



50 anos do Golpe Militar de 64

"A história que a mídia faz,
contá ou não conta"

As novas configurações da TV no webjornalismo: O percurso da TV Folha, TV Estadão e da ZHTV¹

COSTA, Luciano²
JUNCKES, Rafael³

Universidade Federal do Pampa, RS.
Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele)
Grupo de Pesquisa História da Mídia (GPHMídia)

Resumo: Em um mundo cada vez mais digital e visual, a necessidade de acompanhar sua audiência fez com que tradicionais veículos de comunicação impressos, de pequenas publicações à grandes grupos de mídia, fossem atraídos à produção de conteúdo audiovisual para a web. Diante disso, o presente artigo procura descrever o percurso dos jornais impressos Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e Zero Hora às suas produções audiovisuais em ambiente web.

Palavras-chave: jornalismo, webjornalismo, telejornalismo, ciberespaço, convergência.

1. Introdução

Inerente à discussão dos meios de comunicação e sua relação com a internet e as novas tecnologias, está a compreensão da convergência das mídias e, respectivamente, dos conteúdos e linguagens.

A convergência midiática (JENKINS, 2008), como resultado das transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais da contemporaneidade, proporcionou ao público mudanças dos meios tradicionais e maior interação e participação. Os dispositivos - televisores, aparelhos de rádio, computadores e celulares - não são mais apenas ferramentas de recepção, mas de produção e compartilhamento de conteúdo dos próprios usuários. A convergência, vale ressaltar, não está no avanço tecnológico, mas

¹ Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e Visual, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

² Jornalista pela Universidade Federal do Pampa, membro do Grupo de Pesquisa História da Mídia (GPHMídia) e Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele). E-mail: contato@lucianocosta.jor.br.

³ Graduando em Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja. Editor do projeto de extensão Pampa News, webjornal audiovisual educativo da Unipampa. Membro do Grupo de Pesquisa História da Mídia (GPHMídia). E-mail: junckes.rafael@gmail.com.



na nova configuração do consumo, interações sociais e nas relações dos usuários com as novas tecnologias. Por convergência midiática, Jenkins define:

[...] o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2008, p. 29)

Jenkins (2008) observa a convergência mais como um processo do que uma mudança tecnológica em si, pois os “consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos”. Isso nos leva a outro conceito desenvolvido por Jenkins para expressar essa noção de convergência: a narrativa transmidiática, que “refere-se a uma nova estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidade de conhecimento”. Estes consumidores assumem “o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs” para que “tenham uma experiência de entretenimento mais rica” (p. 47).

A exigência dos atuais consumidores - cada vez mais conectados, é notável. O consumo das mídias, que até a primeira década dos anos 2000 era basicamente linear, hoje está cada vez mais fragmentado, ajustado ao estilo de vida das pessoas. Um exemplo é o *Binge Watching* - termo em inglês para o hábito de assistir séries e filmes de uma única vez. Atitude que hoje só é possível pelo comportamento de consumo por demanda, trazido por serviços de *streaming* de mídia como o Netflix⁴ e Apple TV⁵.

O cenário convergente em que vivemos permite - e pode ser percebido como tal - analisar novos traços comportamentais dos usuários: cada vez mais pessoas acessam a internet através do aparelho de tevê e assistem a programação da tevê através da internet.

⁴ <http://www.netflix.com>

⁵ <https://www.apple.com/br/appletv/>



Dados do IBOPE Media⁶ divulgados em agosto de 2013⁷ apontam que 6% dos brasileiros residentes nas principais capitais e regiões metropolitanas assistem à tevê online - concomitante à habitual offline, e 4% da população já possuem Smart TVs. A simultaneidade no consumo com outras mídias também foi pesquisado, revelando que 50% da população assiste tevê enquanto consome outros meios, como rádio, jornal impresso e a internet.

Apesar da rede mundial de computadores figurar há mais de 40 anos, a noção da internet como espaço, trazida por Pierre Levy (1997), figura há quase duas décadas conceituando o conjunto de computadores interligados, o ciberespaço:

[...] o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações. Consiste de uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração de acesso. (LEVY, 1997, p. 92)

A realidade multidirecional deste espaço - aberto - permite que a internet altere-se e se ajuste à necessidade de seus usuários. Foi o que aconteceu a partir dos anos 90, quando ela começa a desenvolver-se, muito em virtude do jornalismo e da publicidade.

No ambiente web, o jornalismo apresentou-se em fases de evolução categorizadas por Luciana Mielniczuk (2001), como: 1) **transposição** - os jornais impressos eram transcritos para a internet tal qual a sua versão impressa; 2) **metáfora** - pequenas experiências e inovações a fim de explorar as características do novo meio, como hiperlinks, e-mail, fórum de debates etc.; 3) **webjornalismo** - momento atual e avançado de toda a estrutura técnica referente à internet.

⁶ <http://www.ibope.com.br/pt-br/ibope/quemsomos/unidadesnegocio/ibopemedia/paginas/ibope-media.aspx>.

⁷ <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/6-dos-brasileiros-ja-consomem-TV-online-alem-da-forma-habitual.aspx>.



É neste contexto convergente e de produções webjornalísticas que surgem, há menos de uma década, as TVs online - canais online de vídeos produzidos para a internet. Partindo deste pressuposto, o objetivo deste trabalho é descrever o percurso dos jornais impressos Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e Zero Hora - até seus canais online TV Folha, TV Estadão e ZHTV. É importante ressaltar que este trabalho não tem como objetivo analisar o discurso e linguagem das produções telejornalísticas online, mas sim mapeá-las quanto ao número, gêneros, formatos e categorias de convergência.

2. Produção em um mundo convergente

A difusão da internet e a convergência dos meios de comunicação trouxeram mudanças tanto para o modo de produção quanto para o consumo dos produtos jornalísticos. A popularização da web justifica-se pelo crescimento acelerado a nível mundial e suas potencialidades tecnológicas, além da força mercadológica e rentável fonte de receita.

Hoje, estações de rádio possuem sites com transmissão online, vídeos por *streaming* e seções de notícias; emissoras de televisão e jornais impressos possuem portais de conteúdo com catálogo de vídeo, rádios online, notícias, blogs etc. Ou seja, os formatos produzidos online se configuram quase da mesma maneira, mas o status de uma empresa ou grande grupo de comunicação identifica-se - em uma maioria - por um veículo: ou rádio ou tevê ou impresso.

Entre as múltiplas plataformas de produção de conteúdo na mídia hoje, estão as chamadas TVs online, ou ainda, WebTVs - transmissão de programas televisivos/produções audiovisuais pela internet, sob demanda ou *streaming*. Destas, destacam-se neste trabalho o conteúdo audiovisual online produzido por tradicionais jornais impressos.

Sob o afixo TV, jornais como Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e Zero Hora superam a sessão de vídeos de seus portais e começam a produzir conteúdo



exclusivo para suas próprias “TVs”. Neste contexto a palavra televisão, enquanto aparelho eletroeletrônico, é deixado de lado, mas mantém o significado de “tela de visão”:

A palavra televisão deriva de tela de visão, ou seja, de uma tela de superfície de armazenamento eletrostático (...) na qual a informação é visualmente apresentada; é, pois, o dispositivo utilizado para exibição de dados num terminal – o vídeo. A tela da televisão, seguindo a gênese da imagem em movimento, transformou-se num espaço de apresentação da realidade, pois o imediatismo de sua reprodução técnica lhe concedia o status de recorte do real, função reforçada pelos cenários específicos que reproduziam as cenas da vida cotidiana. (EMERIM: 2000, p. 31).

O telejornalismo, como “prática de produção de produtos informativos para a televisão” (EMERIM, 2000), no atual cenário convergente entra em evidência com um novo perfil, apropriando-se do ciberespaço e suas potencialidades. Tradicionais veículos de comunicação buscam na internet não só um espaço para promover seus conteúdos, mas também apropriar-se da linguagem audiovisual e telejornalística - exterior à sua produção enquanto publicação impressa.

A prática do telejornalismo na internet proporciona a reflexão das características do próprio meio. Quando a nomenclatura correta para referenciar as mudanças de plataforma no telejornalismo, ainda não há consenso entre pesquisadores da área. Várias sugestões vêm sendo propostas e a considerada neste trabalho será webjornalismo audiovisual, sendo definido por Nogueira (2005) como:

A atividade que utiliza formatos de notícia com imagem em movimento e som enquanto elementos constitutivos do produto disponibilizado nos bancos de dados da web. O conceito envolve ainda a atividade jornalística que é veiculada apenas através deste suporte. É importante lembrar, também, que o webjornalismo incorpora os usuários na produção dos conteúdos e é, por natureza, multimidiático. (NOGUEIRA *apud* TEIXEIRA, 2011, p. 47)

Conforme aponta Gomes (2007, p. 10) “a notícia seja ela ouvida no rádio, lida nos jornais ou vista na televisão, ganha muito de sua configuração das características do próprio meio no qual aparece”. Isso acontece também com os materiais postados na internet, seja em texto, foto, vídeo ou áudio, por isso entender a notícia enquanto um



50 anos do Golpe Militar de 64

*"A história que a mídia faz,
conta ou não conta"*

gênero discursivo e os programas televisivos ou na internet como **gêneros midiáticos** (GOMES, 2007).

A realidade da televisão hoje lembra em nada o seu início e desenvolvimento intenso. Mas mesmo com sua evolução, teve que superar o lançamento do videocassete doméstico, videogames, computadores pessoais, celulares e tablets. A inovação que a tevê almeja hoje não depende do conteúdo, porém limita-se na programação linear, programa após programa, obrigando o telespectador adequar-se a rotina da emissora.

Ao encontro disso, as redações dos jornais impressos lançam mão de recursos digitais para uma nova maneira de fazer telejornalismo - porém na internet - como veremos a seguir, na trajetória dos jornais impressos até suas TVs.

3. Jornalismo impresso e tevês online

Seguindo a tendência internacional, tradicionais jornais impressos brasileiros tem explorado a produção multimídia e telejornalística em TVs online, promovendo seu conteúdo e experimentando novos formatos no webjornalismo audiovisual. Destacam-se, neste trabalho três produções: TV Folha, do jornal Folha de S. Paulo; TV Estadão, do jornal O Estado de S. Paulo; e ZHTV, do jornal Zero Hora, de Porto Alegre.

3.1 TV Folha

A trajetória online do jornal Folha de S. Paulo começa em 1996, com o lançamento do serviço Universo Online - UOL - com o site Folha Online. Nesta época as redações do jornal impresso e digital eram separadas. A união das duas ocorreu apenas em 2010, após reforma gráfica e editorial que empreendeu o site Folha.com.

Os diversos sites do jornal sempre mantiveram uma sessão específica para vídeos, porém a produção acontecia de modo esporádico. Inicialmente hospedado no site TV UOL, a TV Folha estreou em 2007 com uma programação independente do jornal impresso. Os vídeos abordavam notícias variadas, sem separação por editorias, nem cenário e apresentadores fixos. O link dos vídeos era disposto verticalmente na



página, sem indexação de conteúdo, sendo o usuário o responsável pela escolha, multilinear (PALACIOS, 2005; OLIVEIRA, 2011) do que gostaria de assistir.

Os programas da TV Folha nesta época não possuíam vinhetas de abertura, nem repórteres com microfones na mão, a apresentação das matérias geralmente era direto da redação da então Folha Online, pelo jornalista que as produziu.

Em 2011, a TV Folha foi teve mudanças fundamentais em sua estrutura. A chefia de edição passou a ser do jornalista Fernando Canzian, também apresentador do agora "TV Folha", produção em forma de programa que reúne matérias, reportagens, coberturas e videodocumentários.

Um ano após sua reformulação - e positivo destaque junto ao público - a produção foi convidada pela emissora TV Cultura para exibir seu material em um programa semanal, aos domingos, às 20h, com reprise na mesma noite, à meia noite. Em entrevista, Fernando Canzian revela ao Portal Imprensa que:

A audiência do programa na Cultura foi bem abaixo do esperado pelo jornal: cerca de 0,6 a 0,7 ponto no Ibope, quando a meta seria de um ponto – equivalente na Grande São Paulo a 62 mil domicílios ou 180 mil pessoas. Mas hoje, após cerca de um ano e meio e mais de 80 programas no ar, a média mais que dobrou para 1,4 a 1,5, já tendo chegado a 1,9. (KANNO, 2013)

Atualmente, a TV Folha mantém um perfil inovador em suas coberturas. Na transmissão dos protestos de rua em 2013, foram usadas pela equipe de reportagem um drone - veículo aéreo não tripulado - e o Google Glass - óculos com funcionalidades de smartphones, ambas as tecnologias para gravar e transmitir ao vivo os protestos⁸.

Além disso, destaca-se por ter definido uma linguagem própria, auto identificada como mini-documentários, formato parecido com as matérias tradicionais do jornal Folha de S. Paulo. A produção da TV Folha para a TV Cultura, as quais 80%⁹ dos

⁸ <http://folha.com/no1326681>

⁹ <http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/61591>



50 anos do Golpe Militar de 64

"A história que a mídia faz,
conta ou não conta"

esforços da equipe são voltados hoje são compostos por seis vídeos de 4 minutos e meio cada - na internet, os vídeos podem ser maiores -, além de vídeos avulsos postados diariamente no site da TV Folha¹⁰, produzidos por demanda.

Quanto à equipe, a TV Folha mantém dez pessoas, incluindo quatro cinegrafistas, além de produtores, editores e “anfíbios”, profissionais - fotógrafos e fotojornalistas - que trabalham tanto para o programa quanto para o jornal impresso.

3.2 TV Estadão

Em 16 de julho de 2007 é lançada a reformulação total do portal Estadão¹¹, do jornal O Estado de S. Paulo. Dentre as novidades do site, lançado pela primeira vez no ano 2000, estava a criação da área multimídia, com vídeos, podcasts, tags e blogs.

Idealizado pelo jornalista Felipe Machado, surge a TV **Estadão**¹² - que originalmente era apenas a sessão de vídeos do portal, destacando-se com a queda do avião da TAM no mesmo ano. Em entrevista ao Portal Imprensa¹³ em 2013, o atual editor-executivo de Conteúdos Digitais do Grupo Estado, Luiz Fernando Bovo, revela que no início, a TV Estadão mantinha uma pauta própria, mas somente com a aproximação com o jornal impresso ela ganhou relevância.

Produtora de seu próprio conteúdo, ela destaca-se por sua programação ao vivo e entrevistas com especialistas e formadores de opinião, além de reportagens produzidas por equipes da Agência Estado, do mesmo grupo, e vídeos produzidos pelas diferentes editorias do jornal.

Destaca-se nas produções da TV Estação o espaço disponibilizado ao debate e à opinião. Em programas ao vivo, especialistas e jornalistas experientes da redação do jornal discutem temas atuais e diários, com dados apurados na rua e disponibilizados ao

¹⁰ <http://www1.folha.uol.com.br/tv/>

¹¹ <http://estadao.com.br>

¹² <http://tv.estadao.com.br>

¹³ <http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/61591>



vivo, na redação.

O espaço reservado para a gravação dos materiais é a própria redação, equipada com estrutura de captação e gravação. A equipe de produção dos vídeos da TV Estação é composta por editora, coordenador técnico, coordenadora de conteúdo, dois editores e um estagiário, totalizando seis profissionais responsáveis por tudo: pauta, produção, operação de câmaras e dispositivos e edição.

3.3. ZHTV

O jornal Zero Hora foi fundado em 4 de maio de 1964 em Porto Alegre, por Maurício Sirotsky Sobrinho. Mantido pelo Grupo RBS, é o sexto maior jornal impresso do Brasil segundo a Associação Nacional de Jornais¹⁴.

Após diversas modificações importantes em layout e editoração, em 19 de setembro de 2007, o jornal Zero Hora lança oficialmente seu novo site, alinhando-se à tendência de outros veículos em transformar seu site institucional - que até então só transcrevia as matérias impressas - em um portal de conteúdo atualizado 24 horas.

Neste novo site, a editoria multimídia deu início a produções sistemáticas e que normalmente acompanhavam e complementavam as reportagens especiais do jornal impresso. E em junho de 2013, foi lançado oficialmente o site ZHTV¹⁵.

O site ZHTV é dividido nas categorias Bem-Estar, Casa&Cia, Donna, Economia, Educação, Gastro, Gastronomia, Geral, Meu Filho, Mundo, Opinião, Paulo Sant'Ana, Polícia

Política, Segundo Caderno, Site ZH, Tecnologia, Trânsito, Verão, Vídeo minuto e zhEsportes - que atuam mais como tags para indexação dos programetes diários, e vídeos de registros documentais rápidos dos fatos do dia, do que propriamente editorias.

¹⁴ <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>

¹⁵ <http://videos.clicrbs.com.br/rs/zerohora>



Quanto à linguagem, tem inspirações em documentários para cinema e televisão, mantendo entre suas principais produções a editoria zh.doc, com videodocumentários produzidos pela equipe de fotógrafos e repórteres do site. A implantação do ZHTV esteve a cargo da jornalista Marlise Brenol, que já atuava como editora de jornalismo digital multimídia na redação do jornal Zero Hora.

A proposta inicial de Brenol (2013), em apresentação hospedada em sua conta pessoal no aplicativo Prezi, previa a captação das imagens em câmeras fotográficas e smart phones equipados com lentes e tripés personalizados, prezando a mobilidade e agilidade. Os formatos sugeridos lançam mão de *vidrografismo*¹⁶, programetes com os jornalistas do jornal Zero Hora como âncoras, webdocumentário com narrativa ancorada em imagens, sobe som e trilhas. E equipe designada para a produção seriam fotógrafos, que atuariam como videorepórteres (definir - jornalista que trabalha sozinho), produtores e editores de vídeos.

E equipe inicial do projeto foi composta por 26 pessoas - 16 fotógrafos, 1 fotojornalista, 5 assistentes, 1 assistente técnico e 3 gerentes - com a meta de produção de 1 vídeo quinzenal com linguagem inovadora, 4 reportagens factuais, 6 programetes gravados na redação do jornal e 4 vídeos com pauta dos cadernos Sobre Rodas, Casa & Cia e Gastronomia.

4. Considerações

Ao observar um breve percurso das TVs online dos jornais impressos Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e Zero Hora, podemos apreender alguns aspectos comuns às produções e também reflexões.

A apropriação dos veículos impressos do ambiente web traz uma dualidade na percepção da internet: ela agrega ou compete com os demais meios? Se percebermos a rede como um meio de comunicação, as empresas tornaram-se mais competitivas mercadologicamente, uma vez que a internet concorre (em termos de anúncio e

¹⁶ Técnica de edição de material audiovisual com efeitos, animações, imagens plásticas e design gráfico.



publicidade) com os demais meios de comunicação. Se percebermos a internet como plataforma, o cenário torna-se mais ideológico e contributivo, uma vez que ela proporciona uma ferramenta agregadora de conteúdo.

Estas TVs surgem com uma estrutura diferente da TV comercial - rotina de produção de conteúdo, qualidade audiovisual, gestão de negócios etc. -. A TV Folha é um exemplo de um novo modelo, ao exibir seu conteúdo na TV aberta, percorreu o caminho inverso de tevês tradicionais, que no advento da internet transpuseram seu conteúdo para a web.

A experimentação também é uma marca deste novo fazer jornalístico, ao mesclar gêneros e formatos consolidados no telejornalismo com abordagens inovadoras e atraentes para o público. Outro ponto em comum são as três produções utilizarem suas próprias redações como cenários para os programas e também manterem contas no YouTube - TV Folha¹⁷, TV Estadão¹⁸ e Zero Hora¹⁹ -, concomitante à sua armazenagem de seus próprios sites.

O ambiente virtual modificou a dinâmica de trabalho e também a maneira como a audiência consome as informações produzidas pelas mídias. Os jornalistas de jornais impressos hoje escrevem para a internet, produzem material audiovisual e também apresentadores de programetes.

Um questionamento comum na popularização da internet anos 2000 era a possível derrocada das mídias tradicionais frente à internet. Jenkins (2008) responde de uma maneira clara que nenhum meio tradicional irá morrer, o que mudará é a maneira com que os usuários lidariam com a convergência das mídias e o seu consumo.

Imagina-se que os formatos digitais seriam mais consumidos. Mas o que podemos observar é que hoje, o digital traz atributos aos meios tradicionais, ou seja, ela o consumo tanto tradicional, quanto online.

¹⁷ <http://www.youtube.com/user/Folha>

¹⁸ <http://www.youtube.com/user/estadao>

¹⁹ <http://www.youtube.com/user/chamadaszh>



50 anos do Golpe Militar de 64

"A história que a mídia faz,
conta ou não conta"

Um fator favorável à implantação de TVs online, além das facilidades da internet, está no barateamento dos equipamentos profissionais e os diversos gadgets disponíveis no mercado. Qualquer pessoa com um celular com câmera hoje pode produzir um material independente e divulgar sua produção com o mundo.

O desafio do profissional de jornalismo hoje não é mais técnico - afinal pode-se fazer muito com pouco - mas sim a inovação de formatos e textos priorizando o interesse a interação com o público. A análise das novas linguagens e discursos trazidos pelas TVs Online será a próxima etapa da pesquisa que motivou os autores a construir o presente artigo.

As produções podem ser veiculadas de forma unitária ou integradas a outros conteúdos, em diversos meios relacionados ao assunto abordado. Pode-se perceber com isso o início de um processo de convergência de mídias: TV Folha, TV Estadão e ZHTV passam a produzir conteúdos que serão agregados em diferentes meios, reunindo jornalistas de diferentes áreas para a produção de uma mesma matéria ou especial. Além disso, estão instrumentalizando profissionais na cobertura multimídia de eventos.

Referências

BRENOL, Marlise. **ZHTV**: Apresentação da proposta de produção de vídeos para a marca Zero Hora. Disponível em <<http://prezi.com/z56ba0e7amso/copy-of-zh-tv-2/>> Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

EMERIM, Cárilda. **A produção do telejornal: da tevê aberta para a web**. Disponível em <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/9encontro/CL_32.pdf> Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

ESTADÃO, Acervo. **História do Grupo Estado nos Anos 2000**. Disponível em <http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_2000.shtm> Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

GOMES, Itania. **Telejornalismo de qualidade: pressupostos teóricos-metodológicos para análise**. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/80/80>> Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.



50 anos do Golpe Militar de 64

"A história que a mídia faz,
conta ou não conta"

KANNO, Maurício. **Jornais seguem tendência internacional e apostam em TVs online em seus sites.** Disponível em
<<http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/61591>> Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 2009.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na web.** 2001. Disponível em
<http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf> acesso em: 31 de janeiro de 2014.

OLIVEIRA, Danillo D. **Processos de convergência e modos de endereçamento na TV Folha.** Disponível em <http://analisedetelejournalismo.files.wordpress.com/2011/08/duarte_dannilo1.pdf> Acesso em 31 de janeiro de 2014.

PALÁCIOS, Marcos. **Hipertexto, fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva.** Disponível em
<www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/palacios/hipertexto.html> Acesso em 31 de janeiro de 2014.

PICCININ, Fabiana. **"Tudo ao mesmo tempo e agora": análise da cobertura de cotidiano no TV Folha.** Disponível em:
<http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/10encontro/comunicacoes_coordenadas/fabiana_piccinin.pdf> Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

SPINELLI, Egle Müller. **Jornalismo Audiovisual: Gêneros e Formatos na Televisão e Internet.** Disponível em
<http://www.usp.br/alterjor/ojs/index.php/alterjor/article/view/aj6-a1/pdf_92> Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

TEIXEIRA, Juliana Fernandes. **Webjornalismo audiovisual universitário no Brasil: um estudo dos casos TV UVA, TV UERJ e TV UFRJ (2001 - 2010).** Florianópolis, 2011. Disponível em:
<<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/95649/295329.pdf?sequence=1>>
> Acesso em: 30 de janeiro de 2014.