
A RÁDIO NO PÚBLICO PRATICANTE DE ATIVIDADE FÍSICA: Um estudo de comportamento de consumo¹

Ana Clara Pereira Costa²

Vinicius Oliveira Romano³

Diogo Rogora Kawano⁴

Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais -
IFSULDEMINAS, Passos, MG

Resumo

Tendo em vista a importância da comunicação nos relacionamentos humanos, este estudo tem o objetivo de identificar os hábitos de consumo de rádio no público praticante de atividades físicas. Para isso, através de um survey online com 101 participantes, divididos em quatro faixas etárias: 12 a 17 anos, 18 a 25 anos, 26 a 35 anos e acima de 36 anos, foi realizada uma análise de dados, identificando as plataformas de áudio mais utilizadas, gêneros musicais preferidos, em quais momentos há o consumo de rádio, entendendo assim o poder motivador da música durante a prática de atividades físicas.

Palavras-chave

Comunicação; Rádio; Atividade física; Hábitos de Consumo; Música; Pesquisa.

1 INTRODUÇÃO

Desde o exórdio, se vê necessário a utilização da comunicação, seja no reino animal, seja na sociedade humana. Com o desenvolvimento da sociedade, presenciou-se o aprimoramento da comunicação, aflorando assim meios comunicacionais como jornal, revista, rádio, televisão, e outros convergidos à internet. (SOUZA, 2023).

O rádio, surgido em 1906, foi uma importante mídia, mas com o avanço tecnológico, novos meios de comunicação surgiram, exigindo que o rádio se adaptasse para se manter relevante. Esse processo, chamado de convergência midiática por Jenkins (2009), afeta todas as mídias.

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ02 – Publicidade e Propaganda do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Graduada em Produção Publicitária do IFSUL de Minas, email: ac18022001@gmail.com

³ Graduado em Produção Publicitária do IFSUL de Minas, email: viniciusromano2@gmail.com

⁴ Professor Orientador. Docente do Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais - IFSULDEMINAS. Coordenador do Laboratório de Tecnologias em Comunicação e Neurociência Aplicada. LTC&NA, email: drkawano@gmail.com.

Com o surgimento da internet, o rádio encontrou novas oportunidades na era do streaming, onde o público pode escolher o conteúdo a ser consumido. Segundo Fonseca (2021), essa mudança impactou a forma como as pessoas se relacionam com a música, que se tornou presente em diversas atividades diárias, como afirma Giani (2021).

A música é fundamental para o bem-estar emocional dos brasileiros, conectando e expressando sentimentos positivos. Segundo a pesquisa de Giani (2021), 68% dos entrevistados ouvem música no Youtube, 38% no Spotify e 31% nas rádios AM/FM. Mais de 60% relataram escutar música durante atividades domésticas, 41% durante atividades físicas, 37% durante deslocamentos pela cidade e também enquanto navegam na internet ou usam o celular

No século XX, os hábitos de consumo de conteúdo foram transformados, especialmente durante o período de lockdown devido à pandemia de COVID-19. A pesquisa do InternetLab (2020) revela um aumento de 14% nas atividades multimídias online de 2019 a 2020, com destaque para o consumo de música, como refúgio e meio de comunicação da população.

Sabendo disso, o objetivo deste estudo é explorar o público praticante de atividades físicas, identificando comportamentos de consumo deste nicho. Com o intuito de alcançar o objetivo proposto, este artigo foi desenvolvido em cinco seções, sendo a primeira seção uma introdução sobre o tema estudado, que já fora desenvolvido acima.. A seguir, serão abordados estudos anteriores relevantes deste assunto e necessários para comparação de resultados. Já na terceira seção é apresentada a metodologia utilizada, que foi aplicada a partir de uma pesquisa e coleta de dados, utilizando-se de uma abordagem com enfoque quantitativo e de análise descritiva. Destarte, foram realizadas as análises e cruzamentos de dados, dispostos na quarta seção com os resultados e discussões, entendendo assim o processo de influência da música em conjunto com a prática de atividades físicas, além de identificarmos os dados demográficos, as plataformas mais utilizadas e os gêneros musicais mais consumidos. Por fim, a última seção apresenta as conclusões finais e os principais achados deste estudo, destacando o objetivo original do tema e sugerindo possíveis áreas de pesquisa futura.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Estudos anteriores, como o de Martins e Duarte (1997), evidenciam a correlação entre música e atividade física em diferentes faixas etárias. O ritmo e a intensidade da música têm impacto no estado físico-psicológico das pessoas, levando a melhorias no desempenho em aspectos específicos analisados. Essas descobertas destacam a importância da combinação de música e exercícios para obter benefícios significativos.

Miranda e Godeli (2003) evidenciam os benefícios da associação entre música e atividade física no bem-estar psicológico de idosos. Por meio de pesquisas bibliográficas, os autores destacam a redução da percepção de esforço durante o exercício físico quando se ouve música, o que aumenta a motivação para a prática e diminui o desconforto da atividade repetitiva.

Conforme Pereira (2011), a técnica de estimulação auditiva rítmica (RAS) demonstra a influência do ritmo no controle muscular. Além disso, Bezerra e Sarmiento (2020) constataram, em uma pesquisa com 100 praticantes de musculação de 18 a 30 anos, que os estilos musicais mais ouvidos eram eletrônica, rock e sertanejo, ressaltando o papel estimulante e fidelizador da música tanto no estilo de vida quanto na academia.

Já a pesquisa de Marques e Carraça (2019) revisou 27 estudos e constatou que a presença da música durante o exercício está associada à diminuição de tensão, depressão, confusão e ansiedade, além de aumentar o envolvimento e a absorção na atividade física. Isso destaca a música como um estímulo motivacional e emocional positivo durante o exercício.

Estudos anteriores indicam que a música durante a atividade física melhora o desempenho e reduz a percepção de dor, cansaço e fadiga. O ritmo e intensidade da música desempenham um papel crucial nessa influência dos fatores ergogênicos.

3 METODOLOGIA

Este trabalho segue uma abordagem de pesquisa com enfoque quantitativa, em que a compreensão da realidade é fundamentada na análise de dados, buscando compreender o público praticante de atividades físicas, assim como também seu modo de consumo de mídia com enfoque no rádio, interpretando a influência da música na prática das atividades físicas.

A análise de dados foi conduzida por meio de uma pesquisa descritiva, que buscou descrever características e relações entre variáveis da população estudada. Utilizando um questionário direcionado ao público-alvo, seguido por análises estatísticas comparativas, os dados foram coletados e analisados em conjunto com pesquisas de mercado e estudos anteriores.

A pesquisa de mercado realizada em 2019 no Instituto Federal do Sul de Minas contou com 101 respondentes, dos quais 58,2% eram homens e 41,8% mulheres, com uma média de idade de 24,3 anos (desvio padrão = 7,82). O recorte da pesquisa foram os participantes que afirmaram praticar atividades físicas. Esses participantes foram divididos em quatro grupos com base nas faixas etárias: Grupo A, com 19 pessoas de 12 a 17 anos; Grupo B, com 49 pessoas de 18 a 25 anos; Grupo C, com 22 pessoas de 26 a 35 anos; e Grupo D, com 8 pessoas acima de 36 anos.

Após a formação dos grupos por faixa etária, foram analisadas as plataformas de mídia mais utilizadas e os hábitos de consumo do público fitness. Verificou-se a probabilidade de adesão a uma rádio fitness, considerando quem ouvia música durante a prática de atividade física e os gêneros musicais preferidos. Por fim, investigou-se o poder de influência e motivação da música durante as atividades físicas.

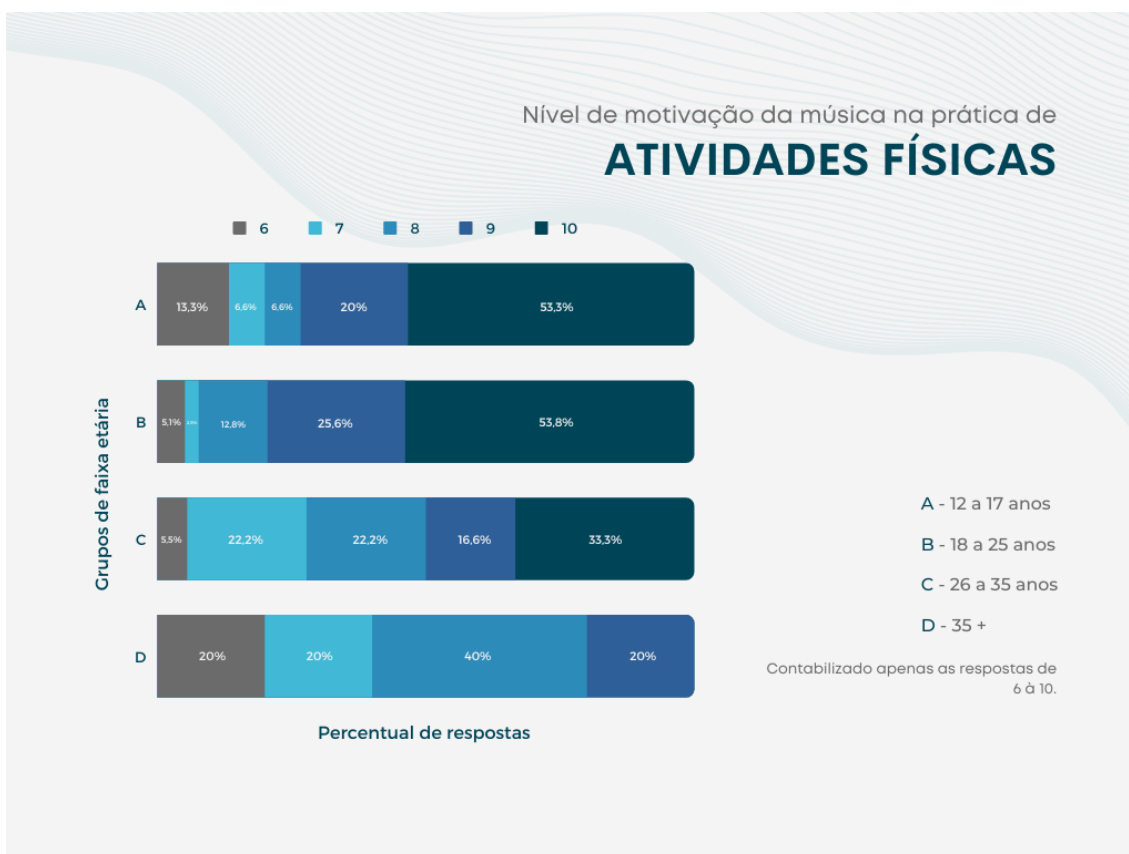
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante a análise, levando em consideração a amostra de 87 respondentes, foi constatado que 83 dessas pessoas têm o hábito de escutar música e também possui um estilo de vida ativo, e 76 desses respondentes afirmam escutar música em conjunto com a prática de exercícios. Tendo em vista que realizar atividades físicas está correlacionado com um estilo de vida saudável, foi percebido que 72 pessoas que escutam músicas e são praticantes de atividade física também cuidam da saúde.

Visto que no questionário realizado foi feita a pergunta “Em uma escala de 1 a 10, o quanto, em sua visão, a música te auxilia na hora de praticar exercícios físicos?”, sendo 1 “não ajuda em nada”, e 10 “me motiva muito”, houveram 88,51% das respostas de “6” à “10”, níveis que demonstram a influência direta da música ao praticar exercícios físicos. Levando em consideração as respostas nos níveis 9 e 10, motivando 73% no grupo A, no grupo B 79%, no grupo C 50% e no grupo D 20%.

Esses dados evidenciam que a música tem um poder motivador acentuado no grupo A e B, enquanto o público D se sente menos motivado com a música em conjunto com a atividade física, como é demonstrado na figura 1

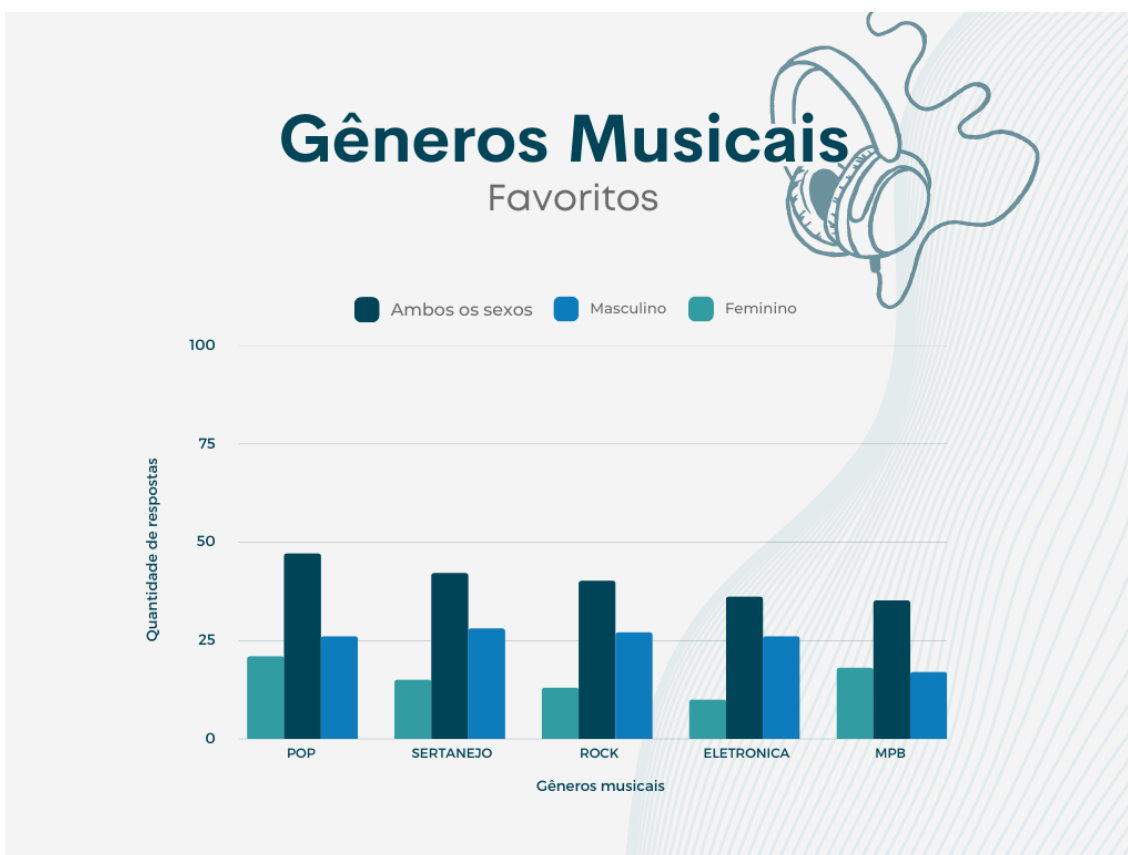
Figura 1- Nível de motivação da música na prática de atividades físicas



Fonte: Elaborado pelos autores

Já, para entender os gêneros musicais preferidos desse público, foi posto no questionário através de uma pergunta de resposta múltipla: “Quais gêneros musicais você geralmente escuta?”, e os escolhidos foram de ritmo intenso e acelerado como é visto na figura 2, sendo Pop com 47 respostas, Sertanejo com 42, *Rock* com 40, Eletrônica 36 e MPB com 35, consoante aos estudos anteriores sobre ritmo e intensidade da música.

Figura 2- Gêneros Musicais favoritos



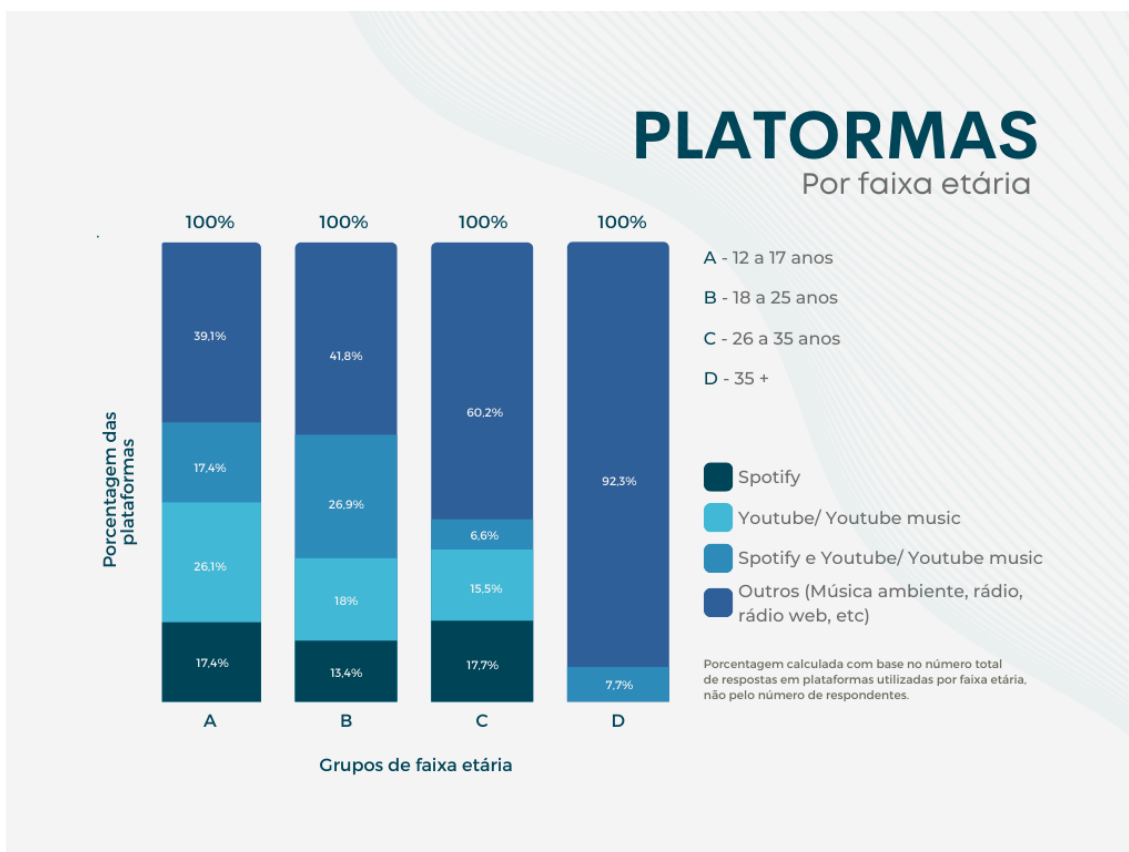
Fonte: Elaborado pelos autores

Dentro da segmentação por faixa etária, é possível observar diferentes padrões de consumo de mídia entre os grupos. Os jovens pertencentes aos grupos A e B, com idades entre 12 e 25 anos, demonstram um maior interesse pelo *youtube/youtube music* como plataforma de consumo de música, estando cerca de 26% no grupo A e 18% no grupo B. Por outro lado, o grupo C, composto por indivíduos entre 26 e 35 anos, mostra uma preferência pelo *spotify* como a principal plataforma, com aproximadamente 18% dos usuários.

Conforme as faixas etárias vão aumentando, observa-se um movimento em direção a plataformas alternativas para escutar música, colocada na figura 3 a seguir como “outros”, contendo aproximadamente 39% no Grupo A, 42% no grupo B, 60% no grupo C e 92% no grupo D. Isso pode ser atribuído a diversos fatores, como a busca por maior diversidade de conteúdo musical, a preferência por formatos de consumo mais passivos, como rádio ou *podcasts*, ou mesmo a menor afinidade com as

plataformas digitais em geral. No entanto, vale ressaltar que os grupos A e B consomem mais *spotify* e também *youtube/youtube music* do que o grupo C, com cerca de 17% no grupo A, 27% no B e 6% no C. indicando uma maior abertura para explorar diferentes formas de consumir música em suas faixas etárias mais jovens.

Figura 3 - Plataformas mais utilizadas por faixa etária

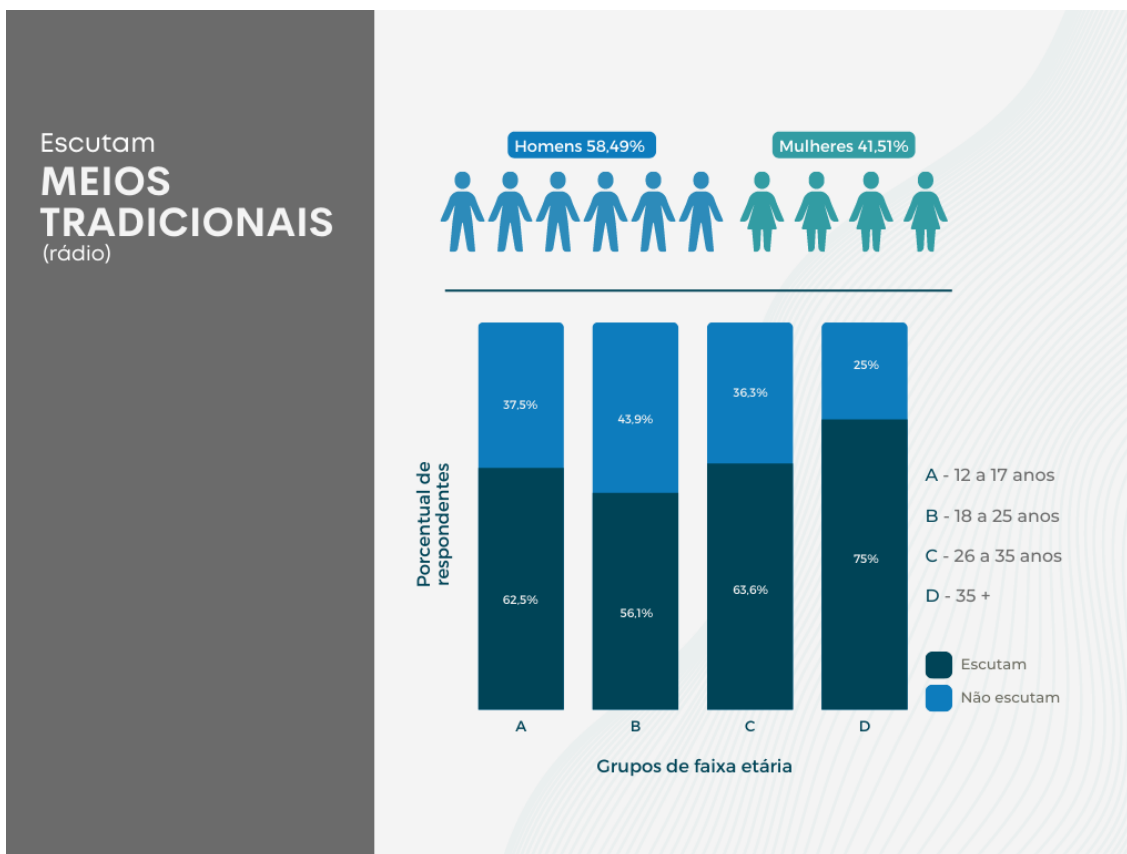


Fonte: Elaborado pelos autores

Vale ressaltar que os resultados obtidos foram retirados com base na porcentagem do total de respostas por faixa etária, encontrado através da pergunta “Em qual plataforma você escuta música?”, podendo selecionar mais de uma opção por resposta.

Entre as pessoas que praticam atividades físicas e escutam rádio, o grupo D (acima de 36 anos) possui uma aderência de 75%, seguido pelo grupo C (26 a 35 anos) com 63%, e o grupo A (12 a 17 anos) com cerca de 60% de ouvintes de rádio, como é ilustrado pela figura 4.

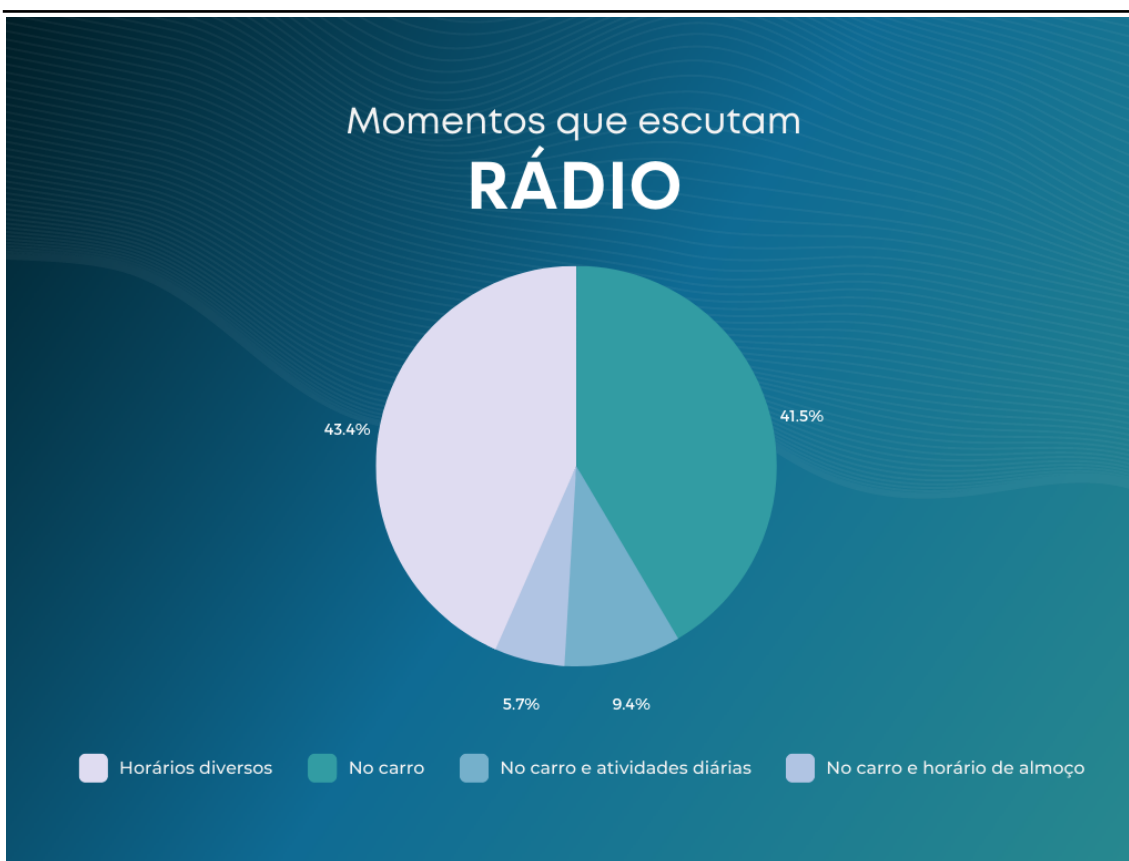
Figura 4 - Público que escuta música por meios tradicionais



Fonte: Elaborado pelos autores

Desse público, 41,51% (22 pessoas) escutam no carro, 9,43% (5) no carro e atividades diárias dentro de casa, 5,66% (3) no horário de almoço e no carro, e o restante escuta em atividades e horários dispersos durante o dia, como é asseverado na figura 5. Desses ouvintes que escutam rádio tradicional e fazem atividade física, 58,49% (31) são homens e 41,51% (22) são mulheres, público esse que é pertencente às faixas etárias do grupo A com 10 ouvintes, B com 23, C com 14 e D com 6. Sendo assim, demonstra que por mais que os *streamings* estejam em alta no público jovem, uma parcela desta mesma faixa etária ainda consome rádio.

Figura 5 - Momentos que o público escutam rádio



Fonte: Elaborado pelos autores

No entanto, foi questionado aos respondentes se “De 1 a 5, o quão provável é de você escutar uma rádio sobre esse universo?”, resultando em uma aceitação de 82,36% para o público feminino, e 67,92% para o público masculino, considerando que foram utilizadas as respostas na escala de 3 a 5, sendo 1 não escutaria e 5 escutaria. Dito isso, a análise de aceitação por faixa etária resultou em 12 pessoas no grupo A, 28 no grupo B, 18 no grupo C e 6 no grupo D.

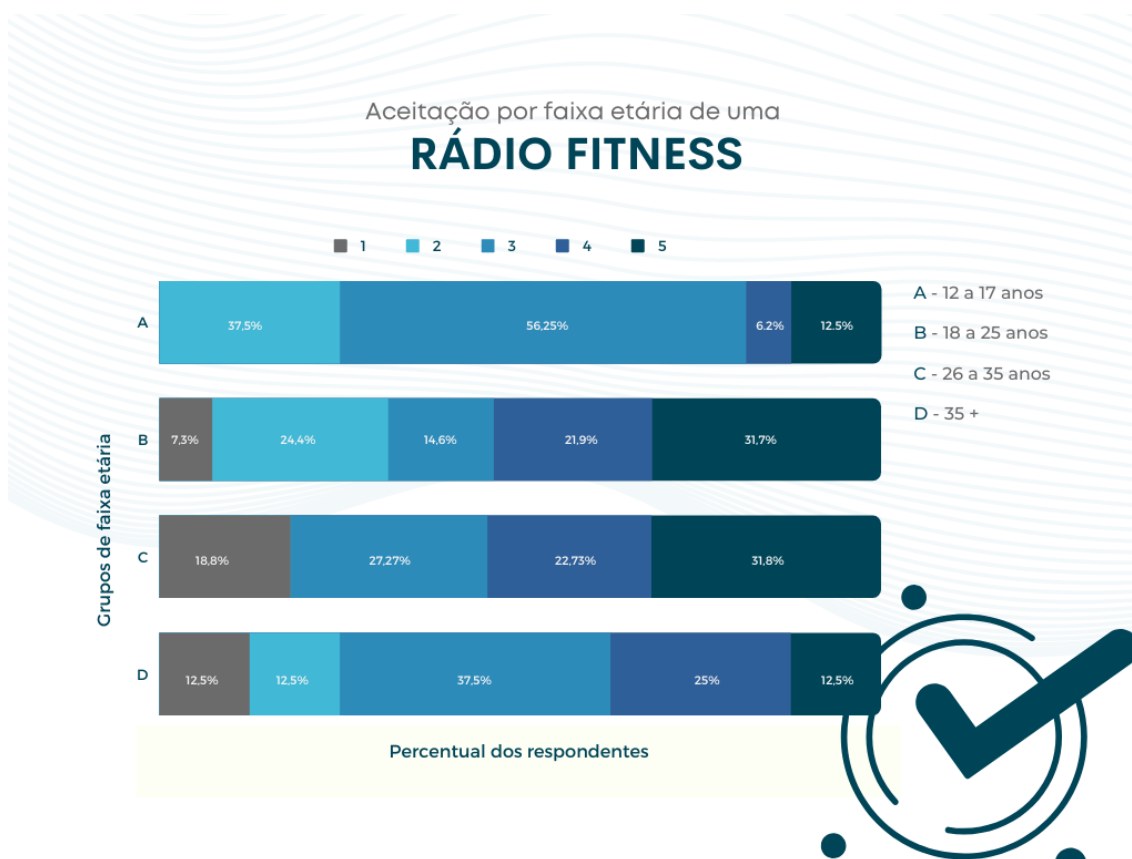
Considerando essa mesma pergunta, observou-se uma tendência positiva em todas as faixas etárias. A maioria das respostas variou de 3 a 5, contendo no Grupo A cerca de 75%, no grupo B aproximadamente 68%, no grupo C 82% e no grupo D 75%, indicando que o público em geral estaria disposto a aceitar uma rádio com foco em atividades físicas.

Ao segmentar os grupos, foi possível perceber que o grupo B, composto por indivíduos de 18 a 25 anos, e o grupo C, entre 26 a 35 anos, apresentaram uma proporção maior de respostas nos níveis 4 e 5 de aceitação, como visto na figura 6. Isso

sugere que essas faixas etárias têm uma receptividade mais elevada em relação a uma rádio *fitness*, demonstrando um interesse maior em ter uma trilha sonora adequada para suas práticas de exercícios.

Esses resultados mostram que há um potencial promissor para o estabelecimento de uma rádio *fitness*, especialmente entre os grupos B e C, cujas respostas indicam uma aceitação mais positiva. Essa segmentação etária pode ser uma estratégia relevante ao desenvolver conteúdo e programação específicos para atender às preferências musicais e necessidades dos ouvintes engajados em atividades físicas.

Figura 6- Aceitação por faixa etária de uma rádio *fitness*



Fonte: Elaborado pelos autores

Após analisar o novo comportamento de consumo musical, verificou-se que disponibilizar uma rádio *fitness* online ou em um aplicativo facilitaria o acesso durante a prática de atividades físicas. Dos 87 respondentes, 74 afirmaram que seria facilitado (85,06%), enquanto 13 pessoas responderam o contrário. Ambos os sexos concordaram

que o acesso à rádio fitness seria facilitado, com 84,91% dos homens e 85,29% das mulheres.

5 CONCLUSÃO

Como visto anteriormente, o rádio desempenha um papel significativo na vida cotidiana de muitas pessoas. Desde sua criação tem se adaptado constantemente à medida que novas tecnologias surgem, constatando seu poder de influência de consumo e comportamento no grupo de pessoas que o escuta. Dito isso, este trabalho de conclusão de curso se propôs a investigar e analisar o comportamento de consumo de rádio no público praticante de atividades físicas, encontrando resultados relevantes, concluindo que:

1- Os aspectos de consumo encontrados foram majoritariamente no grupo de pessoas com 18 à 35 anos, se referindo àqueles que mais consomem música e praticam atividades físicas, além disso, mais de 80% desse público, também possui um estilo de vida saudável.

2- A música possui influência direta na motivação para a prática de atividades físicas, exercendo efeitos psicológicos que auxiliam no desempenho e diminuem os efeitos ergogênicos. Essa influência se deve ao ritmo e à intensidade das músicas ouvidas durante essa prática, evidenciando ainda mais essa teoria quanto aos gêneros musicais preferidos daqueles que escutam músicas em conjunto com atividades físicas, os quais são *pop*, *sertanejo*, *rock* e *eletrônica*.

3 - O *streaming* se estabeleceu como a forma de consumo musical predominante nos dias de hoje, superando tanto a rádio tradicional quanto a rádio *web*. Esta constatação revela o panorama atual e reforça a preferência do público por plataformas de *streaming* que permitem a personalização além da vasta oferta de conteúdo disponibilizadas, refletindo os hábitos e as preferências dos consumidores contemporâneos.

Durante a análise realizada neste estudo, é importante ressaltar algumas limitações relacionadas à amostra utilizada. Nossa pesquisa se baseou em uma amostra de conveniência, que consistiu principalmente em participantes localizados nas regiões de Minas Gerais e São Paulo. É necessário interpretar os resultados com cautela,

considerando essas limitações inerentes ao nosso estudo. No entanto, este trabalho teve como objetivo uma análise descritiva de caráter mais exploratório, sem buscar conclusões estatísticas representativas.

Como sugestão para futuras pesquisas seria interessante investigar a existência e viabilidade de uma plataforma de *streaming* voltada especificamente ao público *fitness*, isso com o intuito de avaliar em dimensão nacional e com amostra representativa para aprofundar os estudos apresentados nesta monografia. Compreendendo assim as necessidades e preferências desse público-alvo, como também, explorar os recursos e funcionalidades que uma plataforma de *streaming* poderia oferecer para motivar e engajar os usuários em suas práticas de exercícios físicos, achados esses que podem também nortear a produção de conteúdos sonoros, como a produção de publicidade para o público *fitness*. Recomenda-se o uso de métodos de amostragem mais rigorosos e diversificados, com amostras representativas.

Além disso, sugerir uma pesquisa para identificar os gêneros musicais que motivam mais os praticantes de exercícios mais intensos, como musculação, *crossfit* e corrida (maratona), trazendo informações valiosas para a criação de *playlists* e seleção de músicas mais eficazes na promoção de um maior desempenho e motivação durante essas atividades.

Outro tema a ser abordado é o estudo do poder motivador da música em conjunto com exercícios específicos, como pedalada em aparelho em grupo (RPM) ou aula de *jump*. Investigar como a música influencia e potencializa a motivação, o ritmo e a intensidade dessas atividades poderia fornecer informações valiosas para a criação de abordagens mais eficazes no uso da música como estímulo durante o treinamento físico.

Essas pesquisas futuras contribuirão para um maior entendimento da relação entre música, atividade física e motivação, proporcionando *insights* práticos e embasamento teórico para o desenvolvimento de estratégias e intervenções voltadas ao público *fitness*.

Referências bibliográficas

A era do rádio/ Jornalismo. **Memorial da democracia**, 2017. Disponível em: <http://memorialdademocracia.com.br/page/a-era-do-radio/estilos/jornalismo>. Acesso em: 13 jan. 2023.

ALMEIDA, Jomar. **A música como auxílio no desenvolvimento das atividades físicas**. Tese (Bacharel e licenciatura em Educação Física), Faculdade de Educação Física, Universidade Regional do Noroeste do Rio Grande do Sul. Santa Rosa, 2013.

BECARI, Jade. O que mudou em nosso consumo de informações durante a pandemia? **Internet Lab**, 2021. Disponível em:
<https://internetlab.org.br/pt/pesquisa/o-que-mudou-em-nosso-consumo-de-informacoes-durante-a-pandemia> Acesso em: 10 jan. 2023

BEZERRA, Alana; SARMENTO, Raphael. A influência da música no desempenho dos praticantes de musculação. **Revista Brasileira de Prescrição e Fisiologia do Exercício**, São Paulo, v.14, n.92, p.573-578 - Julho de 2020 Disponível em:
<http://www.rbpfex.com.br/index.php/rbpfex/article/view/2097/1679> Acesso em: 06 mar. 2023.

DELAVECHIA, Jurema. **O rádio como agente cultural e educativo**. tese (Especialista em Mídias na Educação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Cacequi, 2012.

DUARTE, Caroline. A influência da música na atividade física. **Revista Brasileira de Atividade Física e Saúde**. Florianópolis, v. 2, n. 4, p. 05-16, 1997. Disponível em:
<https://rbafs.org.br/RBAFS/article/view/1137/1322>. Acesso em: 25 fev. 2023.

DUNBAR, Robin. Music during exercise 'decreases exertion and releases natural painkillers in the brain. **The independent**, 07 ago. 2015. Disponível em:
<https://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/health-news/music-during-exercise-decrease-s-exertion-and-releases-natural-painkillers-in-the-brain-10445010.html>. Acesso em: 10 mar. 2023

ELAINA, Jeniffer. Como a convergência midiática pode impactar o marketing. **Internet Innovation**, 2005. Disponível em:
<https://www.internetinnovation.com.br/como-a-convergencia-midiatica-pode-impactar-o-marketing/>. Acesso em: 16 jan. 2023

FIORILI, Marília; FIORILI Bartolomeu. História de Streaming de Música. **Age of audio**, 2022. Disponível em: <https://www.ageofaudio.com/pt/historia-do-streaming-de-musica/>. Acesso em: 5 fev. 2023.

FONSECA, D. L. S. O streaming e a virtualização dos serviços de informação: uma análise sobre a adaptação das bibliotecas frente à pandemia de covid-19. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 26, n. 1, p. 1-20 - Janeiro, 2021. Disponível em:
<https://brapci.inf.br/index.php/res/download/164172> . Acesso em: 9 fev. 2023.

GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D, T. **Métodos de Pesquisa**. 1º Edição, Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

GOMES, Adriano; RODRIGUES, Edivânia. **Rádio e Memória - As narrativas orais na reconstrução da história do Rádio Potí**. 1ª ed. Rio Grande do Norte: Editora UFRN, 2016.

História da música brasileira. **Música no tempo**, 2014. Disponível em:
<https://muisicanotempo.comunidades.net/historia-da-musica-brasileira>. Acesso em: 4 mar de 2023

História do Rádio. **Portal São Francisco**, 2005. Disponível em:
<https://www.portalsaofrancisco.com.br/historia-geral/historia-do-radio>. Acesso em: 12 jan. 2023.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Inside rádio 2020, no ritmo da transformação**. Kantar ibope media,2020. 44 p. Disponível em:
https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2020/09/INSIDE-RADIO-2020_Kantar-IBOPE-Media.pdf. Acesso em: 8 mar de 2023

JUNG, Milton. O rádio na cobertura de 11 de setembro. **Miltonjung**, 2011. Disponível em <https://miltonjung.com.br/2011/09/10/o-radio-na-cobertura-do-11-de-setembro/> Acesso em: 14 jan. 2023.

KEMP, Simon. Digital 2018, Brazil. **Datareportal**, 2018. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2018-brazil>. Acesso em: 30 jan. de 2023.

MACIEL, Laura. **Cultura e tecnologia: a constituição do serviço telegráfico no Brasil**. Scielo, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbh/a/trXsdCMRcbJRK5Xx6VpBLvD/?lang=pt>. Acesso em: 27 jan de 2023.

MARQUES, G.; CARRAÇA, E.G.. Efeitos psicológicos da música em praticantes de exercício: Uma revisão sistemática. **Cuadernos de Psicología del Deporte**, Murcia, vol. 20, n.. 2, p. 152-173, 2020.

MIRANDA, Gustavo. **A história da evolução da mídia no Brasil e no mundo**. Tese (Bacharel em comunicação). Faculdade de Publicidade e Propaganda, Universidade de Brasília. Brasília. 2017.

MIRANDA, M. L. J; GODELI, M, R, C, SOUZA. Música, atividade física e bem-estar psicológico em idosos. **Revista UCB: Revista Brasileira de Ciência e Movimento**, v.11, n. 4, p. 87-110, 2003. Disponível em: https://blogs.uninassau.edu.br/sites/blogs.uninassau.edu.br/files/anexo/artigo_de_revisao_2003.pdf. Acesso em: 28 fev. 2023.

MOURA, N. L; GRILLO, D. E; MERIDA, M; CAMPANELLI, J. R; MERIDA. F. A influência motivacional da música em mulheres praticantes de ginástica de academia. **Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte**, Barueri, v. 6, n 3, p 103-118. 03 setembro. 2007. Disponível em: <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/remef/article/view/1241/945>. Acesso em: 5 mar. 2023

NEUBERGER, Rachel. **O rádio na era da convergência**. 1ª ed. Cruz das Almas: Editora UFRB, 2012.

NUNES, Natalia. A história do streaming: conheça a tecnologia que transformou nossos hábitos. **Netpoint**, 2022. Disponível em: <https://netpoint.live/a-historia-do-streaming-conheca-a-tecnologia-que-transformou-nossos-habitos/>. Acesso em: 4 fev. 2023.

O consumo de música no Brasil: Uma viagem pela paixão do brasileiro por música. **Globo**, 2021. Disponível em: <https://gente.globo.com/o-consumo-de-musica-no-brasil/>. Acesso em: 8 mar de 2023.

OLIVEIRA, Maxwell. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração**. Tese (Pós Graduação em Administração), Universidade Federal de Goiás. Catalão, 2011.

PASSOS, Diego. Os impactos da pandemia na transformação da mídia off-line. **Meio e mensagem**, 2021. Disponível em: [https://www.meioemensagem.com.br/opiniaos-impactos-da-pandemia-na-transformacao-da-midia-off-li](https://www.meioemensagem.com.br/opiniaos-impactos-da-pandemia-na-transformacao-da-midia-off-line) ne. Acesso em: 2 fev. 2023.

PEREIRA, Arley. **Influência da música na motivação durante a realização de atividades físicas em academia**. Tese (Especialização em musculação), Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2011.

PNAD Contínua TIC 2018: Internet chega a 79,1% dos domicílios do país. **Agência IBGE Notícias**, 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/27515-pnad-continua-tic-2018-internet-chega-a-79-1-dos-domicilios-do-pais>. Acesso em: 15 jan. 2023.

PONTES, Marcio. Sociedade e música. **Sociedade Artística Brasileira**, 2018. Disponível em: <https://www.sabra.org.br/site/musica-influencia-a-sociedade/>. Acesso em: 15 fev. 2023

-
- RODRIGUES, Antonio. Pequena história do rádio e da televisão. **Observatório da Imprensa**, 2008. Disponível em: <https://www.observatoriodaimpresa.com.br/diretorio-academico/pequena-historia-do-radio-e-da-televisao/>. Acesso em: 11 jan. 2023.
- RODRIGUES, Nathália; FILHO, Carlos. **Influência da audição musical na prática de exercícios físicos por pessoas adultas**. Scielo, 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?>. Acesso em: 16 fev. 2023.
- SCATAMBURLO, Biaca; CAMPOS, Nara. **A Era do Áudio: Tendências do consumo de Streaming de Áudio no Brasil**. Comscore, 2020. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Blog/Tendencias-do-consumo-de-Streaming-de-Audio-no-Brasil>. Acesso em: 12 mar. 2023.
- SORDI, Jaqueline. Como a música pode influenciar o treino e a prática de esportes. **Gaucha ZH**, 2013. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/saude/vida/noticia/2013/09/como-a-musica-pode-influenciar-o-treino-e-a-pratica-de-esportes>. Acesso em: 20 fev. 2023.
- Streaming supera TV por assinatura nos EUA. **Meio e mensagem**, 2022: Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/streaming-supera-tv-por-assinatura-nos-eua>. Acesso em: 7 fev. de 2023.
- SILVA, Raissa. Papel e importância do rádio através da história. **Observatório da imprensa**, 2012. Disponível em: <https://www.observatoriodaimpresa.com.br/interesse-publico/ed718-papel-e-importancia-do-radio-atraves-da-historia/>. Acesso em: 12 jan. 2023
- SOUSA, Rafaela. Meios de comunicação. **Uol**, 2023. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/meios-comunicacao> Acesso em: 10 jan. 2023.
- SOUZA, Y. R.; EDUARDO R. S. Análise temporal do efeito ergogênico da música assíncrona em exercício. **Revista Brasileira de Cineantropometria e Desempenho Humano**, v.14(3), p. 305-312, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcdh/a/>. Acesso em: 3 mar. 2023.
- VELLAME, Igor. **Projeto: História do Rádio**. Site do Instituto de Física Gleb Wataghin, 2014. Disponível em: https://sites.ifi.unicamp.br/lunazzi/files/2014/03/IgorA_Kleinke_RF1.pdf. Acesso em: 10 jan. 2023.
- VIRGILIO, Paulo. **Invenção que pode ser atribuída a um brasileiro, rádio se integra às novas tecnologias**. Empresa Brasil de comunicação, 2013. Disponível em: <https://memoria.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/02/invencao-que-pode-ser-atribuida-a-um-brasileiro-radio-se-integra-as-novas>. Acesso em: jul. 2023.
- TEIXEIRA, Marcelo; SILVA, Bento. Rádio Web e Podcast: Conceitos e aplicações no ciber espaço educativo. **Icono 14**, Madrid, v. 4, p.253-261. 16 mar. 2010. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/55613967.pdf>.
- Trajetória do Fitness: como esse universo se tornou tendência. **Show diário**, 2021. Disponível em: <https://www.showdiario.com.br/noticias/entretenimento/515485/trajetoria-do-fitness-como-esse-universo-se-tornou-tendencia.html>. Acesso em: 10 fev. 2023.