

O público como prosumidor no radiojornalismo esportivo: Revisão de literatura de 2009-2020

The Audience as Prosumer in Sports Radio Journalism: A Literature Review from 2009-2020

La audiencia como prosumidor en el periodismo deportivo radiofónico: revisión bibliográfica 2009-2020

Luciana Mendes da Fonseca, Valquíria Aparecida Passos Kneipp

Resumo

O artigo teve por objetivo revisar a literatura de 2009 a 2020 da academia sobre a utilização da transmídia e narrativa transmídia como ferramenta para alteração das práticas sociais de produção radiofônica no esporte. A pesquisa teve como metodologia a revisão integrativa de literatura baseada em Mendes, Silveira e Galvão (2008) e foram trabalhados conceitos sobre radiojornalismo esportivo e transmídia, de Jenkins (2009), Shirky (2011), Renó e Flores (2012). A revisão mostra a evolução das pesquisas a respeito do assunto, em especial nos últimos anos da década. Além disso, o trabalho pode ser um instrumento de potencial para a ampliação do conhecimento disponível sobre o assunto.

Palavras-chave: Rádio; Transmídiação; Esporte; Transmídia; Convergência.

Sobre as autoras

Luciana Mendes da Fonseca
lmendes042@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-4261-5727>

Mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e graduada em Comunicação Social – Radialismo pela mesma instituição. Integra o Grupo de Estudos sobre Nova Ecologia dos Meios (Genem), da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp), e o Grupo de Estudos de Mídia – Análises e Pesquisas em Cultura, Processos e Produtos Mídiaáticos (Gemini), da UFRN.

Valquíria Aparecida Passos Kneipp
valquiriakneipp@yahoo.com.br

<https://orcid.org/0000-0001-5522-6961>

Doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP), graduada em Jornalismo pela Unesp, com pós-doutorado em Comunicação pela mesma instituição. É professora associada de graduação e pós-graduação da UFRN. Integra os Grupos de Pesquisa Genem, da Unesp, Jornalismo Popular e

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 04/04/2023 aceito em: 01/06/2023.

>> **Como citar este texto:**

FONSECA, Luciana M.; KNEIPP, Valquíria A. P. O público como prosumidor no radiojornalismo esportivo: Revisão de literatura de 2009-2020. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Natal-RN, v. 14, n. 01, p. 154-179, jan./jul. 2023.

Alternativo (AlterJor), da ECA-USP, e Gemini, da UFRN. Organizadora do livro *Trajatória da TV no Rio Grande do Norte: a fase analógica* e autora do ebook transmídia *Voz e vez da redação: memórias da trajetória de formação do telejornalista brasileiro*.

Abstract

The article aimed to review the academic literature from 2009 to 2020 on the use of transmediation and transmedia storytelling as a tool for changing the social practices of radio production in sport. The research methodology was based on an integrative literature review based on Mendes, Silveira and Galvão (2008) and concepts on sports radio journalism and transmedia by Jenkins (2009), Shirky (2011), Renó and Flores (2012) were worked on. The review shows the evolution of research on the subject, especially in the last years of the decade. In addition, the work can be a potential instrument for expanding the available knowledge on the subject.

Keywords: Radio; Transmediation; Sport; Transmedia; Convergence.

Resumen

El artículo tuvo como objetivo revisar la literatura académica de 2009 a 2020 sobre el uso de la transmediatización y la narración transmedia como herramienta para cambiar las prácticas sociales de producción de radio en el deporte. La investigación tuvo como metodología la revisión integradora de literatura basada en Mendes, Silveira y Galvão (2008) y se trabajaron conceptos sobre periodismo deportivo radiofónico y transmedia, de Jenkins (2009), Shirky (2011), Renó y Flores (2012). La revisión muestra la evolución de las investigaciones sobre el tema, especialmente en los últimos años de la década. Además, el trabajo puede ser un instrumento potencial para ampliar el conocimiento disponible sobre el tema.

Palabras clave: Radio; Transmediatización; Desporte; Transmedia; Convergencia.

Introdução

É visto que há uma crescente do rádio em ser cada vez mais instigador

de interação com o público, utilizando as redes sociais digitais e fazendo uso de uma linguagem multiplataforma, o que pode ser um reflexo da convergência dos meios. Em muitos casos, pode ser observado que a narrativa transmídia e as estratégias de transmidiação são ferramentas utilizadas na produção de programas radiofônicos, em especial no segmento esportivo.

De acordo com pesquisa feita pela Kantar Ibope Media em 2022, cerca de 83% da população brasileira ouve rádio todos os dias. O estudo também assegura que 56% dos ouvintes diários confiam nesse meio para se informar. Além de que ouvem em várias plataformas, não apenas no aparelho comum de rádio, buscando uma extensão do conteúdo auditivo e com possibilidade de interações sociais. A pesquisa também mostra que o esporte é um assunto relevante e rentável no rádio, sempre em crescimento, uma vez que espelha o interesse da sociedade ao longo do tempo.

Portanto, este estudo teve como objetivo revisar a literatura de 2009 a 2020 sobre a utilização da transmidiação e da narrativa transmídia como ferramentas para alteração das práticas sociais de produção radiofônica no esporte. Além disso, busca analisar os estudos que a academia tem feito desde 2009⁵⁶, sintetizando quais os achados dessa temática até 2020 (marcando o fim da década).

A metodologia se fez por meio de uma revisão integrativa de literatura inspirada em Mendes, Silveira e Galvão (2008), sendo dividida em três passos, já que esse tipo de método possibilita a investigação do tema de forma mais profunda e em trabalhos de diversas áreas. A pesquisa se justifica como um estudo quantitativo, por mensurar os estudos sobre o assunto, e qualitativo, já que analisa as descobertas. O artigo é importante para a comunidade acadêmica, uma vez que traz à tona inovação nos estudos do rádio esportivo, discorrendo sobre haver ou não conceitos a partir desta perspectiva e as pesquisas ao longo da trajetória em um espaço de tempo.

⁵⁶ Ano de lançamento do livro *Cultura da convergência*, de Henry Jenkins.

No próximo tópico será brevemente abordada a trajetória do radiojornalismo no esporte no Brasil, trazendo um panorama do contexto social desde a criação das primeiras emissoras e as principais mudanças que foram feitas ao longo do tempo no ponto de vista da produção em rádio.

O tópico a seguir traz à tona a própria revisão de literatura, e após isso, a discussão a partir do que foi encontrado. Dentre os fundamentos teóricos utilizados nesta pesquisa, estão: a compreensão da trajetória do radiojornalismo esportivo no Brasil (CANAVILHAS; GIACOMELLI, 2015), (OLIVEIRA, 2016) e o uso da transmídia (JENKINS, 2009), (SHIRKY, 2011), (RENÓ; FLORES, 2012). A problemática da pesquisa se baseia na seguinte pergunta: a configuração da narrativa transmídia e da transmídiação no radiojornalismo esportivo pode alterar as práticas sociais de produção radiofônica?

Midiatização esportiva: do rádio às dinâmicas digitais

Para compreender os estudos sobre a midiatização do rádio e conseqüentemente no gênero esportivo, se faz necessário tratar brevemente sua trajetória no Brasil e os contextos socioculturais de cada época. Bem como, as características da cobertura esportiva e espetacularização, e por fim as relações de convergência e transmídiação. Esses pontos são aprofundados a seguir.

Breve histórico do rádio e da midiatização

Embora haja um grande consenso entre vários autores, como Calabre (2004), sobre a primeira transmissão radiofônica no Brasil ter ocorrido em 7 de setembro de 1922 na cidade do Rio de Janeiro e, conseqüentemente, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro ter sido a primeira emissora criada em 1923 a partir de Roquette Pinto e Henrique Morize, outros defendem ser a Rádio Clube de Pernambuco antes mesmo de 1920.

Vaz Filho (2019) infere que a primeira emissora radiofônica do Brasil foi

a Rádio Clube de Pernambuco, em Recife, a qual contava com atividades registradas desde 1919. O autor sustenta por meio de documentos que as primeiras experiências amadoras e a organização dos estatutos da rádio se deram no mesmo ano.

Independentemente do debate em relação ao pioneirismo, há o consenso de que o rádio foi se adaptando às mudanças ante as tecnologias em cada época e as necessidades exigidas pelo mercado, embora até hoje traga a característica da interatividade e trate de diversos assuntos de interesse social a partir do radiojornalismo, como o esporte.

Portanto, entender o jornalismo esportivo como uma editoria tal como a economia ou política, se faz necessário, como discutem Canavilhas e Giacomelli (2015).

O jornalismo esportivo não contempla apenas resultados de jogos ou competições, porque relaciona o esporte com a cultura, política ou com a economia. Afinal o esporte envolve temas econômicos de clubes e seleções, envolve cenários políticos de entidades que regulam o esporte como o COI (Comitê Olímpico Internacional) ou a FIFA (Federação Internacional de Futebol), por exemplo, e foram até arma política durante a 2ª Grande Guerra e, mais recentemente, durante a Guerra Fria. (CANAVILHAS e GIACOMELLI, 2015, p. 158)

Assim, o jornalismo esportivo trabalha de forma interdisciplinar, como corrobora Maluly (2017): “O jornalismo é uma prática que requer do profissional um profundo conhecimento das regras e princípios, além de uma visão multidisciplinar, e não isolada” (MALULY, 2017, p. 80). O autor confirma que, dessa maneira, o cerne do trabalho jornalístico é explanar o esporte como um ambiente que possibilita integração e coletividade. A notícia esportiva não está diretamente ligada apenas ao espetáculo, mas também a valores sociais.

Dessa maneira, é importante entender como o esporte, em especial o futebol, se tornou tão relevante. Silveira (2009) explica que o primeiro espaço para o esporte na imprensa brasileira eram os relatos dos jogos de times amadores de futebol italiano em algumas páginas do jornal *Fanfulla*⁵⁷ em São

⁵⁷ Criado em 1893, foi o jornal mais importante publicado em italiano no Brasil. Porém, a partir de 1941

Paulo, em meados de 1910. O autor também faz um apanhado histórico sobre como o rádio no Brasil, na década de 1920, acabou influenciando a cobertura do esporte no jornalismo impresso.

É nesse contexto que o rádio se desenvolveu. Como destaca Zuculoto (2012), o rádio entre as décadas de 1920 e 1930 tem sua Era de Ouro, pois ainda na primeira década estava em consolidação, trazendo mudanças no que se refere ao jornalismo: “quando [...] passam a se desenvolver utilizando características e recursos do veículo mais adequados à transmissão de informações jornalísticas, entre os quais a rapidez e o imediatismo” (ZUCULOTO, 2012, p. 28-29).

É importante destacar o contexto político da época e que impactou na profissionalização do rádio apenas a partir da década de 1930. Calabre (2004) explica que isso foi freado na década de 1920.

[...] não apenas por razões de ordem técnica, mas também pela turbulenta conjuntura política. Foi um tempo de instabilidade, com as revoltas tenentistas, as constantes declarações de Estado de Sítio; nesse contexto, o rádio poderia vir a se tornar um perigoso veículo de comunicação, de divulgação dos acontecimentos e de propaganda contra o poder estabelecido. Para evitar qualquer risco, o governo limitou, desde o decreto n.16.657 (5.11.1924), as sociedades civis a transmitirem uma programação com fins educativos, científicos e artísticos de benefício público, ficando expressamente proibida a propagação de notícias internas de caráter político sem a prévia permissão do governo (CALABRE, 2004, p. 7).

No entanto, a partir da década de 1930, apresentou-se um desenvolvimento na forma de produzir conteúdo, não se extraindo mais as notícias dos jornais impressos, especialmente no radiojornalismo. Calabre (2004) explana que uma das razões foi a busca das emissoras em popularizar o meio, trazendo pautas para discussão que chamassem a atenção das pessoas, como os jogos de futebol. Além disso, a propaganda política passou

começou a ser escrito em português. Tinha inicialmente um caráter humorístico. O *Fanfulla* passou a engajar-se em campanhas em defesa dos imigrantes italianos radicados no Brasil e tinha seções de política, cultura, variedades e esportes. A partir de 2014 passou a existir apenas na versão digital (MALATIAN, 2015).

a ser utilizada nessa época, como em São Paulo nas eleições de 1930 – entre os associados da Rádio Educadora Paulista, estava o candidato à presidência da República daquele ano, Júlio Prestes, para o qual a emissora fazia campanha, contrapondo-se a Getúlio Vargas, candidato da Aliança Liberal.

Calabre ainda aponta que isso permitiu a criação dos primeiros modelos de programação. O rádio passou a ser o principal meio de comunicação de massa no país nessa época, uma vez que permitia uma relação entre os indivíduos com a notícia, ao discutir as notícias, trazendo uma ideia de integração social.

De acordo com Calabre, essa lógica de programação foi criada na década de 1940 e vigorou até a década de 1960, se apoiando em quatro núcleos: música, dramaturgia, jornalismo e programas de variedade. A Rádio Nacional foi o expoente do período, se destacando com o uso de transmissores mais potentes e que conseguiram alcançar outros estados.

Oliveira (2016) assinala que a primeira transmissão direta do futebol e o consequente início do radiojornalismo esportivo no Brasil se deu em 1931 pela Rádio Educadora de São Paulo, com o jogo entre Seleção Paranaense e Seleção Paulista pelo Campeonato Brasileiro de Seleções:

Neste mesmo período, os principais clubes aderiram à profissionalização, e a imprensa, incluindo muitos radialistas, foi essencial para que o esporte tomasse um novo rumo e se expandisse para o país. A inserção dos negros nos principais clubes do país e a divulgação do esporte bretão através do rádio disseminou por todo o país a paixão pelo futebol. (OLIVEIRA, 2016, p. 18).

Para Oliveira (2016), a estruturação de equipes com repórteres, comentaristas e locutores para as transmissões esportivas no Brasil se deu no fim da década de 1940, com destaque para a Rádio Difusora de São Paulo, se espalhando por todo o país. Guimarães (2020) aponta que, desde a Era Vargas, o futebol se popularizou no Brasil, a partir de campeonatos locais, bem como a Copa do Mundo de 1930, disputada no Uruguai, contribuindo no processo de profissionalização desse esporte. Assim, esse tipo de cobertura já estava popular na Copa do Mundo em 1950, realizada no Brasil.

Lopez (2010) explica que até os anos 1950 no Brasil, na produção do meio radiofônico, a interatividade se baseava principalmente nas cartas enviadas pelos ouvintes. Outra inovação tecnológica foi a transmissão radiofônica via satélite, a partir de 1958. O primeiro satélite de telecomunicações foi o Score I. As transmissões comerciais no Brasil começaram sete anos depois, com o lançamento do Intelsat I.

Outra mudança importante do período foi a popularização do transistor no Brasil a partir da década de 60, trazendo uma mudança de hábitos de consumo com a mobilidade, já que era possível o público levar o aparelho portátil de rádio para os jogos. Zuculoto e Zimmermann (2020) atribuem ao transistor as mudanças na área de produção em rádio como conhecemos hoje.

[...] o transistor foi o grande responsável, enquanto tecnologia, para a reinvenção do rádio e a evolução da produção da reportagem, principalmente da externa. Foi o transistor que proporcionou outras novidades eletrônicas da época. O próprio gravador, ao se transistorizar, impulsionou mais ainda a reportagem, em especial na exploração das características radiofônicas de mobilidade e imediatismo. (ZUCULOTO; ZIMMERMANN, 2020, p. 7).

A partir disso, as transmissões ao vivo e externas se tornaram mais corriqueiras, proporcionando as primeiras interações pelo telefone. Essas antecederam as relacionadas às atuais tecnologias móveis, que podem ser consideradas uma forma inicial de transmídiação de conteúdo. É importante destacar que na década de 90 as transmissões de rádio FM passaram a ser via satélite, o que foi possibilitado pelo avanço das telecomunicações, como aborda Meditsch (2007).

A telefonia móvel celular e a telefonia direta por satélite romperam os últimos obstáculos à mobilidade na produção, dispensaram a necessidade de instalação de sistemas próprios de radiocomunicação com os repórteres, nas emissoras, e aumentaram a autonomia dos jornalistas em relação aos controles governamentais, exercidos através das redes físicas. (MEDITSCH, 2007, p. 116)

Dessa forma, já nos anos 2000 com as rádios *all news* e a chegada da internet nas emissoras, tornou-se possível a utilização de novas plataformas de produção de conteúdo, baseadas na interatividade dos ouvintes,

retroalimentando o conteúdo.

A espetacularização/mediatização do esporte pelo rádio

Lopez (2010) aponta que, na década de 1990, aumentou a busca por profissionais que produzissem, editassem e apresentassem seus próprios conteúdos no rádio. Aliado a isso, o surgimento de novas ferramentas de apuração, trouxe à tona a necessidade de jornalistas multimídias para auxiliar o rádio a se tornar multiplataforma e hipertextual, o que foi possibilitado nos anos 2000 com a popularização da internet das emissoras.

Com a evolução da tecnologia, assim como no rádio, o esporte ganhou ainda mais destaque, gerando a sua espetacularização, como Bourdieu (1997) aponta: “O referencial aparente é a manifestação ‘real’, isto é, um espetáculo propriamente esportivo [...] O referencial oculto é o conjunto das representações desse espetáculo” (BORDIEU, 1997, p. 121)⁵⁸. Trazendo para o contexto do rádio, essa espetacularização dos eventos esportivos se dá, desde seu início, pela grande quantidade de reportagens sobre os jogadores, treinadores, torcida, trazendo personagens, em outros horários que não apenas na transmissão.

Para Morin (2002), os espaços midiáticos a partir da cultura de massas criam o chamado “novo Olimpo”, em que se personificam figuras importantes para representar o modelo ideal de vida, atuando quase como divindades para os consumidores. Dessa forma, o consumo está ligado ao modo de produção do espetáculo criado pela cultura de massas, como aponta Debord (2003).

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. [...] Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário — o consumo. (DEBORD, 2003, p. 9-10).

Hjarvard (2012) afirma que a noção de grupos e lugares pode ser

⁵⁸ Bourdieu se refere aos Jogos Olímpicos neste livro.

modificada na medida em que a mídia influencia a cultura e a sociedade, através do processo que ele chama de midiatização. Esse processo acontece em diferentes aspectos, como culturais, políticos ou religiosos, de forma que apareça uma nova condição social.

Portanto, esse tipo de produção ao longo do tempo se apoia no público, que engaja e participa, fazendo parte do universo do conteúdo, que há alguns anos é mediado pela utilização da narrativa transmídia. Dessa maneira, pode possibilitar uma interação com o público com todos os seus desdobramentos e contribuindo para que o meio principal (o rádio) ganhe mais audiência internauta, que não apenas consome, mas que compartilha e também produz conteúdo, atuando como prosumidores⁵⁹ (TOFFLER, 1980).

Uma possível explicação para isso pode ser vista em Shirky (2011), que afirma que essa participação crescente do público pode resultar do desejo em contribuir para a sociedade atual. O que se liga à ideia de inteligência coletiva (JENKINS, 2009).

Renó e Flores (2012), apoiados nessa ideia, definem a sociedade atual como multimídia:

Uma sociedade multimídia é, como o nome define, um grupo de cidadãos que têm em suas mãos uma diversidade de meios. Esta diversidade é aproveitada por eles, por exemplo, para o campo da comunicação, tanto interpessoal como entre pessoa e empresa, uma instituição ou uma máquina. Também é uma característica de uma sociedade multimídia, a possibilidade de escolher entre um meio e outro para utilizá-lo segundo a sua conveniência. (RENÓ; FLORES, 2012, p. 39, tradução nossa)⁶⁰

Concomitante a isso, Renó e Flores (2012) trazem como maior característica da sociedade multimídia a busca pela liberdade de plataformas,

⁵⁹ Relação entre consumidor e produtor de informações, intensificada sobretudo a partir da fase da convergência.

⁶⁰ No original: “Una sociedad multimedia es, como define el nombre, un grupo de ciudadanos que tiene en sus manos una diversidad de medios. Esta diversidad es aprovechada por ellos, por ejemplo, para el campo de la comunicación, tanto interpersonal como entre persona y una empresa, una institución o una máquina. También es una característica de una sociedad multimedia la posibilidad de escoger entre un medio y otro para utilizarlo según su conveniencia”.

utilização de hipertexto⁶¹ e hipermissão⁶². Dessa forma, devemos entender quais plataformas atuais se fazem necessárias, em especial, as dinâmicas no radiojornalismo esportivo.

Convergência no radiojornalismo atual

Lopez (2010) aponta que o radiojornalismo, ao potencializar o uso das tecnologias da informação, assume uma importância que se torna um marco no que se refere à produção. Tudo isso, no entanto, é fruto do fenômeno da convergência, que propiciou a adesão dos meios de comunicação aos ambientes virtuais e de dispositivos móveis. Bianco (2012) define convergência de mídias como um processo cultural:

A convergência de mídia é entendida aqui mais do que uma mudança tecnológica. [...] Representa uma nova maneira de interagir com meios tradicionais, estabelecendo um outro patamar de cultura de relacionamento com o público. A convergência não é uma novidade no desenvolvimento dos meios de comunicação, sempre foi essencial no processo de transformação em todos os tempos, embora a observada na contemporaneidade tenha características diferenciadas por força dos recursos oferecidos pela tecnologia digital. (BIANCO, 2012, p. 17)

Constitui-se, então, como uma sistemática que está dentro da cultura da convergência, que para Jenkins (2009), representa uma transformação cultural conforme os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. Sendo assim, é importante ressaltar o conceito de convergência de conteúdo.

Fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia⁶³, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p. 29)

Outra plataforma seria a utilização da crossmídia, conforme De Haas: “[...] a narrativa direciona o receptor de uma mídia para a seguinte” (apud

⁶¹ Ambiente não linear de leitura em que o público pode criar seus caminhos (RENÓ; FLORES, 2012).

⁶² Ambiente que traz várias informações multimidiáticas (foto, texto, áudio, vídeo, animação, infográfico) em que o receptor pode escolher seus caminhos narrativos (RENÓ; FLORES, 2012).

⁶³ Aqui Jenkins se refere às plataformas de linguagem, não apenas às plataformas de comunicação.

CORREIA; FILGUEIRAS, 2008, p. 4). Um exemplo é a utilização de trechos de narrações de gols de coberturas de jogos de futebol nos sites das emissoras após o término da partida. Dessa maneira, o ouvinte pode consumir o mesmo conteúdo apenas mudando a plataforma.

A partir então dessa procura pela integração coletiva em que os consumidores são elementos de uma cultura participativa na midiatização possibilitada pela convergência, é necessário trazer uma linguagem específica atrativa. Assim, surge a narrativa transmídia, que “se mostra cada vez mais atual e interessante por integrar todos os conceitos de produção e distribuição de conteúdo em uma única metodologia e processo de criação, envolvendo qualquer tipo de mídia” (ARNAUT et al., 2011, p. 265).

Fechine et al. (2013) afirmam que o termo narrativa transmídia popularizou-se no Brasil pelo *transmedia storytelling*⁶⁴ tratado por Jenkins (2009), sendo que o ponto principal deste termo é de que cada consumo possa ser autônomo e participativo. Outros autores apontam também pontos em comum da narrativa transmídia de Jenkins (2009), trazendo o questionamento se ela pode ser utilizada em outros gêneros comunicativos, não apenas no entretenimento. Pode-se inferir então, que a aplicação desta narrativa é estruturada por meio da produção, sendo a busca pela interatividade imediata com o público uma característica principal dela. Dessa maneira, os consumidores fazem parte da criação de conteúdo, envolvendo qualquer tipo de mídia, retroalimentando uma cultura de participação.

Shirky (2011, p. 23) aponta que a interação está no produzir e também no compartilhar, portanto, ela pode acontecer em conteúdo de entretenimento ou jornalístico. No webjornalismo⁶⁵, é um elemento essencial, confirmado por Sabino (2017, p. 2), quando diz que a chegada das mídias digitais proporcionou espaços de participação dinâmica com o público, que agora

⁶⁴ É importante ressaltar que esses conceitos são adaptados por Jenkins (2006), no entanto, foram propostos por Kinder (1991).

⁶⁵ Uma atividade jornalística com tipo de produção diferenciada e praticada exclusivamente no ambiente da rede digital (SABINO, 2017, p. 2).

divulgam seu conteúdo e são agentes e atores sociais.

Aliado a isso, nos últimos anos, a utilização de redes sociais digitais pode ser uma outra característica dessa sociedade especificamente no rádio, como apontam Van Haandel e Ramos (2014):

Há atualmente uma abundância de conteúdos na Internet [...] eles estão disponíveis em diversas plataformas, em diferentes tecnologias (*streaming direto, streaming on demand, download* ou *podcasting*), com fácil acesso a quem busca um determinado conteúdo como, por exemplo, uma música ou um vídeo. [...] O próprio Facebook pode ser considerado um espaço que se comporta como um universo de conteúdos, pois ele convergiu diversas plataformas para o seu interior, apresentando nas *timelines* dos usuários vídeos de hits do momento, áudios de registros raros, fotos de acontecimentos, entre outras diversas opções, além de permitir, por meio de seu chat, uma conversa em tempo real entre os seus membros. (VAN HAANDEL; RAMOS, 2014, p. 8)

Dessa forma, público e produção convergem entre si e estão em constante sintonia. Entendendo isso, levantam-se os seguintes questionamentos: como esses conceitos foram se estruturando? Houve pesquisas a respeito disso na última década?

Revisão de literatura 2009-2020

Essa revisão faz parte da pesquisa da dissertação do mestrado em que se estudou o uso das estratégias de transmídiação durante a transmissão da Copa América 2019 pela Rádio Globo. A problemática central envolveu identificar como a configuração da narrativa transmídia e da transmídiação no radiojornalismo esportivo pode alterar as práticas sociais de produção radiofônica. Para tanto, foram percorridos três passos, a partir da revisão integrativa de literatura inspirada em Mendes, Silveira e Galvão (2008).

Esse tipo de método possibilita a investigação do tema de forma mais profunda e em trabalhos de diversas áreas. Portanto, o primeiro passo se deu pela definição do tema da pesquisa. O segundo passo envolveu uma busca de artigos em periódicos, dissertações e teses sobre o objeto, para entender o que foi estudado nesta década, definindo-se o período de 2009 a 2020 para a coleta de dados.

Nesta etapa foram escolhidas cinco plataformas de pesquisa eletrônica para os artigos e periódicos: o Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), os anais dos encontros anuais da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), as revistas *Rádio-Leituras* e *Estudos em Jornalismo e Mídia* e, posteriormente, os anais dos congressos anuais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), especificamente do Grupo de Pesquisa (GP) Comunicação e Esporte. Para facilitar os campos de busca foram estabelecidas combinações das seguintes palavras-chaves: convergência, rádio, transmídia e esporte.

As combinações foram: rádio e transmídia; rádio e esporte; transmídia e esporte; convergência e esporte. No portal da Capes, foram encontradas 28 publicações e nas revistas *Rádio-Leituras* e *Estudos em Jornalismo e Mídia*, apenas uma em cada.

A segunda combinação foi escolhida por ser um tema interligado, visto que o rádio e o esporte foram se popularizando e profissionalizando ao mesmo tempo no Brasil e na mesma época. Foram encontradas 333 publicações no portal da Capes, oito pela revista *Rádio-Leituras* e apenas uma pela *EJM*.

A terceira combinação foi pensada ao se entender que a narrativa transmídia pode ser encontrada em mais de um gênero esportivo, sendo um questionamento se seria possível encontrar pesquisas com outros esportes ou em outras mídias além do rádio. Foi encontrada, porém, uma única publicação no portal da Capes e nenhuma nas revistas.

A última combinação foi pensada ao se questionar se haviam outras pesquisas que trouxessem a convergência ligada a outros esportes e se haviam pesquisas de outros pontos de vista sobre a utilização de narrativa transmídia e transmídiações. Foram identificadas 129 publicações no portal da Capes, uma pela *Rádio-Leituras* e nenhuma pela *EJM*.

Para a seleção dos anais da SPJor, foi feita uma busca pelo título em cada uma das edições eletrônicas disponíveis entre 2012 e 2020. Em 2017,

foi encontrada uma publicação e após a leitura do resumo foi selecionada para a pesquisa. Em 2019, foram encontradas 6 publicações e após a leitura dos resumos foram selecionados dois artigos para a pesquisa. Em 2020, foram encontradas 13 publicações e depois da leitura dos resumos foram selecionados três trabalhos. Ao todo, foram reunidas 525 publicações.

Para a seleção das teses e dissertações os mesmos critérios foram adotados: na primeira combinação foram encontrados 100 resultados; na segunda, 25; e na terceira, 12. Na última, foram vistos 40 resultados, totalizando 177.

Para a seleção do material encontrado foi escolhido como o segundo critério a leitura dos 702 títulos dos artigos, dissertações e teses. Foram selecionados nesse critério um total de 23 artigos, 13 dissertações e quatro teses. No terceiro critério de seleção de materiais, foi feita a leitura dos resumos dos trabalhos. Assim, foram escolhidos 15 artigos, seis dissertações e duas teses, no total.

O terceiro passo foi a avaliação dos materiais selecionados, pensando assim na categorização em três grandes grupos (jornalismo e transmídia; rádio, convergência e transmídia; esporte, convergência e transmidiação). Essa classificação agrega valor para a pesquisa a partir de duas frentes, respectivamente: discutir as aplicabilidades da transmídia e transmidiação no rádio; bem como trazer esses conceitos para o esporte.

O quadro 1 a seguir mostra a categorização dos materiais encontrados, de acordo com o título, objetivos e se estão na perspectiva de reflexão ou de debate:

Quadro 1 – Categorização grupo Jornalismo e Transmídia

JORNALISMO E TRANSMÍDIA				
Título	Autoria	Ano	Natureza do estudo	Objetivos
Convergência e Transmídia nos debates dos candidatos ao	Allyson Viana Martins, Laíza	2012	Debate	Como a retransmissão <i>online</i> , o uso do Twitter e a adição de elementos utilizados apenas na web

governo da Paraíba: a Rede Paraíba de Comunicação nas Eleições 2010	Felix de Aguiar			contribuíram para a promoção de uma cobertura convergente e transmidiática, baseada nas ideias propostas por Henry Jenkins
Segunda tela e a reconfiguração das práticas comunicacionais no processo de fruição de televisão	Ana Silvia Lopes Davi Medola, Elissa Schpallir Silva	2015	Reflexão	O uso da segunda tela pelos telespectadores é um recurso emergente que reconfigura práticas de consumo de televisão já consolidadas no tocante às formas de interação, socialização e a busca por conteúdos complementares
Jornalismo em tempos de convergência: a distribuição de conteúdo em multiplataformas	Vinícius José Biazotti Sabino	2017	Debate	Discutir como a convergência jornalística em paralelo às mídias sociais modificaram as lógicas de circulação de notícias no veículo informativo Gazeta do Povo
Midiatização e espetacularização: O jornalista como influenciador digital	Raphael Moroz Teixeira	2019	Debate	Analisar, sob o ponto de vista estético, a forma com que jornalistas têm se projetado nas redes sociais digitais
Jornalismo e estudos de recepção: Possibilidades e desafios metodológicos	Graziela Soares Bianchi, Felipe Collar Berni	2020	Reflexão	Refletir sobre o jornalismo na sua interface com os estudos de recepção, levantando possibilidades que os Estudos Culturais apresentam para a pesquisa jornalística
Dissertação – Entre concepções e experiências: elementos para um conceito de jornalismo transmídia	Mariano Costa Castro	2018	Reflexão	Apresentar elementos para um conceito de jornalismo transmídia, identificando os elementos que o caracterizam

Fonte: Autoria própria

A primeira categoria temática identificada, Jornalismo e transmídia, enfatizou os processos de convergência e transmídia de formas iniciais no

jornalismo e como o público se torna cada vez mais hipermidiático e capaz de influenciar na produção dos conteúdos. A categorização foi feita a partir dos eixos temáticos das pesquisas encontradas de uma forma geral, uma vez que todas seguiam esse caminho. Foi possível notar que as pesquisas que tratam de debate e reflexão estão em mesma quantidade, especialmente trazendo estudos de caso.

Isso pode indicar que se buscava entender se a transmídia seria um fenômeno nos meios de comunicação, em especial o jornalismo e a televisão. As pesquisas buscavam em sua maioria identificar os elementos que indicavam o jornalismo como transmídia, utilizando as redes sociais digitais como principal agente. Aqui é possível identificar a preocupação em compreender a sociedade hipermidiática, com uso de autores como Jenkins (2009), Arnaut et al. (2011), bem como Renó e Flores (2012) nos nichos de interesse no consumo de notícias, de jornalismo informativo e política.

No entanto, são nos últimos anos da década que as pesquisas tratam de compreender metodologias mais específicas que englobem esses temas, podendo ser um indicador de que já se tratava de fenômeno e algo mais sólido nos campos de estudo da comunicação.

O quadro 2 a seguir mostra a categorização dos materiais encontrados no grupo Rádio, Convergência e Transmídia:

Quadro 2 – Categorização grupo Rádio, Convergência e Transmídia

RÁDIO, CONVERGÊNCIA E TRANSMÍDIA				
Título	Autoria	Ano	Natureza do estudo	Objetivos
A contribuição do Facebook para o rádio em cenário transmídia	Johan Cavalcanti Van Haandel, Fernando Manuel dos Santos Ramos	2014	Reflexão	Discutir a contribuição do Facebook para o rádio que opera no cenário transmídia, observando como é caracterizada a audiência hoje, quais as ações da audiência e como o rádio planeja e desenvolve os seus elementos para transmitir e difundir

				conteúdos com esta narrativa
O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculos com o ouvinte	Marcelo Cardoso	2016	Reflexão	Elementos lúdicos da cultura são expressos pelo jogo e ajudam a criar vínculos entre emissora e ouvinte no rádio
Galera, a rádio do futuro, agora	Ciro Götz	2017	Reflexão	A web rádio Galera disputa mercado e audiência com emissoras hertzianas a partir da análise comparativa de coberturas com a Rádio Grenal
Neymar: A construção jornalística de um herói espetáculo a partir das redes sociais	Rogério Pereira Borges, Gabriela Dias Macêdo	2019	Debate	Avaliar reportagens originadas de redes sociais sobre o jogador Neymar, publicadas pelo portal Globo, em seus sites globoesporte.com e GShow, em um período de três meses, para analisar o discurso criado em torno da figura do esportista na construção simbólica de um herói espetáculo durante a Copa do Mundo em 2018
Isso é Fantástico: A expansão transmídia da reportagem televisiva ao podcast	Marcos Carvalho Macedo	2020	Reflexão	Investigar as estratégias de expansão entre as reportagens especiais televisivas do Programa Fantástico e o podcast Isso é Fantástico, enfatizando como se dá seu desdobramento temático-textual

Fonte: Autoria própria

A segunda categoria temática, Rádio, convergência e transmídia, deu enfoque ao rádio se tornar gradualmente mais convergente e se utilizar das multiplataformas para abranger públicos. A categorização deste material se deu por todos os trabalhos tratarem dos três temas de forma unida.

É possível notar o esporte ligado à perspectiva de convergência no

rádio de forma mais efetiva cerca de cinco anos após os estudos de convergência se popularizarem. O que pode denotar uma dificuldade em entender isso no meio acadêmico esportivo e radiofônico nos primeiros anos da década, visto que a maioria dos estudos se deu por casos de megaeventos esportivos como a Copa do Mundo de Futebol masculino (2014, 2018) e as Olimpíadas de Verão (2016).

Aqui fica mais natural a integração dos conceitos ligados à transmídia, como em Gambarato (2013), aliados às noções de midiatização (Hjarvard, 2012, 2014) e espetacularização (Debord, 2003). O que pode ser entendido também como uma forma de caracterização da narrativa transmídia do jornalismo esportivo, ainda, porém, se adaptando de metodologias de outras mídias de pesquisa, como a televisão.

Aqui se usa o conceito de rádio social de Kischinhevsky (2012), com mídias sociais de base radiofônica possibilitando diversas formas de interação: “O rádio social se apresenta como espaço de fruição e também como canal de distribuição de conteúdos radiofônicos (musicais e/ou informativos), através da formação de redes de amizades e comunidades virtuais” (KISCHINHEVSKY, 2012, p. 426).

O quadro 3 a seguir mostra a categorização dos materiais encontrados no grupo Esporte, convergência e transmídiação:

Quadro 3 – Categorização grupo Esporte, convergência e transmídiação

ESPORTE, CONVERGÊNCIA E TRANSMIDIAÇÃO				
Título	Autoria	Ano	Natureza do estudo	Objetivos
O futebol-arte na imprensa nacional: a construção de um estilo de jogo	Filipe Fernandes Ribeiro Mostaro	2014	Reflexão	Panorama crítico das narrativas encontradas na imprensa nacional sobre o futebol-arte
O jornalismo esportivo transmídia no ecossistema dos esportes eletrônicos (e-sports)	Marcos Américo	2014	Debate	Discutir o conceito de e-sport ou esporte eletrônico na atividade jornalística esportiva no contexto transmedia
				Clarificar qual espaço

O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal	João Canavilhas, Fábio Ozorio Giacomelli	2015	Debate	ocupado pelos conteúdos esportivos na programação e nos sites das rádios do Brasil e de Portugal, verificando a importância do futebol na oferta de notícias esportivas
2014 FIFA World Cup on the Brazilian Globo Network: a transmedia dynamics?	Renira Rampazzo Gambarato et al.	2017	Debate	Até que ponto a cobertura brasileira da Rede Globo pode ser caracterizada como uma experiência transmídia?
O Brasil dimensionado pelo futebol	Agnaldo Kupper	2019	Debate	Entender as mudanças sociais causadas pelo futebol no Brasil ao longo da história
Gooooool: Motivation drivers of attitudinal and behavioral fan loyalty in Brazil	Philip J. Rosenberger III et al.	2019	Debate	Entender os fatores motivacionais dos fãs e não-fãs de futebol no Brasil
Passion and market: The intertwining that makes the marketization of brazilian spectacle football	Getúlio Sangalli Reale, Marlon Dalmoro	2019	Reflexão	Analisar como o processo de mercantilização ocorre através do entrelaçamento entre as dimensões culturais do futebol e a ideologia do mercado
Comunicação estratégica no futebol brasileiro: Estudo sobre os campeões nacionais de 2018 na copa libertadores 2019	Fernando Jesus da Rocha, Fábio Giacomelli	2019	Debate	Identificar o uso da transmídia storytelling como recurso estratégico digital, além da utilização do loop dialógico, para a comunicação e feedback dos clubes Sociedade Esportiva Palmeiras e do Esporte Clube Cruzeiro, durante a Copa Libertadores 2019, junto aos seus públicos
A nova tecnologia no futebol: Diálogos sobre a influência do VAR	Andriéle Cremonte Oliveira et al.	2020	Debate	Debater, a partir da descrição e da análise do programa brasileiro "Sala de Redação", alguns pontos relevantes sobre a utilização do Árbitro de Vídeo (VAR) no contexto do futebol

				brasileiro
Jornalismo esportivo em podcast: Discussões sobre um formato em ascensão	Matheus Ramalho Orlando	2020	Debate	Discutir, em termos teóricos, o jornalismo esportivo em podcasts, formato que vem crescendo no Brasil e no mundo
Dissertação – As transmissões de jogos de futebol em um ambiente de convergência midiática: uma análise a partir do Esporte Interativo	Rodrigo Édipo do Nascimento Silva	2013	Debate	Identificar e analisar as mudanças que estão ocorrendo nas estratégias de transmissão dos jogos de futebol para compreender melhor este fenômeno
Dissertação – Futebol na segunda tela: as estratégias de transmídiação do Esporte Interativo na Copa do Nordeste	Giordano Bruno Medeiros e Oliveira	2016	Debate	Verificação das estratégias de transmídiação pelo esporte Interativo na Copa do Nordeste, discorrendo sobre um novo estilo de transmissão esportiva
Dissertação – Inovação na mídia tradicional esportiva televisiva: O caso ESPN no Brasil	Renata Soares Netto	2020	Debate	Compreender como a mídia esportiva ESPN do Brasil tem se adaptado ao seu mercado em constante transformação, principalmente em movimentos de inovações nas áreas de produção de conteúdo, processos organizacionais e modelos de negócios
Dissertação – <i>League of Legends</i> : Do esporte ritual ao esporte eletrônico	Marian Kaori Iura Oshiro	2020	Debate	Analisar as relações dos e-sports com a cultura e os meios de comunicação a partir da construção de narrativas transmídia, em que já existem espetáculos midiáticos do esporte tradicional como a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos
				Analisar as notícias produzidas por dois portais de relevância

Dissertação – “Qual é, qual é... futebol não é pra mulher?” – Copa do Mundo de Futebol Feminino: Análise da cobertura jornalística em portais e sua relação com a quinta fase do webjornalismo	Natália Rodrigues Salomão	2020	Debate	nacional e internacional, Globo Esporte e The New York Times, respectivamente, durante a Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2019 visando identificar recursos do webjornalismo que estão presentes nessas reportagens
Tese – O Futebol: cultura e convergência das mídias	Cleber Vanderlei Rohrer	2016	Reflexão	Entender a espetacularização do futebol no Brasil e as relações da convergência de mídias nessa modalidade
Tese – Comunicação organizacional em megaeventos esportivos: O voluntariado nos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro em 2016	Flávio Agnelli Mesquita	2020	Reflexão	Analisar quais foram as ações de comunicação empreendida pelo Comitê Gestor dos Jogos Olímpicos Rio 2016 e como os voluntários foram comunicados

Fonte: Autoria própria

A terceira categoria temática, Esporte, convergência e transmídia, trouxe nos últimos anos conceitos sobre o uso dessa narrativa, além das formas de transmídiação para o esporte a partir da perspectiva da televisão e também do rádio. É vista aqui a preocupação maior em categorizar a transmídiação utilizada no esporte, já de forma presente as estratégias de transmídiação de Fachine et al. (2013), adaptadas do entretenimento. Embora todas as pesquisas sejam estudos de caso, é notória a percepção em entender de que forma estas estratégias impactam na produção e consumo de conteúdo.

Porém, nenhuma pesquisa trata do rádio nesse sentido, o que pode indicar uma falta de interesse do meio acadêmico sobre esta mídia ou, ainda, um desconhecimento de que essas estratégias sejam utilizadas fora da televisão ou internet. As pesquisas indicam uma forte análise nas motivações

do consumo do público ao esporte, trazendo os conceitos que tratam da noção de pertencimento social ainda mais presentes.

Pode-se inferir que, as áreas de estudo sobre jornalismo esportivo ligado à transmídia ainda estão em expansão, uma vez que se percebeu na revisão que a partir de 2012 apareceram mais pesquisas nesse sentido. Também foram nos últimos quatro anos da década que se encontraram mais investigações sobre a aplicabilidade da transmídia no jornalismo e no rádio, o que pode indicar que foram nesses anos que os estudos tinham avançado mais nessa perspectiva e se pesquisaram mais casos (já que as metodologias em sua maioria trazem estudos de casos de megaeventos).

Considerações finais

Com a pesquisa identificou-se que, embora os estudos sobre convergência, transmídia e transmidiação existam há mais de 10 anos, apenas nos últimos anos se teve mais pesquisas sobre esses conceitos. Além disso, a maior parte dos estudos radiofônicos é adaptada da perspectiva da televisão. Pode-se inferir que as áreas de estudo sobre jornalismo esportivo ligado à transmídia ainda estão em expansão, uma vez que se percebeu na revisão que a partir de 2012 apareceram mais pesquisas nesse sentido. Também foi nos últimos anos que se encontrou mais investigações sobre a aplicabilidade da transmídia no jornalismo e no rádio.

Ante o exposto, espera-se que este estudo sirva para subsidiar novas discussões acerca do jornalismo esportivo no rádio em megaeventos aliado ao processo de transmídia e convergência de forma mais abrangente. É mister, portanto, realizar mais investigações, uma vez que se promoverá um amplo fortalecimento nas opiniões e críticas sobre o tema em questão, dando um direcionamento sobre a utilização das estratégias de transmidiação, bem como da narrativa transmídia, e permitindo a adaptação desses conceitos e a criação de outras discussões sobre o assunto nas transmissões esportivas radiofônicas.

Bibliografia

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**: A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos. 6. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997. Tradução de Maria Lúcia Machado.

CALABRE, Lia. **A Era do Rádio**: Descobrindo o Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004. 60 p.

CANAVILHAS, João; GIACOMELLI, Fábio Ozorio. O lugar do esporte na rádio: Estudo de caso no Brasil e em Portugal. **Rádio-Leituras**, Mariana, v. 6, n. 2, p.153-172, jul. 2015. Semestral. Disponível em: periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras/article/view/82/86. Acesso em: 21 maio 2019.

CORREIA, Danilo; FILGUEIRAS, Lúcia. **Introdução à mídia cruzada: tutorial**. São Paulo: Grupo de Estudos em Integração da Escola Politécnica de São Paulo da USP, 2008.

FECHINE, Yvana et al (coord.). Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira?: uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: Lopes Maria Immacolata Vassallo de et al (org.). **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013. Cap. 1, p. 19-60. Coleção Teledramaturgia, volume 3.

GUIMARÃES, Carlos Gustavo Soeiro. O início das narrações esportivas no rádio brasileiro: as transmissões pioneiras. In: In: RADDATZ, Vera Lucia Spacil; KISCHINHEVSKY, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina; ZUCULOTO, Valci (org.). **Rádio no Brasil: 100 anos de história em (re)construção**. Ijuí: Unijuí, 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

MALULY, Luciano. **Jornalismo Esportivo: princípios e técnicas**. 1ª ed. São Paulo: Ed. do autor, 2017.

KANTAR IBOPE MEDIA. Inside Rádio 100: Pesquisa regular de audiência de rádio. 2022. Disponível em: https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2022/09/INSIDE-RADIO-2022_KANTAR-IBOPE-MEDIA.pdf >. Acesso em: 03 abr. 2023.

MENDES, K.; SILVEIRA, R.; GALVÃO, C. Revisão Integrativa: Método de Pesquisa para a Incorporação de Evidências na Saúde e na Enfermagem. **Texto Contexto Enfermagem**, Florianópolis, v. 17, n. 4, p.758-764, 8 out. 2008. Quadrimestral.

OLIVEIRA, Giordano Bruno Medeiros e. Futebol na segunda tela: As estratégias de transmídiação do Esporte Interativo na Copa do Nordeste. 2016. 113 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia, Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2016. Disponível em: repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/23016. Acesso em: 07 jan. 2020.

PORTO-RENÓ, Denis; VIVAR, Jesús Miguel Flores. **Periodismo Transmedia**: Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos. Madri: Fragua, 2012. 146 p.

ROQUETTE-PINTO, Vera Regina. ROQUETTE-PINTO, O RÁDIO E O CINEMA EDUCATIVOS. **Revista USP**, [s.l.], n. 56, p.10-15, 28 fev. 2003. Universidade de Sao Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i56p10-15>.

SANTOS, Emanuel Leonardo dos. Muito além das Ondas Hertz: A produção e a atuação da Rádio 96 FM na internet. 2017. 135 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade do Rio Grande do Norte, Natal, 2017. Cap. 2, 5.

SHIRKY, C. **Cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, p. 7-210, 2011.

VAN HAANDEL, Johan Cavalcanti; RAMOS, Fernando Manuel dos Santos. A contribuição do Facebook para o rádio em cenário transmídia. **Rádio-Leituras**, São Paulo, v. 5, n. 2, p.1-16, jul. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras/article/view/321/291>>. Acesso em: 21 maio 2019.

VAZ FILHO, Pedro Serico. A centenária Rádio Clube de Pernambuco: Registros em meios impressos documentam a origem da emissora pernambucana em 06 de abril de 1919. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 12., 2019, Natal. **Anais...**. São Paulo: Alcar, 2019. p. 1 - 13. Disponível em: ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/12o-encontro-2019/gt-historia-da-midia-sonora/a-centenaria-radio-clube-de-pernambuco-registros-em-meios-impressos-documentam-a-origem-da-emissora-pernambucana-em-06-de-abril-de-1919/view. Acesso em: 20 jan. 2019.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar: a história da notícia de rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2012.