados que falavam sobre seus filmes ou séries favoritas, além disso é muito importante perceber que um espaço de alegria voltado para a cultura *nerd*,

¹¹ MACIEL, Andreia. Entrevista realizada por Anita Flexa no dia 12 de junho de 2019.

¹² LIMA, Cássia. Entrevista realizada por Anita Flexa no dia 10 de junho de 2019.

consolidou seu espaço. Hoje, após quase 2 anos no ar e com mais de 60 edições, o programa conseguiu conquistar novos espaços e fãs pela universidade e na sociedade amapaense, além de abrir caminho para todo um leque de assuntos que normalmente não são pauta nos veículos de comunicação tradicionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desse modo, é possível entender que o programa Rádio POP, através do entretenimento, possui a capacidade de apresentar ao público um conteúdo de relevância e informativo. Sendo o único da programação da Rádio Universitária a discutir temas da cultura pop através do formato de mesa redonda, permitindo ao ouvinte a sensação de estar envolvido na discussão.

A cada edição o programa vai se tornando mais popular entre os acadêmicos e ouvintes externos, devido ao seu conteúdo leve e de fácil compreensão. A sua existência dá oportunidade aos acadêmicos de jornalismo de desenvolverem suas habilidades no campo do rádio, transformando assim o programa em uma ferramenta importante dentro do colegiado. Através da criação de conteúdos, o aluno aprende a produzir um roteiro, escrever resenhas, como se comportar diante de um programa ao vivo e exercita as técnicas ensinadas nas aulas.

Por apostar nos novos caminhos do rádio, o programa se firma cada vez mais na difusão da informação através de uma linguagem mais jovem, que possibilita a inclusão de mais pessoas nesse ambiente. Conquistando a credibilidade do ouvinte, o programa *geek* se difere do que antes se restringia aos gibis empoeirados, ganhando forma através das ondas sonoras.

É de suma importância fomentar produções que fujam aos padrões tradicionais do fazer jornalístico. A irreverência e a originalidade são peças fundamentais na manutenção diária de uma profissão que, assim como muitas outras, precisa estar constantemente se reinventando para continuar existindo. Muito embora se ouça falar no fim do rádio, acreditamos que ao contrário da premissa, ele só está cada vez mais longe de acabar.

REFERÊNCIAS

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão: seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro: Jorge Zaar Ed., 2002.

COSTA, Caio Túlio. **Modernidade líquida, comunicação concentrada**. Revista USP, n. 66, p. 178-197, 2005.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **INFOtenimento**: informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

RIBEIRO, Nelson. A emergência da rádio e a vulgarização do entretenimento no lar. **Comunicação & Cultura**, v. 10, p. 115-131, 2010.

RODRIGUES, Carla e SOARES JR., Creso. Radiojornalismo, webjornalismo e formação profissional. GP Rádio e Mídia Sonora, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Setembro de 2009.