



Metamorfoses no Telejornalismo Brasileiro: um Estudo do RJTV

Roberta CASTELO BRANCO¹

Marcio GONÇALVES²

Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, RJ³

Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ/ Instituto Brasileiro de Informação em
Ciência e Tecnologia, RJ⁴

Resumo

Este artigo faz uma análise da evolução da linguagem telejornalística do RJTV que é considerado um dos principais telejornais locais da Rede Globo. A história do surgimento do telejornal e principalmente suas reformulações ao longo dos anos serão, aqui, levadas em consideração a fim de conseguirmos compreender como se desenvolve essa prática jornalística, que já está no ar há 27 anos. Além disso, traçaremos um breve paralelo do formato antigo com a apresentação atual, que exhibe um modelo mais informal, moderno e que foca na participação do público como forma de aproximá-lo do programa.

Palavras - Chave: Televisão, Telejornalismo, Interatividade, Jornalismo Colaborativo, Internet.

¹ Aluna do 8º período do curso de jornalismo da Universidade Estácio de Sá-RJ. Email: roberta-branco@hotmail.com Twitter: @robertacbranco

² Orientador do trabalho. Professor e coordenador do Curso de Jornalismo da Universidade Estácio de Sá e doutorando em ciência da informação pela UFRJ/IBICT. Email: marciog.goncalves@gmail.com Twitter: @marciogoncalves

³ Campus Madureira

⁴ Instituição onde o professor orientador cursa o doutorado em Ciência da Informação.



Introdução

O presente artigo é resultado de uma pesquisa com o objetivo de conclusão do curso superior para obtenção de grau em Comunicação Social - Habilitação Jornalismo - pela Universidade Estácio de Sá.

O telejornalismo no Brasil sofreu muitas mudanças no que diz respeito a sua consolidação. Como ele surgiu bem pouco tempo depois que a televisão, muitas eram as dúvidas de como fazer o jornalismo em um recém-descoberto meio de comunicação, que anos depois se tornaria um meio de comunicação de massa.

Na década de 80, mais especificamente no dia 3 de janeiro de 1983, nasceu o RJTV, com a promessa de levar ao telespectador as principais notícias da cidade e de todo o estado do Rio de Janeiro. Com dez minutos de duração, o programa ia ao ar dividido em três blocos, antecedendo o Jornal Nacional (JN). Seis meses após sua estreia, o telejornal passou a ter duas edições – uma na hora do almoço e outra no mesmo horário - antes do JN. Apenas dois meses depois, o RJTV ganhou sua terceira edição, que ia ao ar por volta das 23 horas, mostrando os problemas do dia-a-dia do cidadão carioca.

Atualmente, este telejornal é exibido em duas edições: ao meio-dia e às 19 horas. O RJTV 1ª edição tem duração de 40 minutos e o RJTV 2ª edição dura a metade. Em janeiro de 2000, o programa assumiu um novo formato, promovendo debates entre as autoridades e a população, por meio de campanhas que cobram soluções para melhorar a vida dos cidadãos que moram no Rio e no Grande Rio.

Com um breve resumo dos principais fatos acima citados, pode-se perceber que desde o surgimento do primeiro telejornal na década de 50 até os dias de hoje, o telejornalismo passa por um processo de transformação da linguagem, de conquista do cidadão brasileiro e, acima de tudo, se adequar não só ao surgimento de novas tecnologias da informação como também dos recursos que elas nos trazem, somado às reais necessidades de informação do seu público-alvo.

Assim, o telejornalismo no Brasil, além de exercer grande influência na vida do indivíduo, ajuda-o a ficar informado de uma maneira fácil, objetiva e dinâmica. Por isso o objetivo dessa pesquisa é compreender a evolução da linguagem telejornalística em um dos principais programas da televisão brasileira, a saber, o RJTV 1ª edição da TV Globo. O foco desse estudo é entender como as mudanças na linguagem consolidam o atual cenário do telejornalismo brasileiro.



Retrospectiva do surgimento da televisão brasileira

O surgimento da televisão no Brasil ocorre no fim da década de 50. Esse acontecimento histórico tem grande relevância na vida dos mais de 51 milhões de brasileiros da época⁵, que aguardavam pela estreia de um novo veículo de comunicação, que só atingiria as grandes massas poucos anos depois de seu lançamento, quando o produto se tornaria mais acessível financeiramente.

Cardoso, Santos e Goulart (2007) consideram que quando o aparelho receptor ficou mais acessível ao consumidor de classe média, as emissoras passaram a criar programas e formatos televisivos que atraíssem o interesse desse público. Na opinião deles, este veículo massivo passou a ser concorrente de outros meios de comunicação como jornais, revistas, rádio e cinema – a Internet só surgiria 31 anos⁶ mais tarde. Eles acreditam que a TV se destacou nessa concorrência, principalmente no que diz respeito à audiência e ao dinheiro investido pela publicidade. Assim, os autores concluem que a televisão tornou-se um importante artefato formador de opinião e influenciador de consumo e de comportamento.

Veículo polissêmico por natureza, a televisão transmite, muitas vezes de maneira simultânea, diferentes tipos de signos: a palavra escrita, a fala, o som (música, ruídos) e as imagens em movimento (sejam elas tomadas da realidade externa da emissora, gerada nos estúdios de TV, desenhos e outras formas de animação). (CARDOSO, SANTOS e GOULART, 2007, p.57)

Muitos autores se tornam controversos sobre o surgimento da televisão, mas a maioria deles afirma que o grande feito aconteceu no dia 18 de setembro de 1950, à inscrição PRF-3 TV Tupi, o canal 6 de São Paulo, cujo fundador foi Assis Chateaubriand. Chatô, como também era conhecido, obteve destaque no mundo do empreendedorismo, além de receber o título de gênio administrativo, conforme indica Barbosa (2010).

Como afirmado acima, o nascimento da televisão traz consigo muitas divergências. Os estudos de Mello e Souza (1984) afirmam que era raro encontrar

⁵ 51.941.767 brasileiros na década de 50. Fonte: www.brasilecola.com

⁶ Ver Castells: Internet e Sociedade em Rede (2004:255)



material com citação precisa sobre o nascimento da TV. Grande parte dos estudiosos desse assunto, no entanto, acredita que:

No Brasil, a televisão nasceu sob o signo da controvérsia. Até hoje discute-se, por exemplo, a data em que entrou no ar a primeira emissora ou quando se fez a primeira emissão de TV. Os livros sobre as origens da televisão, em nosso país, são raros e nos passam informações imprecisas. De modo geral, porém, coincidem em que a data de 18 de setembro de 1950 pode ser considerada oficial. (MELLO E SOUZA, 1984, p.32).

Panorama histórico do telejornalismo no Brasil

A história do surgimento da televisão se confunde ao do telejornalismo. Pouco tempo depois da descoberta que encantaria a classe nobre da sociedade, começou a se pensar jornalismo feito na TV.

Dois dias depois de seu nascimento, no dia 20 de setembro de 1950, a estação pioneira de TV no Brasil, a TV Tupi, Canal 6 de São Paulo, lançava ao ar a edição inaugural de seu primeiro telejornal: *Imagens do Dia*. (REZENDE, 2000, p.105)

O telejornal que se apresentava era formado por um redator - que também exercia a função de apresentador - e por dois cinegrafistas. O jornal estreante ia ao ar no horário noturno levando informações que “(...) constava de uma sequência de filmes dos últimos acontecimentos locais” (Rezende *in* Sampaio, 1971: p.23). De acordo com Rezende, a primeira matéria gravada e transmitida foi o desfile cívico-militar que aconteceu em São Paulo.

Paternostro (1999) considera que o jornal tinha um formato pouco elaborado e sem horário fixo de ir ao ar. Além disso, o programa exibia forte influência do rádio.

Com locução em off, um texto em estilo radiofônico, pois o rádio era o modelo que se tinha na época. Entrava no ar entre as nove e meia e dez da noite, sem qualquer preocupação com a pontualidade. O formato era simples: Rui Resende era o locutor, produtor e redator das notícias, e algumas notas tinham imagens feitas em filme preto e branco, sem som. (PATERNOSTRO, 1999, p.35)

Logo após o surgimento do telejornal *Imagens do Dia*, a pioneira TV Tupi lançou em janeiro de 1952, o *Telenotícias Panair*, que ao contrário de seu antecessor, ia pontualmente ao ar às 9 horas da noite. O jornal diário, apresentado por Toledo Pereira,



era produzido pela própria equipe jornalística da emissora. No entanto, o tempo desse programa foi curto, durando pouco mais de um ano, até sair do ar em junho de 1953.

“Aqui fala o seu Repórter Esso, testemunha ocular da história”. Frase famosa desde 1941, quando o jornal estreou na Rádio Nacional, se repetiu anos depois com a ida do programa para a TV. Era assim que começava o telejornal que se consagrou como o de maior sucesso da história da TV no Brasil. O jornal - inicialmente transmitido pela TV Tupi de São Paulo - um ano depois migrou para o Rio de Janeiro. Seu lançamento aconteceu no dia 17 de junho de 1953, incluindo na programação notícias nacionais e internacionais.

Em 1962, a TV Excelsior, no Rio de Janeiro, passou a exibir o Jornal de Vanguarda, que tem grande relevância para a história do telejornalismo no Brasil, pois além revelar um dos mais respeitados jornalista da TV, Cid Moreira - futuro apresentador do Jornal Nacional -, ele inovou na maneira de fazer o jornalismo para televisão.

No fim da década de 60 e início da década de 70, dois acontecimentos marcam o início de uma nova era da televisão: o Repórter Esso, da TV Tupi, chega ao fim (31/12/1970) e o Jornal Nacional, da Rede Globo, estreia (01/09/1969) e passa a ser exibido ao vivo e transmitido ao mesmo tempo para as cidades do Rio de Janeiro, Curitiba, São Paulo, Belo Horizonte, Brasília e Porto Alegre. Entra no ar, então, o primeiro jornal de rede nacional.

A convergência entre TV e Internet

Na concepção de Yorke (2006), a grande importância da Internet aconteceu ainda no século XX, quando ocorreu a primeira fusão das mídias entre a associação da América Online (AOL) e a Time Warner. Essa união contribuiu para que o mercado notasse que a Internet não seria somente um meio de comunicação, mas sim uma poderosa ferramenta de informação. Além disso, Yorke (2006: p.253) indica que com essa primeira passagem de uma mídia para outra, “o mercado percebeu que a Internet dominaria a informação e a comunicação doméstica e comercial”.

O jornalista sentencia que como certas empresas de Internet, como a AOL, não tinha uma quantidade suficiente de conteúdo para colocar na rede, somado ao fato de que empresas de telecomunicações como a Time Warner, queriam usar a Net. Assim,



notícias de rádio, cinema, TV, e e-mail rapidamente se convergiram e participariam da transição do novo modelo de comunicação que se instaurava.

Na perspectiva de Yorke (2006) a Internet abriu portas para o jornalismo à medida que os profissionais que eram responsáveis pela construção dos websites⁷ notaram que estes só poderiam ser bons se houvesse uma relação direta com o conteúdo. Foi assim, portanto, que os jornalistas começaram a atuar na rede.

Além disso, o diretor sugere que a classe dos jornalistas era importante para o desenvolvimento da produção de conteúdo porque só eles dominavam as técnicas do deadline⁸, da linguagem (ainda que não consolidada) da Internet, do estilo.

Ainda para Yorke (2006), foi nos anos de 1999 e 2000 que muitos jornalistas migraram da TV para o que era considerada a nova mídia (Internet). O investimento inicial era baixo e as chances de retorno e risco eram altas. Na prática, o autor explica que grande parte das empresas voltadas para a Internet faliu em pouco tempo e somente poucas delas conseguiam notícias, visto o aumento dos preços.

Um entendimento sobre Jornalismo Colaborativo

Jardim (2007) utiliza o termo jornalismo colaborativo em pesquisa sobre a diversificação das mediações sociais. Ela considera que o jornalismo colaborativo tem base na questão da interatividade proporcionada pela comunicação. A autora acredita que haja uma lógica interativa da comunicação que dá prioridade para que os interlocutores configurem as mensagens que emitem e recebem. No artigo, Jardim questiona a configuração do jornalismo colaborativo e sugere que o termo possa ser um fenômeno jornalístico com fundamentos no jornalismo de massa ou somente um novo formato de jornalismo com características ainda por serem descobertas.

A mediação social no jornalismo colaborativo corresponde, portanto, aos papéis desempenhados por aqueles responsáveis por fazer com que as partes do processo comunicacional dialoguem, tais quais os emissores, as mensagens e os receptores. (JARDIM, 2007, p.402)

⁷ Conjunto de páginas Web, isto é, de hipertextos acessíveis geralmente pelo protocolo HTTP na Internet.

⁸ Jargão jornalístico que significa horário-limite para o jornalista entregar a matéria ao editor.



Baseado no pensamento de Primo e Träsel (2006), em webjornais onde o público pode não só participar como também intervir sobre material que foi publicado, através de envio de mensagens com comentários sobre as matérias ou até mesmo enviando seu próprio conteúdo jornalístico para publicação, há a clara presença do jornalismo participativo, pois o indivíduo interage com o jornal e passa a ser parte integrante dele. O pensamento dos autores permite considerarmos que, para eles, jornalismo colaborativo vai além do conteúdo jornalístico produzido pelas pessoas. Na opinião deles, os fóruns de discussão e os espaços para comentar as matérias são a composição de manifestação do jornalismo participativo.

Brambilla (2005) não entende como elemento do jornalismo colaborativo comentar as notícias ou participar dos fóruns. Para a autora, esses espaços representam um local de interação no jornalismo online. Ela salienta que o jornalismo colaborativo deve ser um elemento colocado no jornalismo online, possuindo-o como um espaço reservado e posto próximo aos comentários e aos fóruns.

Conforme acredita Jardim (2007), é através do jornalismo colaborativo que aparecem notícias apoiadas pelo aprimoramento da tecnologia somado à descentralização das relações entre as pessoas. Ela aposta que a web 2.0⁹ ajudou a construir novos modelos deste tipo de jornalismo, em virtude das capacidades possíveis na Internet. Uma considerável atribuição do jornalismo colaborativo é a de “levar informação a locais nos quais o jornalismo de massa não chega”. Para exemplificar a sentença de Jardim, ela cita o site Overmundo, que divulga uma manifestação cultural, que, não raramente, os próprios moradores da cidade onde o evento acontecerá não sabem da notícia.

Existem dois meios de jornalismo colaborativo, conforme raciocina Brittes (2004): os multimidiáticos e os referenciais. Os multimidiáticos referem-se aos sites de Internet que “estampam os conteúdos em suas próprias páginas, utilizando linguagens escritas, televisivas ou radiofônicas”; já os referenciais, “remetem o leitor aos sites de origem da notícia, sendo que, na maioria dos casos, trata-se de convites à participação em alguma ação”.

Por ser um meio de comunicação aberto, muitas são as oportunidades de erros crassos acontecerem no jornalismo colaborativo. Todavia, as chances de que esses erros

⁹ Conceito utilizado para descrever a segunda geração da World Wide Web, tendência que reforça o conceito de troca de informações e colaboração dos internautas com sites e serviços virtuais.

sejam facilmente identificados e rapidamente corrigidos são altíssimas, visto a grande quantidade de colaboradores desse modelo de sites. Jardim (2007) comenta que esse formato de jornalismo permite que um erro seja corrigido a qualquer hora e no mesmo lugar que foi publicado, e a notícia pode até mesmo ser retirada pelos próprios usuários - opção impossível nos outros meios de comunicação.

Fonte: <http://107-odiadebordo.blogspot.com>

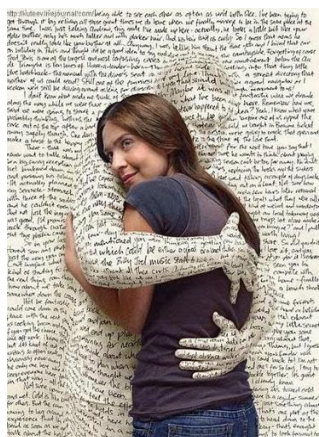


Figura 1: Jornalismo Colaborativo

Breve análise do RJTV: novos paradigmas

O RJTV foi ao ar pela primeira vez em janeiro de 1983, às 19h48, da mesma forma como outros programas parecidos de outros estados do Brasil. O telejornal estreou com o objetivo de criar uma identidade mais firme às notícias locais, que antes só acontecia com o Jornal Nacional (1969), o Jornal Hoje (1971) e o Jornal da Globo (1982). A proposta, então, era ceder um espaço ao jornalismo regional dentro da grade de programação da emissora, por meio de produção de matérias de serviço e contava também com a análise dos acontecimentos mais relevantes do dia.

O telejornal, apresentado por Berto Filho, tinha duração de 10 minutos e exibia reportagens ao vivo diretamente do local de onde eram narrados os fatos. O lançamento do programa enfatizava as notícias factuais de todo o estado do Rio, além de incluir na cobertura notícias sobre o trânsito, esporte, meteorologia, economia e política. Era um jornal declaradamente preocupado em dar as principais informações sobre o Rio de Janeiro e manter o telespectador sempre a par de tudo o que acontecia na cidade.

O sucesso do RJTV começava a chamar a atenção da audiência e seis meses depois da estréia o telejornal ganhou outra edição às 12h40, exibindo um noticiário que

contava com entrevistas no estúdio onde ele era apresentado, além de uma agenda cultural.

No início da década de 90, os telejornais locais, assim como o RJTV, ganharam um novo projeto gráfico. Em 1994, a primeira edição do jornal contou com algumas mudanças, dentre elas, o tempo de duração do programa que possibilitou o investimento nas entradas ao vivo de repórteres, dinamizando o formato do programa. O âncora passou a ter liberdade para participar mais ativamente nas matérias e entrevistas do noticiário.

No final da década de 90, a primeira edição do RJTV sofreu outra reformulação e, em vez de um, contava com dois apresentadores. Além disso, o programa revelava um enfoque mais aprofundado nas comunidades e a ampliação de espaço para entrevistas no estúdio. De acordo com as afirmações do Memória Globo (1999), o RJTV, em 2000, fortaleceu a discussão entre moradores e órgãos públicos a favor da comunidade. Houve um grande investimento em campanhas para cobrar respostas para melhorar as condições de vida no Rio de Janeiro.

Outras inovações surgiram no início do século XXI. Em 2002, quadros foram criados com o objetivo de aproximar cada vez mais o telespectador do jornal. A instalação de urnas eletrônicas em diferentes partes do Rio teve uma contribuição excepcional para aprofundar a interação com a comunidade que o programa almejava ajudar. O site do RJTV também serviu de elo para conectar o ouvinte e torná-lo parte integrante do processo de melhorias do bairro.



Figura 2: Mapa Mental com reportagens, quadros e colunas produzidas pelo telejornal produzido pela autora desta pesquisa.



No dia 23 de novembro de 2009 o programa jornalístico passou por uma grande transformação em ambas as edições: mudou a postura e a maneira de informar e passou a utilizar um perfil mais informal e menos cívico, outrora proposto. A jornalista Ana Paula Araújo assumiu a apresentação da primeira edição, atuando também como editora-executiva. Já na segunda edição, Márcio Gomes exerce as mesmas funções que Ana Paula.

Uma novidade desta nova configuração é a ausência do teleprompter¹⁰. Desta forma, o trabalho do apresentador torna-se mais árduo e ele passa a ter maior autonomia e responsabilidade diante do conteúdo que irá noticiar. Essa decisão foi tomada a fim de aproximar o público do programa, por meio da utilização de uma linguagem mais informal e mais próxima do cotidiano do cidadão que assiste ao jornal.

Percebemos que as reportagens tornaram-se cada vez mais focadas no serviço à comunidade. A coluna RJ Móvel é um dos pontos altos do programa. Nela o telespectador liga para a redação ou manda um vídeo denunciando um problema do bairro. Em seguida, uma equipe móvel do RJTV vai até o local e mostra as irregularidades denunciadas pelos próprios moradores. Além de mostrar as reclamações do cidadão, a produção cobra um prazo para que as autoridades competentes se disponham a resolver o problema, seja um buraco na rua, vazamento de esgoto, falta de coleta de lixo e outros.

Falando brevemente sobre a atual configuração do RJTV, percebe-se claramente a importância da constante participação do público como peça integrante na composição do telejornal. Com isso, o investimento cada vez maior em tecnologia pode ser um aspecto relevante para o desenvolvimento e manutenção do programa com altos índices de audiência em seu horário de exibição.

Considerações Finais

Após uma análise minuciosa do telejornal RJTV, podemos apontar alguns aspectos importantes a serem mencionados. É relevante acentuar que a configuração de um telejornal deve, criteriosamente, atender a demanda do seu público-alvo. Para isso, é

¹⁰ Um teleprompter é um equipamento acoplado às câmeras filmadoras que exibe o texto a ser lido pelo apresentador.



necessário que a equipe do programa esteja atenta às novas tecnologias que surgem, utilizando-as como aliada na etapa de renovação e adequação às novas possibilidades que são permitidas através da inovação tecnológica. Estar em contato direto com o telespectador deve, ou se não é, se tornar uma prática constante, pois desta forma, é possível conhecer os anseios do cidadão que assiste ao noticiário. Facilitar essa aproximação do telejornal com seu público, portanto, é de extrema relevância para a produção de um bom produto televisivo.

Promover pesquisas que identifiquem as necessidades do ouvinte é uma boa tática para saber o que ele sente falta no programa e, a partir daí, pensar nas falhas e tomar medidas que possam corrigir as deficiências que a pesquisa revelar. Em entrevista concedida por Marcelo Moreira à esta pesquisadora, o editor-chefe da segunda edição do RJTV declara que uma descoberta feita pelo programa há pouco tempo mostrou que seu público sentia falta de interagir com o programa, de participar mais do telejornal, deixando de ser somente telespectador e passar a contribuir com o conteúdo do jornal. Essa percepção fez com que a produção repensasse o formato do RJTV, buscando soluções rápidas que minimizassem a falha detectada. Um outro aspecto importante a ser mencionado foi a criação de quadros, colunas e séries de reportagens que foram adotadas a fim de aproximar o público do telejornal.

Com a ideia de que hoje em dia qualquer cidadão possui um celular e que este tira foto e/ou filma, a participação do “Amigo do RJ” - como foi carinhosamente chamado durante alguns anos pela ex-apresentadora Renata Capucci - foi facilitada por uma percepção simples, mas que deu um retorno imediato ao jornal. Muitos flagrantes foram feitos depois da adoção deste *link*, pois, a partir de então, era só acessar o site e enviar o vídeo ou a foto. Além disso, muitas pautas foram geradas e a criação de alguns quadros como o RJ Móvel - onde o telespectador envia um vídeo e pede ajuda ao RJTV para cobrar das autoridades melhorias para o bairro - foi viabilizado pela ideia simplista, mas que cumpriu com êxito seu papel.

Nesta pesquisa o conceito de jornalismo colaborativo foi explorado, pois decidimos comprovar se o termo se aplicava no objeto de estudo, a saber, o RJTV. Após observar o telejornal em seus diversos aspectos, concluímos que, o conceito de jornalismo colaborativo baseado em Gabriela Jardim, se aplica na prática no telejornal supracitado, à medida que abre espaço para que o telespectador contribua, interaja e participe do jornal.



Afirmamos que o jornalismo colaborativo acontece no telejornal estudado, no entanto, é importante frisar que, como é um jornal feito para televisão, o tempo destinado à participação com o público é muito reduzido, pois o tempo em televisão é muito curto. Além disso, esse espaço é dividido com a publicidade, que é quem arrecada verbas para a emissora. TVs por assinatura também devem ser levadas em conta, pois canais segmentados disponibilizam mais tempo para participação do telespectador e somado a tudo isso, encontramos a Internet, que por ser uma esfera pública permite um tempo maior de interação com internauta.

Apesar dos fatores que a televisão enfrenta e que não a permite destinar mais tempo ao jornalismo colaborativo, é válido salientar que ainda que aconteça em um espaço reduzido, ele acontece. E isso é um grande passo para desenvolvermos um jornalismo feito pelo e para o público. Avançar em nível de interação é sempre um bom caminho para trocar conhecimento, experiência e ideias.

Devemos lembrar, contudo, que embora muitas reformulações tenham ocorrido no RJTV, elas não cessam por aqui. A crescente e desenfreada inovação tecnológica caminha em passos largos e exige que os profissionais da comunicação andem na mesma velocidade da tecnologia para manter seu público fiel ao telejornal e conquistar novos telespectadores. A consequência dessa atitude será um alto índice de audiência do programa - uma das principais características da TV- e um retorno financeiro satisfatório para a empresa transmissora.

Referências bibliográficas

LIVROS

BARBOSA, Marialva Carlos. **Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil**. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart *et al.* *História da Televisão no Brasil*. S/L, Editora Contexto, 2010.

Manual de Telejornalismo. Central Globo de Jornalismo, 1986.

MELLO E SOUZA, Claudio. **Quinze anos de história**. S/L, Editora Rio Gráfica, 1984.

PATERNOSTRO, Vera Iris. **O Texto na TV: Manual de Telejornalismo**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

REZENDE, Guilherme Jorge. **Telejornalismo no Brasil, um perfil editorial**. São Paulo: Editora Summus, 2000.



YORKE, Ivor. **Telejornalismo**. Edição original em inglês revisada por Ray Alexander. São Paulo: Editora Roca, 2006.

ARTIGOS ACADÊMICOS CIENTÍFICOS

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo open source em busca de credibilidade**. In: Intercom2005 – XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO INTERDISCIPLINAR DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 09,2005, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro, 2005. Disponível em <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17851/1/R0754-1.pdf>. Consultado em 02/09/2010 .

BRITTES, Juçara Gorski. **A revitalização da esfera pública habersiana pela comunicação ciberespacial**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27. 2004. Porto Alegre. Anais... São Paulo: Intercom, 2004. Disponível em <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17911/1/R0690-1.pdf>. Consultado em 10/08/2010.

CARDOSO, João Batista Freitas; SANTOS, Roberto Elísio dos; GOULART, Elias Estevão. **Mutações da TV Brasileira: inovações na linguagem e na tecnologia**. Porto Alegre: 2007. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/2273/1772>. Consultado em 06/08/2010.

JARDIM, Gabriela. **A diversificação das mediações sociais no jornalismo colaborativo: Análise comparativa dos websites OhMyNews International e Overmundo**. In: Comunicação e Cidadania – Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação 6-8 Setembro, 2007. Disponível em <http://lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/viewFile/39/40>. Consultado em 13/09/2010.

PRIMO, A.; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. In: VIII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação, 2006, São Leopoldo. Anais, 2006.