



## **Radiojornalismo, Webjornalismo e Formação Profissional<sup>1</sup>**

Carla Rodrigues<sup>2</sup>  
Creso Soares Jr<sup>3</sup>

### **Resumo**

Este artigo discute as habilidades do profissional de rádio, a partir da expansão do veículo para a internet. Para isso, toma-se como ponto de partida o exemplo do blog especial da rádio CBN para as olimpíadas de Pequim 2008 e a experiência do Portal PUC-Rio Digital a fim de para discutir que novas exigências o mercado de trabalho impõe ao radiojornalista.

### **Palavras-chave**

radiojornalismo; webjornalismo; formação profissional; novas tecnologias de informação e comunicação

### **Introdução**

Este artigo tem como objetivo discutir de que forma a expansão do rádio para a internet provoca mudanças na formação profissional, consequência das transformações trazidas pelas Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (NTICs) à profissão de jornalista. As NTICs também estão transformando profundamente a radiodifusão, e neste trabalho unem-se o debate sobre esses dois processos de transformação: o exercício do jornalismo e as características do rádio, que passou por inúmeras transformações nos mais de 80 anos em que está no Brasil.

Com a chegada da TV, nos anos 1950, o rádio vai se transformando em prestador de serviço, a audiência deixa de ser coletiva para ser individual, e a vozes impostadas dos locutores vão dando lugar aos comunicadores que conseguem estabelecer empatia e proximidade. Mais recentemente, a transmissão de rádio via web começa a mudar significativamente a relação do ouvinte com o áudio – que vai se tornar portátil –, mudando também a rotina e os requisitos do profissional de rádio.

Para discutir essas mudanças, o artigo vai explorar um caso exemplar: a comparação das coberturas da emissora de rádio CBN de duas Olimpíadas: a de 2004, em Atenas, e a de 2008, na Grécia. Na primeira, em 2004, o repórter Carlos Eduardo Éboli desembarcou na Grécia com gravadores para captura de áudio e um telefone para

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Setembro de 2009.

<sup>2</sup> Jornalista, mestre e doutoranda em Filosofia (PUC-Rio), professora do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, editora do Portal PUC-Rio Digital. carla@puc-rio.br

<sup>3</sup> Jornalista, especialista em Jornalismo Cultural (Unesa/2003), professor do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio editor do Portal PUC-Rio Digital. creso.soaresjr@gmail.com



fazer entradas ao vivo e se comunicar com a redação. Quatro anos depois, o mesmo jornalista foi a Pequim com máquinas fotográficas e filmadora, a fim de produzir imagens para a área especial do sítio<sup>4</sup> da emissora dedicada à cobertura das olimpíadas.

### **Breve história do rádio no Brasil e seu papel social**

Quando o rádio chegou ao Brasil, Edgard Roquette-Pinto, fundador da primeira emissora com transmissões regulares no país, justificava a utilidade do rádio como o veículo que poderia trabalhar pelo progresso do Brasil:

o rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos, desde que realizem com o espírito altruísta e elevado (ROQUETE PINTO *apud* FERRARETO: 1997: 97).

As idéias de Roquette-Pinto, que o rádio deveria ser usado para educação, um veículo sem fins lucrativos, caem por terra quando é descoberta a potencialidade de obter lucros com venda de espaço publicitário. Quase um século depois, o rádio brasileiro passou por um processo parecido com o do folhetim na França. Nas palavras de Martin-Barbero:

O estatuto da comunicação literária sofre com o folhetim um duplo deslocamento: do âmbito do livro para o da imprensa – o que implica a mediação das técnicas da escritura jornalística e da técnica do aparato tecnológico na composição e na diagramação de um formato específico – e do âmbito do escritor-autor, que agora só entra com a ‘matéria prima’ e por vezes mais do que escrever reescreve para o do editor-produtor, que é quem muitas vezes ‘tem o projeto’ e dirige sua realização. (MARTIN-BARBERO, 2006:179)

O rádio brasileiro, nascido como uma atividade de diletantes, de uma elite capaz de comprar os caros equipamentos para receber as transmissões, entra então no universo dos lucros e do consumo. A sociedade brasileira começa a se modernizar. No fim dos anos 1920, o Brasil já possui um mercado interno razoável, com o crescimento da mão-de-obra assalariada. Neste momento, o veículo se desloca do eixo da novidade científica para se constituir num veículo de comunicação, voltado para a obtenção de lucros, anunciantes e audiência.

Com a regulamentação da propaganda, a indústria e o comércio ganham um canal para atingir a população, inclusive os analfabetos. Graças às iniciativas de Adhemar Casé e César Ladeira, entra em cena o programa de auditório. Este tipo de

---

<sup>4</sup> <http://www.cbn.com.br>



atração que apresentava grandes nomes da música e do teatro fazia com que o público se aproximasse de seus ídolos. Como explica Ferraretto:

Com o auditório servindo à interação com o público, o espetáculo radiofônico desenvolveu-se até a chegada da televisão que, gradativamente, ocupa seu lugar como principal forma de entretenimento massivo. (FERRARETTO, 1998:107)

Com a chegada da TV, o rádio passa por uma reestruturação. O espetáculo massivo ficaria com o novo veículo. O rádio investiu em itens que anteriormente representavam um espaço menor na programação, como o jornalismo, as transmissões esportivas, a prestação de serviço e a música gravada. A sobrevivência veio também pelo uso de uma nova tecnologia: o transistor, que deu ao rádio portabilidade. O aparelho saiu da sala e ganhou outros cômodos da casa. A audiência coletiva da época do rádio-espetáculo dava lugar a uma audiência individual.

Nesta época, o Brasil abria-se a investimentos estrangeiros fortemente baseados numa política desenvolvimentista capitaneada por Juscelino Kubitschek. O país vivia então relativa estabilidade econômica e prosperidade. Depois da transferência do espetáculo para a tela da TV, o jornalismo ganhou grande incremento no rádio. Destacam-se as experiências da Emissora Continental e Rádio Jornal do Brasil no Rio de Janeiro, da Jovem Pan, em São Paulo, e Guaíba, em Porto Alegre. Como diz Canclini (2005:17): “Há mais de meio século os intercâmbios culturais entre os Estados Unidos e a América Latina ocorrem mais nas indústrias de comunicação do que na literatura, nas artes visuais, ou na cultura tradicional.”

### **A primeira rádio all-news e a migração para a web**

Um dos resultados desse intercâmbio na indústria da comunicação nasceu em 1991, ano de fundação da Rádio CBN, inspirada no modelo de radiojornalismo feito nos EUA. O modelo de 24 horas de notícia já existia naquele país desde a década de 1960. O idealizador da emissora, José Roberto Marinho, explicou o tipo de rádio que pensou para a CBN: “Achei mais interessante optar por um mix: usar o modelo da CBS, de conteúdo local e prestação de serviço, mas já acrescentando o conceito de rede, como operava a ABC.” (MARINHO *apud* TAVARES&FARIA, 2006:16).

A partir do que diz Marinho, se pode classificar o processo de criação da CBN como uma hibridação, tendo em vista que para a realidade brasileira, os idealizadores



pensaram na mistura de dois modelos importados da América para resultar numa rádio brasileira, como explica Canclini (2008:XIX): “entendo por hibridação processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existam de forma separada. Se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas.” O modelo adotado pela CBN se insere no que diz Meditsch – o jornalismo é feito no rádio sob influência do que se faz na imprensa escrita.

O rádio informativo não é apenas um novo canal para a mesma mensagem do jornalismo, é também um jornalismo novo, qualitativamente diferente, e a designação diversa procura dar conta dessa transformação (MEDITSCH, 2001:30).

Fundada em 1991, a CBN se expandiu para a internet em 2002. As estatísticas de acesso ao sítio apontavam, em abril de 2008, para 2,5 milhões de páginas vistas por mês e 811 mil visitantes únicos<sup>5</sup>. Na web, a rádio publica três mil páginas e há cerca de 90 mil arquivos de áudio. A expansão para a plataforma web faz parte de uma estratégia de aproximação do público jovem. Assim como o transistor permitiu portabilidade ao rádio e possibilitou a sobrevivência do meio após a chegada da TV, a internet aparece como uma nova tecnologia capaz de renovar a transmissão de áudio e dar ao rádio novas configurações.

Nas Olimpíadas de 2004, a CBN enviou dois repórteres para cobrir o maior evento esportivo do planeta. Eles foram munidos de gravadores e telefones para fazer as reportagens. Na verdade, quando os eventos eram transmitidos ao vivo, os narradores ficavam no Brasil, acompanhando as competições pela televisão e os repórteres iam aos locais para fazer registros posteriores. Esta parte da cobertura não se alterou para Pequim 2008, mas a equipe cresceu. Foram cinco profissionais, que além de gravadores levaram também máquinas fotográficas e filmadoras.

No sítio, a emissora criou um ambiente especial chamado blog das olimpíadas. Os repórteres levaram os equipamentos para fazerem reportagens de comportamento. O jornalista Carlos Eduardo Eboli tem dois vídeos emblemáticos dessa nova fase do rádio sobre plataforma web – e, portanto, livre das suas limitações de transmissão exclusivamente em áudio. No primeiro vídeo, Éboli aparece comendo um escorpião frito e conversan com a câmera. No segundo, o repórter negocia a compra de um lenço num mercado popular chinês.

Ao entrar no ambiente especial criado para a cobertura olímpica, o ouvinte-internauta encontra um muro construído na capital chinesa que separa o país que mais

---

<sup>5</sup> Estatísticas do Google Analytics, acesso restrito.



cresce no mundo, de um povo que ficou de fora da festa. Por intermédio da CBN, o internauta toma conhecimento da imagem que desnuda o contraste. Os novos radialistas devem falar bem, fotografar bem e se relacionar satisfatoriamente com a imagem em movimento, tanto como o agente que captura essas imagens, como o ator que vai aparecer na frente das câmeras.

Carlos Eduardo Eboli<sup>6</sup> afirma que a equipe da CBN não tinha a intenção de fazer reportagens esportivas com o equipamento de vídeo: as câmeras foram usadas para matérias de comportamento e captar flagrantes do cotidiano chinês.

O repórter personificou, assim, o que diz o jornalista Heródoto Barbeiro:

Não há mais lugar para o locutor-apresentador de notícias apuradas pela redação, a sua função passa a ser de divulgador de serviços como hora, temperatura, pequenas notas, etc. A nova organização industrial das redações, que alicerça o conceito de multifunção e as necessidades de se respeitar os orçamentos de gastos obriga todos os jornalistas de rádio a falar (BARBEIRO *apud* MEDITSCH, 2001:20).

É interessante notar que os vídeos não seguem a estrutura de matérias televisivas com offs, passagens e sonoras. A imagem captura o momento, seja ele a árdua luta para baixar o preço de um produto ou o desfrutar de uma iguaria oriental. Não há edição, é quase um plano-sequência. Outro aspecto importante de ressaltar é que na transmissão da CBN em Pequim, as imagens eram usadas de forma periféricas aos eventos esportivos, elas serviam para ilustrar reportagens de comportamento.

A emissora pertence ao Sistema Globo de Rádio (SGR), braço radiofônico das Organizações Globo, maior conglomerado de participação do país. Além de não haver como brigar tecnologicamente com as transmissões da TV Globo, o fato da CBN transmitir os jogos com imagens via internet poderia contrariar a política comercial do conglomerado. Meditsch faz uma reflexão sobre a forma que as organizações multimídias tratam o assunto:

Como essa concentração (de propriedade e/ou controle da produção) se dá geralmente em mãos de grupos empresarias multimídia, continuará sendo difícil reverter a subordinação do rádio às decisões tomadas em função da televisão nessas empresas. Pelo volume de investimento e lucro que representa, a TV naturalmente se torna prioridade onde a motivação é econômica (MEDITSCH, 2001:42).

Assim como na chegada da TV ao Brasil, o rádio teve que ocupar lugares que não interessavam ao novo veículo, este processo usado na cobertura das olimpíadas é uma tentativa de ir por um caminho diferente do tomado pela televisão e conseguir seu

---

<sup>6</sup> Depoimento aos autores em junho de 2009.



espaço próprio. Assim, a programação da CBN no blog das olimpíadas é uma hibridação de TV e rádio, formando uma nova forma de comunicação:

Como a hibridação funde estruturas ou práticas sociais discretas para gerar novas estruturas e novas práticas? Às vezes isso ocorre de modo não planejado ou é resultado imprevisto de processos migratórios, turísticos e de intercâmbio econômico ou comunicacional. Mas frequentemente a hibridação surge da criatividade individual e coletiva, não só nas artes, mas também na vida cotidiana e no desenvolvimento tecnológico. Busca-se reconveter um patrimônio (uma fábrica, uma capacitação profissional, um conjunto de saberes e técnicas) para reinseri-lo em novas condições de produção e mercado (CANCLINI, 2008, XXII).

Pelo exemplo da CBN nas Olimpíadas, ter boa locução e escrever corretamente não são suficientes para o repertório do novo profissional de rádio. Ele deve estar apto a trabalhar com a imagem em movimento, por trás das câmeras e até como apresentador de televisão, modificando não apenas os atributos necessários para a sobrevivência do profissional que já está no mercado, mas trazendo também o desafio da formação do futuro profissional de rádio, que exercerá sua função de radiojornalista em um ambiente profundamente modificado pelas novas tecnologias de informação e comunicação, fenômeno que afeta a prática jornalística como um todo, mas também num meio de comunicação especificamente alterado pela necessidade de renovação de público. Os novos radialistas devem falar bem, fotografar bem e se relacionar satisfatoriamente com a imagem em movimento, tanto como o agente que captura essas imagens, como o ator que vai aparecer na frente das câmeras.

A migração para a internet e a incorporação de imagem em movimento em reportagens que eram apenas radiofônicas traz para a cena o debate sobre o risco de desaparecimento do rádio. Meditsch contraria esta expectativa quando diz que o rádio “vai continuar existindo, convivendo com a internet, e fortalecido pelas possibilidades abertas com as novas tecnologias” (2001b:3).

Minha aposta é que o rádio assim definido - um meio de comunicação que transmite informação sonora, invisível, em tempo real - vai continuar existindo, na era da internet e até depois dela, e vai ser aperfeiçoado pelas novas tecnologias que estão por aí e ainda por vir, sem deixar de ser o que é (Meditsch, 2001b: 4)

A internet é a plataforma para a área de rádio do Curso de Jornalismo da UFSC, como relata Meditsch. Segundo ele, a Rádio Ponto<sup>7</sup> funciona 24 horas por dia e proporciona ao aluno de Jornalismo diferentes experiências, com programação musical, produção de peças de radioteatro e documentários, além de programas de reportagem

---

<sup>7</sup> <http://www.radio.ufsc.br>



informação ao vivo. A aposta do autor passaria pelos desafios da formação desse profissional, como se discutirá a seguir.

### **Radiojornalismo ou webjornalismo? Repensando a formação**

O que se viu até aqui é que a entrada da rádio CBN na web pode ser dividida em duas etapas: na primeira, o sítio da emissora apenas reproduzia aquilo que estava sendo transmitido pela forma tradicional. Já nessa primeira fase, os jornalistas tiveram que incorporar nas suas rotinas de trabalho as práticas do webjornalismo, que incluem o uso e manuseio de ferramentas de gestão de conteúdo e o domínio da linguagem escrita. Na segunda etapa, o uso de recursos multimídia no sítio da emissora aprofunda as alterações na prática profissional, incorporando exigências novas, como a produção de imagem e vídeos. Nessa segunda fase, a questão da formação de um radiojornalista nos levará para uma discussão sobre a ligação entre o ensino do jornalismo e as novas tecnologias de informação e comunicação.

Professores responsáveis pela formação de futuros jornalistas devem reconhecer que a atividade está sendo desempenhada em um ambiente de contínua inovação tecnológica e que o webjornalismo é uma habilidade extra que passa a ser exigida de muitos daqueles que estavam já treinados para lidar com outras tecnologias.

Nos EUA, uma pesquisa buscou identificar habilidades e características mais importantes a serem desenvolvidas para trabalhar em ambientes *online* (Magee, 2006). Foram entrevistados diferentes tipos de profissionais que lidam com a produção de conteúdo para sites, como jornais, revistas, TVs e emissoras de rádio. A pesquisa identificou 35 habilidades necessárias para o desempenho dessas funções e, além dos aspectos técnicos que caracterizam o trabalho cotidiano, algumas habilidades foram identificadas como necessárias para trabalhar no ambiente web: o interesse por aprender coisas novas, ser multitarefa e trabalhar em equipe seriam as características mais importantes para o desempenho da atividade. A esse novo perfil se soma as habilidades tradicionalmente ligadas à profissão, seguindo a afirmação de António Fidalgo: “Para fazer o novo jornalismo, possibilitado pela Internet, é preciso conhecer e dominar princípios, regras e práticas do velho jornalismo” (Fidalgo, 2003: 8).

Assim, o radiojornalista continuará tendo que dominar técnicas específicas de redação de texto e de entrevistas, mas a esses atributos cada vez mais será necessário incorporar novas habilidades. De uma maneira geral, o que as NTICs indicam é que as necessidades de formação do jornalista dificilmente poderão ser resolvidas apenas



dentro do curso de Comunicação Social. As exigências para quem trabalha com o ambiente web são amplas a ponto de incluir desde noções de telecomunicações e transferência de dados, passando por arquitetura de redes informatizadas, usabilidade e design, até o acompanhamento das transformações tecnológicas que, dada a sua velocidade, se tornam um desafio a mais dentro da universidade.

Pensando nessa formação global, a PUC-Rio criou o domínio adicional em tecnologia e mídias digitais<sup>8</sup>, oferecido com o objetivo de estimular a formação interdisciplinar do aluno. Para obter o domínio adicional em mídias digitais, o aluno deve cumprir, além das disciplinas de Comunicação, créditos dos cursos de Engenharia, Informática, Artes e Design, Educação e Direito, nas quais serão enfatizados temas ligados ao universo da internet, como conectividade, usabilidade, ferramentas de educação à distância e questões jurídicas ligadas aos direitos autorais em ambiente digital. Implantando no final de 2008, o domínio adicional em tecnologia e mídias digitais é uma das iniciativas que pode contribuir com a idéia de uma formação extra ao aluno de Comunicação Social.

Ainda assim, a grade curricular está dividida nos compartimentos tradicionais do jornalismo, ensinando práticas e técnicas para jornal impresso, rádio e TV em disciplinas de redação, edição e laboratório. A mesma lógica se repete no Portal PUC-Rio Digital, projeto criado no bojo da última reforma curricular do curso de Comunicação Social da PUC-Rio, implantada a partir do primeiro semestre de 2005<sup>9</sup>. O objetivo do portal era a criação de um espaço de veiculação da produção prática a ser realizada nas disciplinas laboratoriais.

Foram criadas seções de Jornal<sup>10</sup>, Rádio<sup>11</sup> e TV<sup>12</sup> e está em curso o processo de implantação de uma emissora de rádio com transmissão exclusiva pela web. Nesse caso, a internet funcionará apenas como plataforma de veiculação contínua de áudio, mas nas reportagens diárias publicadas no portal já está em curso ampla mudança na forma de produzir matérias de áudio.

Em primeiro lugar, para que uma reportagem possa vir a ser veiculada como manchete do portal, é preciso estar ilustrada com uma fotografia ou imagem, alterando

---

<sup>8</sup> [http://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccg/dominios.html#tecno\\_midig](http://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccg/dominios.html#tecno_midig)

<sup>9</sup> Uma apresentação ampla do Portal PUC-Rio Digital e seus desdobramentos na formação profissional Kischinhevsky, Rodrigues & Barreto. Portal PUC-Rio Digital: Um Debate sobre Educação e Prática Jornalística. Anais do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste (Intercom Sudeste), ECO/UFRJ, maio de 2009.

<sup>10</sup> <http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=3>

<sup>11</sup> <http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=4>

<sup>12</sup> <http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=5>





já na sala de aula a prática do radiojornalismo. Em segundo lugar, professores e estagiários estão se deparando com desafios diários na produção de reportagens de rádio que podem ser ouvidas pelo usuário do portal a qualquer momento, o que subverte a lógica da transmissão de rádio e faz do áudio mais um dos formatos possíveis de veiculação de notícias na web.

O desafio da equipe do portal tem sido conciliar o ensino das formas tradicionais de produção de notícias para rádio com a plataforma web, de forma a formar alunos mais aptos para coberturas recentes como as realizadas pela CBN no seu site. É preciso reconhecer que as exigências do mercado de trabalho não estão mais restritas a estes limites rígidos. Os meios tecnológicos que um radiojornalista precisava dominar se ampliaram de forma inédita, incluindo até mesmo a captura de imagens. Fronteiras que já estiveram bem demarcadas estão sendo eliminadas, abrindo espaço para repensar a prática profissional a partir do surgimento do jornalismo on-line (Rodrigues, 2009).

### **Considerações finais**

A partir da exposição de um exemplo de migração de emissora de rádio para a internet, esse artigo pretende refletir sobre quais são os requisitos para a formação do radiojornalista. O que se constata é que as habilidades que já foram suficientes – bom domínio da voz e de técnicas de reportagem e entrevista em áudio – estão sendo, não substituídas, mas incorporadas a um novo perfil de profissional.

Se o jornalismo on-line tem um profundo impacto na rotina de todos os jornalistas atuantes no mercado de trabalho, este impacto é ainda mais profundo nas rotinas de quem, por princípio, trabalhava “invisível”, ou seja, totalmente livre da imagem, usando a voz e o áudio como recursos principais.

Em emissoras de rádio na web, fotografias e imagens em movimento incluem um caráter de visualidade inédito para o veículo rádio e trazem para o debate não apenas a questão da formação, mas sobretudo levam a pensar o quanto as NTICs e a convergência de mídia estão alterando a profissão.

Conseqüentemente, será preciso alterar também o tipo de formação universitária que se oferece e, principalmente, repensar as categorias do jornalismo que estão caracterizadas por prefixos – tele, rádio, web – , numa associação talvez insuficiente com as tecnologias de cada veículo. Repensar essa lógica, desafio de todos, pode ser um passo fundamental para repensar também o radiojornalismo.



## Referências bibliográficas

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 2000.

FIDALGO, Antônio. O ensino do jornalismo no e para o século XXI. In: FIDALGO, Antônio; SERRA, Paulo. *Informação e comunicação online: jornalismo online*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003. v. I. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-ensino-jornalismo-internet.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2009.

GARCIA CANCLINI, Néstor. *Culturas Híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 1997.

\_\_\_\_\_. *Consumidores e cidadãos — Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

HERSCHMANN, Micael e KISCHINHEVSKY, Marcelo. “A ‘geração podcasting’ e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento”. Anais do XVI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), Curitiba, 2007.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. *O rádio sem onda – Convergência digital e novos desafios na radiodifusão*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007a.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; RODRIGUES, Carla; BARRETO, Ivana. *Portal PUC-Rio Digital: um debate sobre educação e prática jornalística*. Rio de Janeiro: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste (Intercom Sudeste), 2009.

MAGEE, C. Max. The roles of journalists in online newsrooms. *Online News Association*, 2006. Disponível em: <<http://www.mediosparalapaz.org/downloads/INVESTIGATIONENGLISH.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações — comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

MEDITSCH, Eduardo. *O Rádio na era da informação — Teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular, Ed da UFSC, 2001a.

\_\_\_\_\_. *O ensino do radiojornalismo em tempos de internet*. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2001b.

RODRIGUES, Carla. “Ainda em busca de definições para o jornalismo on-line”. IN: RODRIGUES, Carla. *Jornalismo on-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro, Porto Alegre: Editora PUC-Rio, Editora Sulina, 2009.