

## Narrativas em Web rádio aplicadas ao jornalismo rural: a cobertura da “Operação Carne Fraca”<sup>1</sup>

Maria Luiza Cáceres<sup>2</sup>  
Aline de Oliveira Silva<sup>3</sup>  
Orientadora: Daniela Ota<sup>4</sup>

**Resumo:** Pode-se afirmar que o Rádio foi o veículo que enfrentou mais concorrência com a evolução dos meios de comunicação de massa em nível global. Após uma estreia triunfal na década de 1920 teve que lidar com a chegada da televisão três décadas depois e, pouco mais de 40 anos, com o funcionamento da internet. O resultado foi a procura por alternativas de manutenção do público vislumbrada pela pluralidade do ciberespaço. A digitalização do conteúdo resultou no formato da web rádio, comprovando o caráter transformador do veículo em adaptar-se a produção de notícias, mantendo sua principal característica que é o componente sonoro. Com objetivo de demonstrar o aperfeiçoamento do veículo foi sondada uma das maiores crises enfrentadas pelo governo brasileiro no primeiro semestre deste ano, a Operação Carne Fraca. A metodologia utilizada foi a análise de conteúdo, apurando a narrativa e o foco editorial da Rádio CBN, pioneira na segmentação digital. A investigação averiguou ainda, o espaço disponibilizado ao jornalismo especializado em rural e os desdobramentos escolhidos para publicação.

**Palavras-chave:** Web rádio. Cibercultura. Narrativas. Jornalismo Rural.

### INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem o objetivo de analisar o conteúdo jornalístico produzido pela Rádio CBN – Central Brasileira de Notícias ao episódio da “Operação Carne Fraca” e a abordagem feita pelo veículo, levando em conta que o assunto teve repercussão nacional e internacional, pelo fato das investigações realizadas pela Polícia Federal Brasileira apontarem que 21 frigoríficos realizaram pagamento de propina para agentes fiscais de

<sup>1</sup> Artigo enviado na modalidade Cibercultura e Mídia.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social, habilitação em jornalismo pela Universidade Católica Dom Bosco – UCDB, Campo Grande (MS). Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul; e-mail: [malucaceres@hotmail.com](mailto:malucaceres@hotmail.com)

<sup>3</sup> Bacharel em Comunicação Social, habilitação em jornalismo pela UNIDERP – Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal – Campo Grande (MS), Especialista em Assessoria de Comunicação pela Faculdade Estácio de Sá. Aluna Especial do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de MS; e-mail: [alineolsilva@hotmail.com](mailto:alineolsilva@hotmail.com)

<sup>4</sup> Doutora do curso de Jornalismo da UFMS; e-mail: [daniela.ota@ufms.br](mailto:daniela.ota@ufms.br)

superintendências do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa).

As medidas tomadas pelas agroindústrias, segundo o processo investigatório, tinham a finalidade de conseguir alvarás sanitários “frios” que não identificassem práticas criminosas adotadas no processamento de carnes bovinas, suínas e de frango. Os acusados se utilizavam de partes de carcaça animal como ossos, cartilagem e peles em níveis acima do permitido pela legislação sanitária nacional e ainda, produtos químicos como conservantes e corantes.

Focando a pesquisa e revisão bibliográfica do artigo no tema “Cibercultura e Mídia” realizou-se inicialmente uma breve cronologia da trajetória do Rádio no país, apontando as modificações do veículo até o funcionamento da Web Rádio, optando-se assim em analisar uma empresa jornalística que foi pioneira no oferecimento do jornalismo *All News*.

Outro ponto de avaliação foi considerar a contribuição da cibercultura na adaptação de um dos meios de comunicação de massa mais populares da história nacional. O rádio mostrou seu caráter renovador ao adequar o conteúdo produzido, a fim de manter-se no mercado de comunicação.

Em seguida, dedicamos um tópico para destacar o desenvolvimento do jornalismo especializado e a importância do segmento rural no acompanhamento e produção de conteúdo informativo.

A metodologia utilizada foi o estudo de caso no período entre os dias 21 de março e 17 de abril, intervalo em que a pauta da Operação Carne Fraca obteve a atenção de toda imprensa e também no ambiente do ciberespaço. Os resultados obtidos demonstraram ainda que o formato de web rádio oferece espaço expressivo para atuação do jornalismo especializado, no caso, focado na editoria de agronegócio.

## **1 - A Trajetória do Rádio e Web Rádio no Brasil**

Desde que foi criado e implantado em território nacional no ano de 1922, o Rádio enquanto veículo de comunicação de massa enfrentou várias mudanças sociais e econômicas, que podem ser resumidas desde o

nascimento da televisão, seu principal concorrente, até a entrada da Internet que por meio do ciberespaço está provocando uma nova migração do público.

Neste sentido faz-se necessário elencar a análise de Eduardo Meditsch sobre a trajetória da história radiofônica, iniciada na virada do século, apontando que a transmissão de sons por ondas de radiofrequência surgiu para atender as necessidades de comunicação à distância.

Antes de ser viabilizado tecnicamente, o invento já era antecipado pela literatura de ficção científica no século XIX e o fato de ter sido concretizado, quase simultaneamente em várias partes do mundo, indica como o seu surgimento era um imperativo histórico e cultural. (MEDITSCH apud Schiffer, 2007, p.33).

Dando continuidade a trajetória de popularização do veículo, principalmente em cenário nacional, é fundamental destacar que um dos fatores do rádio que mais atraiu o público diz respeito a oralidade que provocava nos ouvintes a sensação de pertencimento, em diferentes camadas sociais. Neste sentido, Marcelo Kischinhevsky esclarece:

O rádio assim como o cinema, mediou entre tradição e modernidade, entre campo e cidade, conservando o registro linguístico de camadas sociais que neles se reconheciam, se identificavam social e culturalmente e, assim, pela primeira vez tinham acesso a um sofisticado mercado de bens simbólicos (Kischinhevsky, 2009, p.22)

É oportuno destacar a menção do pesquisador Fernando Kuhn em sua tese de mestrado denominada “O rádio na Internet: rumo à quarta mídia”, na qual esclarece que desde a década de 1990, emissoras norte-americanas iniciaram o movimento de transmissão radiofônica via satélite conhecido como *Digital Audio Broadcasting* (DAB).

No Brasil, a primeira Web rádio iniciou as atividades em outubro de 1998, com a rádio Totem, conforme esclarece Nair Prata (PRATA apud BUFARAH JÚNIOR, 2006). No mesmo artigo, a pesquisadora explica que o modelo de Web rádio é conceituado pela existência de uma homepage na internet, na qual podem ser acessadas outras páginas da emissora e hiperlinks para outros sites que abrigam as atividades realizadas pela rádio (PRATA, 2008, p. 04).

As pesquisas sobre o desenvolvimento do rádio demonstram números que confirmam o seu caráter dinâmico, visto que a ‘Pesquisa de Mídia Brasileira’ publicada em 2015 pela Secretaria de Comunicação Social da

Presidência da República aponta que a internet e o rádio são meios de comunicação presentes na vida da população, com 61% da preferência apontada para o rádio e 47% na internet.

Outro dado importante é fornecido pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) na publicação “Raio X da Radiodifusão Brasileira”, em maio de 2015:

O Brasil tem 4.626 emissoras de rádio comercial, 4.497 educativas e 4.653 emissoras comunitárias, totalizando 9.776 entidades de radiodifusão sonora. Uma pesquisa realizada pela Abert demonstra que 91,3% das emissoras comerciais têm sites na internet (4.227), destas, 84,1% repetem na WEB aquilo que vai para o ar (3.555). (ABERT, 2015, p. 11)

Uma das contribuições mais importantes para as reflexões propostas pelas autoras é feita pela pesquisadora Débora Cristina Lopez, na publicação em que analisa as tendências do jornalismo de rádio *All News* brasileiro, no contexto da convergência tecnológica:

O papel dos meios de comunicação na sociedade atual tem se potencializado devido à gradual implementação do processo de convergência. O número de aparelhos eletrônicos presentes nas residências e no cotidiano do brasileiro está a cada dia maior e, além disso, os aparelhos de última geração apresentam uma tendência a serem multifunção, congregando, por exemplo, acesso à internet, rádio, televisão e telefonia em aparelhos celulares. (LOPEZ, 2008, p. 05).

Em razão destas considerações, optou-se por analisar o veículo radiofônico considerado pioneiro no formato *All News* (1991) que é a Rádio CBN – Central Brasileira de Notícias, com sede na capital do estado de São Paulo e presente em mais três capitais: Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG) e Brasília (DF), contando ainda com 30 emissoras afiliadas no território nacional.

Com o slogan “A Rádio que Toca Notícia”, o veículo também funciona nos formatos AM e FM e conta com parcerias nacionais e internacionais, entre elas: BBC Brasil, RFI Português, Radio France e Rádio ONU.

Defendendo as inovações tecnológicas do novo modelo de rádio, a CBN possui uma publicação impressa lançada em 2006, na qual são apresentadas a trajetória da rede, o estilo de linguagem *All news* e o modelo de negócios utilizado na construção da marca. Outros produtos que consolidam a posição

da emissora são o prêmio CBN de Jornalismo Universitário criado em 2009 e o Manual de Redação da CBN publicado em 2011.

Em pesquisa realizada por Tavares (2009) e Stamillo (2009) foi identificado que as principais inovações do veículo foram propostas pelos jornalistas da emissora. “Na rádio CBN, embora as produções estejam se encaminhando para o que se denomina aqui rádio hipermidiático, a iniciativa de integrar técnicas e tecnologias ainda parte do jornalista (LOPEZ, 2008, p.22).

Antes do levantamento completar uma década, muitas mudanças foram efetuadas no sentido de tornar o veículo cada vez mais conectado com o ambiente virtual e que é possibilitado por conexões em tempo real nas mídias sociais da empresa jornalística: *youtube*, *whatsapp*, *twitter* e *facebook*. Estes canais proporcionam a interação com os ouvintes/internautas que tem a opção de participar em tempo real da programação sugerindo pautas, apontando ocorrências do cotidiano como alagamentos, congestionamento do trânsito e passeatas; ou ainda, enviando perguntas aos entrevistados em programas transmitidos ao vivo.

## **2. Contribuição da Cibercultura nos meios de comunicação de massa:**

Os questionamentos mais frequentes sobre a migração do rádio para o ambiente virtual estão ligados prioritariamente a fatores econômicos e sociais, tendo em vista que os serviços de internet em funcionamento no Brasil possuem alto custo e precariedade de sinal. Apesar do aumento expressivo no acesso a rede, possibilitado pela popularização dos aparelhos móveis (smartphones), significativa parcela da população ainda não domina a navegação em sites, a fim de desfrutar das diversas possibilidades de consumir informação.

Entretanto, Pierre Levy, procurou responder a estas limitações por ocasião da publicação de seus estudos sobre a cibercultura, em 2000. O autor considerou que os dispositivos de comunicação que difundem uma informação organizada e programada a partir de um centro, em direção a um grande número de receptores anônimos pode ser considerado uma mídia de massa, no qual está categorizado o veículo.

Um dos principais significados da emergência do ciberespaço é o desenvolvimento de uma alternativa às mídias de massa. Imprensa, cinema, rádio e televisão são os principais representantes dessas mídias. (...). Ora, o ciberespaço não apresenta centros difusores em direção a receptores, mas sim espaços comuns que cada um pode ocupar e onde pode investigar o que lhe interessar, espécies de mercados de informação onde as pessoas se encontram e nos quais a iniciativa pertence ao demandante (LEVY, 2000, p. 247).

Partindo dessas considerações é possível fazer uma análise das transformações pelas quais o rádio passou ao longo das últimas décadas, adaptando-se a fim de manter a fidelidade de seus ouvintes e também, oferecendo alternativas para captar o atual público que navega pelo ambiente virtual.

Se considerarmos a questão custo-benefício, a entrada do rádio no ambiente do ciberespaço possui muito pontos positivos, responsáveis por manter o veículo em funcionamento na atualidade e contrariando as expectativas apocalípticas de sua extinção na década de 50. Gomes e Santos acreditam que o rádio viu na internet uma forma de desenvolver as programações e poder divulgá-las para o mundo. “O rádio caiu na rede mundial de computadores, definitivamente, e de lá não sai mais. Não vai sumir, como muitos imaginavam. Vai evoluir. Nesse momento, é o veículo que mais se beneficiou com a internet (GOMES e SANTOS, 2017, p.53) ”.

### **3. Desenvolvimento do jornalismo especializado (Rural):**

O jornalismo, mais do que somente informar, tem como característica principal o poder que exerce em vários setores, seja na economia, na política, no esporte ou nas ações cotidianas. Como fonte de informação para vários tipos de públicos e culturas, este não deixa de renovar a maneira como transmite a informação.

No âmbito do jornalismo especializado, o mercado da informação também tem crescido e aprimorado suas técnicas. O jornalismo rural faz parte desta mudança. Mais do que ocupar, hoje, um espaço repleto de oportunidades em vários meios de comunicação, visa principalmente atualizar o produtor rural e o leitor em geral da importância deste setor para o rumo econômico e social do país.

O jornalismo especializado tem movimentado o mercado da comunicação e buscado, cada vez mais, profissionais que entendam de um assunto específico e transmitam informação de uma maneira clara e objetiva, tanto para um público que se interessa por um tema definido, quanto para o público em geral. Segundo Abiahy (2000, p. 26), a especialização colabora com um maior conteúdo informativo, ao mesmo tempo em que trabalha com um discurso mais apropriado para o seu receptor, e que é necessário que o profissional atenda essa forma mais aprofundada de passar a notícia.

No Brasil, um dos campos em que a ciência e a tecnologia estão presentes em destaque é o agronegócio. Em muitos Estados brasileiros, como São Paulo, por exemplo, o setor é um importante gerador de pautas e cada vez mais tende a estar atrelado à ciência e à tecnologia. O fazendeiro é hoje um empresário do campo e a fazenda é sua empresa. (PIMENTA, 2006, p. 1-2).

Canais de televisão, jornais, revistas, programas de rádio, portais da internet e assessorias de imprensa. Com o auxílio dessas mídias e serviços, o negócio agrícola deixou de ser um negócio regional para se tornar nacional e mundial, e grandes empresas começaram a aderir à ideia de investir em comunicação voltada para esta área. Foi o começo do jornalismo rural, voltado não somente para aqueles que entendem do assunto, mas para todos, sem restrições.

Segundo Cardoso e Prado (2008, p. 2), a comunicação rural pode ser tratada como jornalismo científico, visto que a notícia não abrange somente ciências ligadas às áreas exatas, mas também inclui áreas humanas como educação, sociologia, comunicação e, em determinados casos, já recebem denominações particulares, como no caso do jornalismo de agronegócio.

#### **4. A cobertura da 'Operação Carne Fraca' pela Rádio CBN**

Entre tantas crises enfrentadas pelo governo brasileiro, uma das que mais causou comoção nacional e internacional em 2017 foi a investigação realizada pela Polícia Federal durante o período de dois anos e que culminou na deflagração da operação "Carne Fraca", em 17 de março de 2017. Segundo informações divulgadas na imprensa pela corporação, agentes públicos ligados as superintendências regionais de fiscalização sanitária nos estados do

Paraná, Minas Gerais e Goiás recebiam pagamentos em dinheiro para emitir certificados sanitários sem a realização de qualquer vistoria.

Segundo informações do processo investigatório foram identificadas provas suficientes para enquadrar os acusados, no total 21 frigoríficos, em crimes de adulteração de produtos alimentícios, associação criminosa, peculato, corrupção ativa e passiva, prevaricação, lavagem de dinheiro e organização criminosa.

Tendo em vista que o Brasil ocupa a 7<sup>a</sup> colocação mundial no mercado do agronegócio global, comercializando carnes bovina, suína e de aves para 150 países, a notícia detonou uma série de informações desconhecidas e que tiveram consequências imediatas na agroindústria nacional.

Foram identificadas irregularidades que variaram entre altos níveis de produtos químicos como conservantes, corantes até utilização de partes descartadas das carcaças como ossos, cartilagens e peles de animais, considerados perigosos para o consumo humano por ultrapassarem as quantidades permitidas pela fiscalização nacional e internacional. Outra prática identificada em gravações de ligações foi a adição de papelão na produção de alimentos embutidos para deixar o produto mais pesado.

A repercussão no exterior foi bastante negativa e desencadeou a desconfiança de vários compradores que imediatamente iniciaram o processo de embargo ao produto brasileiro, resultando em prejuízos a todos os setores da cadeia produtiva do agronegócio. No total, 37 dos 150 importadores suspenderam a compra total ou parcial dos produtos brasileiros, e segundo informações do Ministério da Agricultura, Abastecimento e Pecuária, a média diária de exportações que chegava a US\$ 63 milhões chegou a cair para US\$ 74 mil.

## **5. Metodologia e Análise:**

O período escolhido para análise da cobertura realizada pela Rádio CBN, por intermédio do portal de notícias [www.cbn.com.br](http://www.cbn.com.br) ficou compreendido



entre os dias 22 de março e 17 de abril, com objetivo de verificar como foram averiguadas as notícias e os desdobramentos escolhidos pelo veículo para atualizar os ouvintes que consomem as informações por meio do formato web rádio.

No portal estão dispostos os serviços e produtos disponibilizados pela rede que conta com colaborações das seguintes capitais: São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG) e Brasília (DF). Também estão registradas as colaborações de 100 profissionais de comunicação e articulistas que participam da programação diária, com 21 programas e 12 editorias.

Com intuito de reforçar a visibilidade no ambiente virtual, o site também indica outras ferramentas comunicacionais que possibilitam a interatividade com os ouvintes e consolida sua marca empresarial: aplicativos, *whatsapp*, *twitter*, *facebook*, *youtube*, promoções e CBN no seu site.

No período de acompanhamento da pauta “Operação Carne Fraca” foram disponibilizadas 198 publicações com áudios, a fim de que os internautas pudessem acompanhar as atualizações do caso. Apesar do tema estar diretamente ligado a editoria de agronegócios, o veículo optou por categorizar o maior número de matérias no segmento de Economia (72), seguido por Política (49), Comentaristas Especiais (39), Nacional e Internacional (32), Polícia (21) e somente três publicações se mantiveram na editoria de Agro. Além disso foram contabilizadas reportagens especiais nos programas CBN Total, Jornal da CBN e Repórter CBN, Bem-Estar (7), Mundo Sustentável (04) e participações de veículos especializados (Valor Econômico) com duas matérias.

A partir destes dados é possível observar que a linha editorial da rádio optou pela abordagem política e econômica do caso, tendo em vista a repercussão internacional negativa e imediata dos importadores do produto brasileiro.

No campo do debate acadêmico, a reflexão que se pretende provocar é que pouco espaço foi oferecido para os principais prejudicados pela Operação Carne Fraca, que são os produtores rurais. Como a investigação se manteve no processo de corrupção dos agentes fiscalizadores e na identificação de produtos alimentícios processados adulterados, a opinião da categoria no setor primário de produção foi abordada somente pelos representantes de três classes: ABPA (Associação Brasileira de Proteína Animal), ABIEC (Associação

Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes) e CNA (Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil).

Diante desta constatação percebe-se que o jornalismo especializado no rural ainda está longe de atender as necessidades de informação de todos os setores da cadeia produtiva que movimenta a economia brasileira, aqui especificamente, o produtor rural.

Analisando as novas possibilidades jornalísticas do rural e (hiper) local, (MAGNONI e MIRANDA, 2016) avaliam que a informação produzida para o setor rural precisa levar em conta o interesse de público, informando desde o pequeno ao grande produtor:

(...) tem que ser uma informação de qualidade, plural, participativa, imaginativa, que explique o que acontece no âmbito onde está sediado o veículo de comunicação, para quem informa e que narre o que afeta e interessa os habitantes desse território espacial, inclusive, quando se produz fora. A informação local do terceiro milênio deve promover a experimentação e converter os cenários de proximidade em lugares de comunicação eficiente e lugares de onde possam ser exportadas novas linguagens e formatos para a comunicação mundial. (MAGNONI e MIRANDA apud López García, 2016, p.224).

É fato que a linha editorial é um fator determinante para a abordagem das pautas, porém, o recorte dado ao tema visa apontar para uma realidade que pode ser melhor explorada, resultando em maior interação da sociedade.

### **Considerações Finais:**

A análise de uma pauta com severos impactos na economia brasileira foi oportuna para compreensão da importância que a produção de alimentos despertou em todas as partes do globo e também, de como o jornalismo rural ainda necessita desbravar espaço e se consolidar como produtor de conteúdo que atraia a população em geral.

A escolha do veículo rádio se deu principalmente pelo entendimento de sua crescente tecnificação e alcance, visto que a Rádio CBN tem se aperfeiçoado constantemente em desenvolver uma convergência midiática que atenda diferentes públicos ao disponibilizar no portal áudios gravados e interações ao vivo com os ouvintes/internautas, sem contar o material produzido para as mídias sociais.

O desenvolvimento do trabalho demonstrou também que existe um espaço ainda pouco explorado pelo jornalismo rural, no que diz respeito a web rádio. Em canais segmentados já é possível acompanhar materiais jornalísticos em áudio, porém, ainda de forma a complementar textos e vídeos. As possibilidades identificadas no objeto de estudo reforçam esta afirmação e podem se planejadas de forma a oferecer a sociedade, mais opções de notícias especializadas no agronegócio nacional.

## 8 – Bibliografia:

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. Paraíba, 2000. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em 10 de setembro de 2017.

Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão - ABERT. **Raio X da Radiodifusão Brasileira**. Disponível em: <http://www.abert.org.br/web/>. Acesso em 19 de agosto de 2017

BRASIL. **Pesquisa de Mídia Brasileira** – Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – Secom. Brasília, DF, 2015. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 19 de agosto de 2017.

CARDOSO, Lisiane; PRADO, Mônica. **Canal Rural: O telejornal Rural Notícias como fonte de informação para o produtor do Distrito Federal**. Brasília, Centro Universitário de Brasília, 2008. Disponível em: [http://artigocientifico.uol.com.br/uploads/artc\\_1217554796\\_19.pdf](http://artigocientifico.uol.com.br/uploads/artc_1217554796_19.pdf). Acesso em: 11 de junho de 2017.

GOMES, Adriano Lopes; SANTOS, Emanuel Leonardo dos. **O radiojornalismo em tempos de internet**. Natal, RN: EDUFRRN, 2017. Disponível em: <http://repositorio.ufrn.br> Acesso em: 4 de setembro de 2017. ISBN 978-85-425-0713-3

**História da Rádio CBN**. Disponível em: <http://cbn.globoradio.globo.com/institucional/historia/HISTORIA.htm>. Acesso em 5 de setembro de 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Cultura da portabilidade** – Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. Observatório (OBS\*) Journal, 8 (2009), 223-238 1646-5954/ERC123483/2009 223. Disponível em: [https://www.ufrgs.br/estudioderadio/wpadmin/textos/cultura\\_da\\_portabilidade.pdf](https://www.ufrgs.br/estudioderadio/wpadmin/textos/cultura_da_portabilidade.pdf)

KUHN, Fernando. **O radio na internet**: rumo a quarta mídia. Campinas, SP: Universidade Estadual de Campinas Instituto de Artes, 2000. (Dissertação de Mestrado) Disponível em: [http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/284183/1/Kuhn\\_Fernando\\_M.pdf](http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/284183/1/Kuhn_Fernando_M.pdf). Acesso em: 04 de setembro de 2017.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Editora 34. 3ª edição, 2010, São Paulo, SP. ISBN ;978-85-7326-126-4.

LOPEZ, Débora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio *all news* brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Salvador(BA), 2009. Disponível em: <http://www.repositorio.ufba.br:8080/ri/bitstream/ri/5209/1/DeboraLopez.pdf>. Acesso em: 03 de setembro de 2017

MAGNONI, Antônio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira. Rural e (hiper)local: novas possibilidades jornalísticas. IN: **Revista Âncora: Latino-americana de Jornalismo**. Paraíba: Ano 3. Vol. 3, N. 1, jan. jun2016. ISSN 2359-375X. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/view/28310>. Acesso em: 02 de setembro de 2017.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**: Teoria e técnica do novo radiojornalismo. 2ª edição, Florianópolis, SC: Editora insular (UFSC). 2007. ISBN: 978-85-7474-331-8

PIMENTA, Caroline Petian. **Jornalismo e Divulgação Científica**: Uma análise de reportagens sobre ciência e tecnologia em um programa rural da televisão brasileira. São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/~boccmirror/pag/petian-carolinejornalismo-divulgacao-cientifica.pdf>. Acesso em: 09 de julho de 2017.

PRATA, Nair Moreira Martins. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. Belo Horizonte, MG, 2008. Disponível em: [http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/AIRR-7DDJD8/nair\\_prata\\_tese.pdf;jsessionid=CBB7BD56D5B1224EBAD36BAA0F1F39A8?sequence=1](http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/AIRR-7DDJD8/nair_prata_tese.pdf;jsessionid=CBB7BD56D5B1224EBAD36BAA0F1F39A8?sequence=1). Acesso em: 01 de Setembro de 2017.