

A Convergência Tecnológica na Webrádio: O Uso da Memória e Multimídia no Site da CBN¹

Bárbara Maia CERQUEIRA²
Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

O objetivo é analisar como os responsáveis pelo site da CBN utilizam a memória e a multimídia – duas das principais características do jornalismo digital. Para tanto, a análise baseia-se no manual de Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo organizado por Marcos Palacios (2011). Essas duas características, que foram contextualizadas para pesquisar o rádio, provocam uma ruptura no fazer do radiojornalismo. Dessa forma, este artigo visa analisar como essa ruptura ocorre e quais são seus reflexos na apresentação da mensagem, com ênfase na convergência tecnológica. Autores, como Quadros, 2002; Palacios, 2004; Mielniczuk, 2013, nortearam este estudo. A memória é mais explorada na webrádio da CBN, mas para aproveitar todas as potencialidades da convergência midiática precisa investir em uma equipe especializada no ambiente digital.

Palavras-chave: convergência tecnológica; multimídia; rádio online; webrádio; memória.

1. Introdução

O conceito de convergência é amplo e engloba, além da questão tecnológica, as relações culturais, midiáticas, empresariais, profissionais e de conteúdo. Neste artigo, procurou-se observar a convergência no âmbito tecnológico, sobretudo para verificar como é a relação do rádio hertziano e do rádio na web. Para Alex Primo, a convergência tecnológica pode ser definida como “o fluxo de conteúdos através de diversas plataformas.” (PRIMO, 2010, p.3).

E o conteúdo da CBN – Central Brasileira de Notícias é o foco central deste artigo, que busca saber como o rádio, um veículo massivo, tem utilizado duas importantes características do webjornalismo em seu site, a multimídia e a memória. A CBN, no ar desde 1991, trouxe ao Brasil o conceito *all news*. A rádio faz parte do Sistema Globo de Rádio -SGR e foi escolhida como objeto de pesquisa por dois motivos principais: o primeiro, por ser um veículo de grande audiência; e o segundo, pela afinidade da autora com o SGR, onde trabalhou por quase quatro anos. Será avaliada aqui apenas a versão *online* da CBN, não sendo abordado o formato dos conteúdos *offline*.

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do curso de Comunicação da Universidade Federal do Paraná, e-mail: barbaramaiap@gmail.com

A investigação do objetivo proposto baseia seu exame na “Ferramenta para Análise de Multimedialidade em Cibermeios”, concebida pelos pesquisadores Pere Masip, Josep Lluís Micó e Tattiana Teixeira, e na "Ferramenta para Análise de Memória em Cibermeios", de Marcos Palacios e Beatriz Ribas (PALACIOS, 2011, p. 81). O objetivo dessas ferramentas é mensurar e avaliar as várias características específicas dos produtos jornalísticos formatados para a Internet, abarcando as duas especialidades destacadas neste artigo (PALACIOS, 2011).

A aplicação da primeira ferramenta sofreu algumas adaptações neste estudo, principalmente sobre o período de avaliação. Os pesquisadores da ferramenta multimídia propõem que seja aplicada duas vezes ao dia: às 9 horas e às 19 horas, mas aqui se optou por sua aplicação no período de uma semana: 1 a 8 de julho de 2015. No período de um dia foram escolhidas aleatoriamente duas matérias. Ao final de uma semana foram avaliadas 12 matérias do referido objeto. A ferramenta contém nove fichas de avaliação: dos recursos multimídia; de análise de fotografias; de galeria de fotografias; de vídeo; de galerias de vídeos; de áudio; de infografias; de arquivos de infografias e arquivos de vídeo (MASIP et al; 2011, p. 81). As fichas que não foram aplicadas no artigo foram as de galerias (fotografia e vídeo) e de arquivos (infografias e vídeo). As aplicações das restantes fichas também sofreram modificações, pois se verificou apenas se a matéria continha alguma das mídias citadas e de que forma elas eram visualizadas.

Na ferramenta para análise da memória, procurou-se avaliar se a matéria observada possui sistema de busca, história, articulação com edição impressa, links (e a natureza destes links), personalização e memória e, por fim, se há aspectos inovadores no uso da memória (PALACIOS, 2011). O período de avaliação foi o mesmo para ambas aplicações e o todas as matérias aferidas foram retiradas do editorial de política, que possui, em média, 15 a 20 matérias diárias.

2. Jornalismo Digital

Para compreender a escolha da multimedialidade e da memória é importante destacar algumas das características do jornalismo digital. Palacios (2003) descreve, com base em Mark Deuze, cinco características do webjornalismo: Multimedialidade/Convergência, Interatividade, Hipertextualidade, Personalização e

Memória. Aqui descreveremos apenas duas dessas características: a Multimídia/Convergência e a Memória.

O webjornalismo teve seu boom em 1995, mas ainda hoje há uma dificuldade em criar conteúdo exclusivo para a *web*, abarcando todas as suas especificidades, como afirma Quadros (2002):

Entre 1995 e 1996, quando houve um grande número de lançamentos de versões digitais de jornais impressos, era grande o esforço dos ciberjornalistas que buscavam (e ainda buscam) uma linguagem apropriada e uma arquitetura web adequada para disponibilizar na rede um bom diário eletrônico aos seus usuários. (QUADROS, 2002, p. 2)

Há 20 anos do *boom* do jornalismo digital muitos meios de comunicação ainda têm dificuldade para explorar todas as potencialidades da internet. Compreendendo esta dificuldade do jornalismo em adaptar-se ao novo meio, Nair Martins (2008, p. 52) refletiu sobre três modelos de rádio desenvolvido por Mariano Cebrián Herreros (2001)

1. O modelo generalista: tradicional, com programação de informação, opinião e entretenimento;
2. O modelo temático: compreende as emissoras com programação monotemática: informação, música, economia, esporte, educação, etc.
3. O modelo convergente: onde se integram os serviços sonoros, visuais e escritos, que é o modelo de rádio multimídia ou integrado à internet.

Para Martins (2008, p. 52) “o mais sensato é perceber que o modelo convergente está em fase de construção, com os elementos antigos se reconfigurando em busca de um enquadramento num modo absolutamente novo de se fazer rádio”. Apesar de o desenvolvimento tecnológico ter sido significativo nos últimos sete anos, esta ainda é a tônica no que se refere a convergência midiática, principalmente na aplicabilidade dos potenciais multimídias.

2 Multimídia

Multimídia é conceito que se refere a “integração, em uma mesma unidade discursiva, de informação de vários tipos: texto, imagens (fixas ou em movimento), sons e, inclusive, bases de dados ou programas executáveis” (NOCI, 2002). Já Palacios (2004), conceitua-a relacionando a multimídia ao processo de convergência:

Convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. A convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade (PALACIOS, 2004, p. 2).

O meio digital contém todos os formatos usados nas mídias convencionais, como a TV, rádio, cinema e impresso. Apesar dessa potencialidade, Primo (2010, p. 2) afirma que “mesmo que os meios digitais estejam aglutinando recursos e outros dispositivos, cada um destes ainda mantém a superioridade nas especialidades para os quais foram desenvolvidos”. No entanto, no ambiente digital o conteúdo é diferenciado sobretudo quando se observa as características multimídias.

O rádio hertziano possui apenas o áudio. Já o meio digital abarca todas as multimídias usadas nos veículos convencionais e ainda traz novas possibilidades, modificando o fazer jornalístico, influenciando diretamente sua produção, pois

Es todo um cambio que aclara la imagen de la remediación como um fenómeno simétrico em el que los nuevos medios mejoran los medios anteriores, pero éstos pasan igualmente por um proceso de transformación que los acerca de los nuevos modelos comunicacionales. (CANAVILHAS, 2011, p. 13).³

O referido autor aborda a influência proporcionada pelos meios digitais aos restantes, bem como a sua relação de reciprocidade, dos meios tradicionais ao digital, o que faz com que as características específicas de cada meio, desapareçam. A rádio muda sua natureza inicial ao ganhar imagem, vídeo e texto.

Frisa-se que as diferenças não são extintas, mas ficam mais difíceis de serem encontradas. Canavilhas (2001, p. 18) traz esta questão, ao afirmar que: “la radio ganó imagen, una característica distintiva de la televisión y, a sua vez, la televisión ha adquirido nuevos niveles de interacción típicos de Internet.”⁴

Já Luiz Artur Ferracetto e Marcelo Kischinhevsky (2010, p. 7) sustentam que as características do rádio persistem mesmo na plataforma digital:

É possível detectar, contudo, mais continuidades do que rupturas no desenvolvimento do rádio ao longo das últimas três décadas. A linguagem

³ É uma troca que esclarece a imagem de remediação como um fenômeno simétrico em que os novos meios melhoram os meios anteriores, mas eles também passam por uma transformação frente aos novos modelos de comunicação (tradução da autora).

⁴ A rádio ganha imagem, uma característica específica da televisão que, por sua vez, vem adquirindo novos níveis de interação típicos da internet (tradução da autora).

consolidada na irradiação hertziana persiste mesmo nas novas plataformas digitais e raras são as experiências inovadoras em termos de formato e sonoridade.

A multimídia, apesar de provocar certa ruptura, pode ser considerada, também, uma continuidade das mídias convencionais já que “a convergência em termos estéticos e retóricos, mesmo que ganhando agora nova intensidade, é um fenômeno nativo do cenário midiático” (PRIMO, 2010, p. 3). Será a memória que irá promover esta ruptura de forma mais efetiva?

Na Web, no entanto, a conjugação de Memória com Instantaneidade, Hipertextualidade e Interactividade, bem como a inexistência de limitações de armazenamento de informação, potencializam de tal forma a Memória que cremos ser legítimo afirmar-se que temos nessa combinação de características e circunstâncias uma Ruptura com relação aos suportes mediáticos anteriores (PALACIOS, 2004, p. 7).

3 A memória no Webjornalismo

O conceito de memória é característica marcante do jornalismo digital e principal aspecto de ruptura entre os meios convencionais e os digitais. O texto jornalístico, quando transita do impresso para o digital, pode ganhar complementariedades por meio do uso da base de dados (memória) do próprio veículo, como afirma Palacios (2004, p. 6): “A memória no jornalismo na web pode ser recuperada tanto pelo produtor da informação, quanto pelo Utente, através de arquivos *online* providos com motores de busca”. A matéria, que foi veiculada em data anterior a da atual, é utilizada para embasar os atuais acontecimentos, trazendo ao leitor o desenvolvimento da história, fazendo-o lembrar dos acontecimentos pretéritos. Palacios (2004) discorre sobre o assunto quando diz que

[...] a acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias. Desta maneira, o volume de informação anteriormente produzida e directamente disponível ao Utente e ao Produtor da notícia é potencialmente muito maior no jornalismo *online*, o que produz efeitos quanto à produção e recepção da informação. (PALACIOS, 1999, p. 8)

Vale ressaltar o efeito que a utilização desta memória produz no receptor. O leitor passa a ter outras fontes na mesma matéria, podendo contextualizar a notícia atual. Mas a utilização desta memória na prática pode trazer alguns questionamentos quanto às tentativas de encaminhar a interpretação feita pelo receptor ao ler as mensagens antigas, relacionando-as com a atual, ou seja, recuperar apenas as matérias que tenham a apelação esperada

(técnica muito utilizada em matérias políticas que visam exacerbar as situações negativas relacionadas a aquela personalidade).

É a memória que provoca a ruptura no fazer jornalismo, pois ela traz “a quebra de certo padrão, a qual é proporcionada por um grau elevado da potencialização do uso de determinada característica e acaba acarretando mudança de funções ou criação de novas possibilidades” (MIELNICZUK, 2013, p. 2).

No radiojornalismo essa ruptura ocorreu em dois momentos, conforme descrito por Martins (2008, p. 7)

A primeira ruptura foi com o advento da TV; a segunda acontece agora, com a webrádio, que aponta para um novo modelo de radiofonia. Este processo de evolução, que chamamos de radiomorfose, altera e reconfigura os gêneros e as formas de interação presentes no rádio.

O conceito de radiojornalismo sofreu mudanças ao longo dos anos. Atualmente, o conceito de *all News*, 24 horas, é característica de diversos veículos, como a CBN, o que dificulta a fixação das informações pelo ouvinte, em decorrência do alto fluxo de conteúdos transmitidos. Já a internet possui a “vantagem de ter a memória acumulada e armazenada dos acontecimentos, recuperável a qualquer tempo, tanto nas publicações digitais *online* como por meio de sistemas de busca em qualquer site” (DEL BIANCO, 2004, p. 8).

4 Webjornalismo de Terceira Geração

A expressão Webjornalismo de Terceira Geração é “utilizada para designar tendências ou soluções que efetivamente apresentem inovações na modalidade de jornalismo desenvolvido para o novo suporte”. (MIELNICZUK, 2013, p. 1). Conceito similar foi desenvolvido por José Afonso da Silva Junior (2001, p. 3) quando traz três categorias de jornalismo *online*:

O transpositivo, como modelo eminentemente presente nos primeiros jornais *online* onde a formatação e organização seguia diretamente o modelo do impresso. Trata-se de um uso mais hermético e fiel da idéia da metáfora, seguindo muito de perto o referente pré-existente como forma de manancial simbólico disponível. O perceptivo. Num segundo nível de desenvolvimento, há uma maior agregação de recursos possibilitados pelas tecnologias da rede em relação ao jornalismo online. Nesse estágio, permanece o caráter transpositivo, posto que, por rotinas de automação da produção interna do conteúdo do jornal, há uma potencialização em relação aos textos produzidos para o impresso. Gerando o reaproveitamento para a versão online. No entanto há a percepção por parte desses veículos, de elementos pertinentes à uma organização da notícia na rede. O hipermediático. Mais recentemente, podemos constatar que há demonstrações de uso hipermediático por alguns veículos online, ou seja: o uso de recursos mais intensificado hipertextuais, a

convergência entre suportes diferentes (multimodalidade) e a disseminação de um mesmo produto em várias plataformas e/ou serviços informativos. Nesse sentido, podemos colocar que não há no jornalismo on-line atualmente produzido, uma tendência de uso de uma modalidade hipermediática única, posto que o próprio conceito de hipermídia aponta para arranjos circunstanciais, pertinentes a cada caso específico.

Quando transpomos a questão a realidade da rádio, Salaverría e Negredo (2008) trazem três possibilidades de escala midiática, conforme destaca Vivian Belochio.

A primeira é marcada pela união do impresso com a Web. Conforme os autores, esse é o tipo mais comum de convergência, que parte do papel. A segunda é a união de impresso, de TV e de Web. Nesses casos, as plataformas “convergem em formatos jornalísticos textuais, audiovisuais e interativos” (Salaverría e Negredo, 2008, p. 128). A convergência a quatro é definida como a reunião de impresso, de Web, de TV e de rádio. Salaverría e Negredo (2008) acreditam que essa é a forma mais complexa de convergência jornalística (BELOCHIO, 2014, p. 126)

Portanto, o propósito deste artigo é analisar a forma mais complexa de convergência jornalística.

5. Análise do Objeto

Neste item analisamos as matérias disponibilizadas no site da CBN, com foco na multimídia e na memória.

5.1 Ferramenta para Análise de Multimídia em Cibermeios

Durante a aplicação da ferramenta percebeu-se que as matérias escolhidas eram dispostas de maneira muito similar. Todas possuíam uma imagem, muitas vezes ilustrativa, o áudio que havia ido ao ar no *offline*, a chamada da matéria e um pequeno texto, com cerca de 4 linhas. Não foram encontrados vídeos ou infográficos. Neste sentido, inferimos que apesar de possuir um site com a presença de múltiplos dispositivos (blogs, redes sociais, *podcast*, versão mobile e *WhatsApp* para contato com os repórteres), as matérias analisadas continham poucas características multimídias.

As matérias observadas foram às citadas abaixo:

No dia 1 de julho de 2015: "Em visita aos EUA, Dilma critica aumento do Judiciário aprovado no Senado" e "Câmara deve votar nesta quarta novo texto sobre redução da maioria penal".

No dia 2 de julho de 2015: "Câmara dos Deputados volta a adiar votação da MP do futebol" e "Defesa de Cerveró desmente interesse de ex-diretor da Petrobrás em assinar delação premiada".

No dia 3 de julho de 2015: "Lula sai em defesa de Dilma e da Petrobrás" e "Dilma diz que Brasil fará Olimpíada histórica e irá superar as dificuldades"

No dia 4 de julho de 2015: Não foram encontradas no site matérias neste dia.

No dia 5 de julho de 2015: "Aécio sinaliza que PSDB irá trabalhar para pôr fim ao governo de Dilma Rousseff" e "Aécio Nevez é reeleito presidente do PSBD"

No dia 6 de julho de 2015: "Ministro Nelson Barbosa diz que vai apresentar a verdade sobre as chamadas pedaladas fiscais" e "Michel Temer nega existência de crise política"

No dia 7 de julho de 2015: "Câmara aprova texto-base da reforma política em segundo turno" e "Governistas mudam nota de apoio a Dilma após aliados se queixarem do tom incendiário de documento do PT".

No dia 8 de julho de 2015: "PF vai investigar Palocci por suposto uso de dinheiro desviado da Petrobras na campanha presidencial de 2010" e "Encontro entre Dilma e Putin foi focado em economia e aumento do comércio entre os dois países".

Nas matérias observadas, as fotos ou eram de banco de dados de imagens ou de outros veículos (tiradas no evento citado). Apenas na matéria "Ministro Nelson Barbosa diz que vai apresentar a verdade sobre as chamadas pedaladas fiscais", do dia 6 de julho, não foi inserida imagem. Nas reportagens veiculadas no dia 5 de julho, ambas usavam a mesma foto. A escolha, apesar de aleatória, focou-se em optar pelos temas mais relevantes, que poderiam acompanhar outras mídias para complementar a informação. As fichas foram preenchidas praticamente da mesma forma (uma ficha por matéria), havendo pouquíssimas diferenças entre elas.

5.2 Ferramenta para Análise de Memória em Cibermeios

Na aplicação desta ferramenta, nas mesmas matérias citadas acima, percebeu-se que o sistema de busca está em local destacado já na *homepage* e permanece em local fixo em todas as páginas internas, o que facilita o acesso à memória do conteúdo da rádio. Porém, o sistema disponível é básico, permitindo apenas acesso aos conteúdos internos e

por meio de palavras-chave, já que não há uma busca avançada, o que facilitaria, por exemplo, a recuperação de matérias por dia de veiculação.

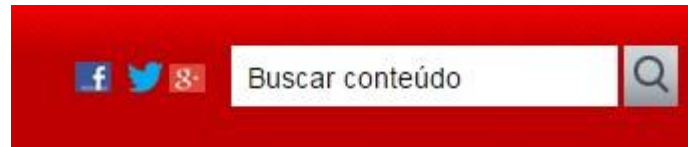


Figura 1. Legenda. Fonte: site CBN, 2015

Outro sistema de busca, encontrado nas páginas internas, como por exemplo, do editorial de política, é o por mês. A ferramenta permite o acesso às páginas de matérias do mês escolhido, em que as veiculações estão dispostas por dia. Foi por meio deste sistema que a pesquisa das matérias deste artigo foi realizada. O que se percebeu foi que o acesso às matérias postadas no início do mês era dificultado por se conseguir acessá-las apenas por um buscador limitado ao mês e ano. Se o sistema permitisse procurar por dia de postagem dentro do editorial, facilitaria a pesquisa.



Figura 2. Legenda. Fonte: site CBN, 2015.

Há também box com conteúdos relacionados a matéria, assim como de matérias recentes do editorial. Ambos permitem acesso aos assuntos mais relevantes, que possam aumentar o conhecimento do leitor/ouvinte. Os conteúdos relacionados visam agregar mais informação ao tema tratado, mas não possuem as datas das postagens. Já nas recentes, as datas e horários estão visíveis. Em nenhum momento é possível acessar *link* para outro cibermeio que tenha publicado o mesmo tema.



Figura 3. Legenda. Fonte: site CBN, 2015.

Todas as matérias seguem com *link* para o *Facebook*, *Twitter*, *Google+* e e-mail, propiciando o compartilhamento de informações nestas redes sociais e dando maior visibilidade ao portal.



Figura 4. Legenda. Fonte: site CBN, 2015.

Não há espaço disponível para realização de clipagem personalizada pelo usuário. E não há nenhum aspecto inovador no uso da memória.

Na análise dos resultados obtidos, infere-se que os aspectos relativos à memória estão mais presentes no portal analisado do que as relativas à multimídia. Este resultado não parece ser novidade no que tange o radiojornalismo, como afirma Del Bianco (2004, p. 26)

Pode-se afirmar que as emissoras de rádio, na sua práxis informativa para a Internet, ainda não exploram as características hipertextuais e multimídia inerentes à nova mídia. Limitam-se a apresentação linear da notícia, com apenas um *link* relacionado: o arquivo de áudio.

Apesar disso, a referida autora afirma que “pode-se afirmar que as emissoras de rádio fazem jornalismo *online*, porém com menor complexidade narrativa se comparada aos avanços já obtidos pelos jornais brasileiros na Internet” (Del Bianco, 2004, p. 28).

Considerações Finais

Apesar dos resultados aos quais se pode chegar com a aplicação das ferramentas de análise, vale ressaltar que, apesar de ainda haver possibilidades não exploradas pelo webrádio, tomando a CBN como exemplo, não se pode afirmar, tão pouco, que não há em seu site características multimídias e de memória. Por este motivo, é possível afirmar que a CBN, faz sim um jornalismo digital, mas não é um jornalismo de Terceira Geração.

Para respondermos o objetivo central do texto (como a CBN utiliza-se da multimídia e da memória), foi necessário, primeiro, aferir qual o grau de emprego destas características. Verificado isso, chegou-se a conclusão de que, a aplicação de ambos os aspectos é muito mais amplamente utilizado na *homepage* do que nas páginas internas.

Algo compreensível, já que as páginas internas, mais especificamente o editorial de política analisado para este artigo, é atualizado várias vezes ao dia, aumento o fluxo de trabalho dos repórteres da CBN. Para que haja uma utilização de todos os potenciais multimídias em um site, é preciso que haja equipe específica para tal, pois demanda a criação de conteúdos distintos para complementar o áudio ou o texto.

Uma das características mais marcantes do rádio é a informação *full time*, ou seja, que ocorre o tempo todo e no momento da notícia. A internet compartilha esta qualidade com o rádio, mas exige muito mais que simplesmente o áudio da informação. E isso é o que demanda dedicação. Enquanto os jornalistas tiverem que cumprir papéis diversos em uma redação, não se conseguirá alcançar excelência em um ciberespaço que possui especificidades não encontradas no *offline*.

Referências

BELOCHIO, V.C. **Shovelware, Repurposing e a Lógica Transmídia em Zero Hora**: contratos de comunicação e convergência com meios digitais. São Borja, RS. Revista Verso e Reverso, 2014.

CANAVILHAS, J. **El Nuevo Ecosistema Mediático**. Covilhã, Portugal. Revista Index, 2011.

DEL BIANCO, N.R. **A Presença do Radiojornalismo na Internet**: um estudo de caso sobre os sites da Jovem Pan e da Bandeirantes. Universidade de Brasília, 2004.

DEL BIANCO, N.R. **Radiojornalismo em Mutação na Era Digital**. Universidade de Brasília, 2004.

DÍAZ NOCI, J. **La Escritura Digital**: hipertexto y construcción del discurso informativo em el periodismo electrónico. Bilbao. Universidad Del País Basco, 2002.

FERRACETTO, L.A.; KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e Convergência**: uma abordagem pela economia política da comunicação. Porto Alegre, RS. Revista FAMECOS, 2010.

MARTINS, N.P.M. **Webradio**: novo gêneros, novas formas de interação. Belo Horizonte, MG: Faculdade de Letras, UFMG, 2008.

MIELNICZUK, L. **Webjornalismo de Terceira Geração**: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web. Universidade Federal de Santa Maria, 2013.

PALACIOS, M. **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo**. Convilhã, Portugal. LabCom Books, 2011.

PRIMO, A. **Crítica da Cultura da Convergência**: participação ou cooptação? Porto Alegre: Sulina, 2010.

QUADROS, C.I. **Uma Breve Visão Histórica do Jornalismo On-line**. Salvador, BA, 2002.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado**: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona, Editorial Sol90 Media, 2008.

SILVA JUNIOR, J.A. **A Relação das Interfaces Enquanto Mediadoras de Conteúdo do Jornalismo Contemporâneo**: agências de notícias como estudo de caso. Recife, 2001.