

## De Olho na UFMA<sup>1</sup>

Rafael Cardoso SOUZA<sup>2</sup>

Flaviana Lopes da SILVA<sup>3</sup>

Robson Teixeira do NASCIMENTO JUNIOR<sup>4</sup>

Cecília Maria da Costa LEITE<sup>5</sup>

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

### RESUMO

O programa *De olho na UFMA* é um produto audiovisual criado pelos alunos das disciplinas *Produção de TV e Locução e Interpretação para Rádio e TV* do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), no primeiro semestre de 2015, como resultado do trabalho interdisciplinar orientado pela professora Cecília Leite. O programa busca combinar de forma dinâmica, jovial e interativa, elementos característicos da produção televisiva, com uma linguagem voltada para a internet, numa proposta que reflete o atual cenário de convergência midiática, aliando informação, entretenimento, prestação de serviço, debates e reflexões sobre temas de interesse tanto dos estudantes da UFMA, como de toda a comunidade universitária.

**PALAVRAS-CHAVE:** Informação; Interatividade; Serviço; Telejornalismo

### 1 INTRODUÇÃO

A ideia de criar um programa no formato de revista eletrônica, voltado ao público da UFMA veio de uma demanda dos alunos de Comunicação Social, dentro do universo acadêmico, há bastante tempo. Ainda em 2015, muito pouco espaço era destinado na imprensa local à divulgação do universo do estudante universitário, ficando premente a vontade que os próprios acadêmicos tinham de se ver representados na mídia, principalmente pela necessidade de expor suas reivindicações enquanto importantes atores sociais na comunidade universitária.

Diante disso, quando se iniciaram as manifestações estudantis contra a implantação do novo regimento interno da UFMA, em 2015, essa falta de espaço do universitário na mídia se fez explícita. Com pouquíssimas exceções, nesse período a imprensa não deu voz da

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção laboratorial em videojornalismo e telejornalismo (avulso/ conjunto ou série).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º semestre do curso Comunicação Social – Jornalismo, Rafael Cardoso Souza, email: rafael\_cardoso-14@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: flaviana.lopes@live.com

<sup>4</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso Comunicação Social – Rádio e TV, email: robsontnjr@hotmail.com

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora das disciplinas Locução e Interpretação para Rádio e TV e Produção de TV, email: leitececilia100@gmail.com

opinião dos estudantes, que até então reclamavam do tal regimento nas redes sociais e até acampando na porta da reitoria da UFMA. Isso fora visto tanto na grande imprensa quanto nos canais oficiais de comunicação da universidade – site, Rádio Universidade e TV UFMA.

Nesse contexto, achamos oportuna a criação de um instrumento de comunicação que pudesse dar voz ao pensamento e às reivindicações dos estudantes da universidade. Decidimos, então, produzir um programa para ser exibido na internet através do Youtube, com divulgação do link para os alunos dos diversos cursos acadêmicos através do *Spotted UFMA*,<sup>6</sup> que pudesse servir não apenas para discutir a problemática daquele momento específico, mas expandir sua esfera de atuação, buscando garantir um espaço de comunicação para os estudantes expressarem o seu ponto de vista e o seu olhar sobre as questões que afetam o universo acadêmico.

Surgiu, assim, o *De Olho na UFMA*, um programa de TV com formato audiovisual leve e dinâmico, com a proposta de trazer informação, debates, reflexões e entretenimento, a partir do ponto de vista dos estudantes, tanto para eles próprios, como para toda a comunidade universitária. Criado inicialmente para ser exibida na internet, o programa pretende, em uma segunda etapa, ser apresentada em formato televisivo, como proposta de programa piloto para a TV UFMA, o canal oficial da universidade.

## 2 OBJETIVO

A principal proposta do *De Olho na UFMA* é dar voz aos estudantes da UFMA por meio de um instrumento de comunicação que reflita o pensamento e os anseios desse importante setor da comunidade acadêmica, mostrando que os alunos participam ativamente da vida acadêmica, e que sempre estão “de olho” no que acontece no contexto da universidade. Propõe-se, ainda, a manutenção, na mídia local, de um programa que dá espaço para informação, entretenimento, reflexão e reivindicações da classe estudantil.

O programa é feito, inicialmente, para ser postado na internet, através do Youtube, sendo editado e postado em blocos, que seriam pequenas “pílulas” do programa, para facilitar a visualização e a divulgação da referida produção. Na experimentação de um novo formato audiovisual no atual cenário de convergência midiática, o *De Olho na UFMA* busca ainda mostrar que um programa pode ser dinâmico, leve e jovial; e ao mesmo tempo possuir temas

---

<sup>6</sup> Página do Facebook que publica textos dos estudantes e curiosidades dos universitários da UFMA. Atualmente a página tem mais de 15.500 curtidas. Disponível em: <https://www.facebook.com/SpottedUFMA/?fref=ts>

variados e de curta duração inspirados na linguagem visual e tendência estética dos vídeos que são postados na rede.

De acordo com Jenkins(2006, p. 326), “a convergência está mudando o modo como os setores da mídia operam e o modo como a média das pessoas pensam sobre a sua relação com os meios de comunicação”, além disso, o mito de que TV e Internet se tornaram concorrentes está cada vez mais se desfazendo, já que a tendência que se observa é uma incorporação de linguagem da Internet em relação à TV e vice-versa, como defendem os pesquisadores Jay Bolter e Richard Grusin(2000). Esses autores frisam, ainda, que a convergência acontece de forma mútua, através da hibridização das tecnologias de comunicação, como o telefone, a televisão, e o computador, e que o resultado disso tudo é um movimento que gera produtos da cultura que são originais e inéditos, mesmo contendo fragmentos de formatos antigos (BOLTER; GRUSIN, 2000).

Dessa forma, o *De olho da UFMA* vale-se de elementos da técnica de produção adotada pelos programas de TV, mas com uma visão de formato voltada à internet, refletindo a tendência atual de experimentar possibilidades e conteúdos que possam se adequar ao atual cenário de convergência de mídias. Explora, também, novos recursos de mídia (como o uso de smartphones), e busca unir a força comunicativa da TV com a linguagem jovem e dinâmica do mundo virtual, possibilitando, assim, uma maior mobilidade do conteúdo exibido.

No entanto, considerando-se que o Brasil é um país cuja população tem uma relação especial, e mesmo afetiva, com a televisão e sua linguagem, fizemos questão de beber, também, da fonte da TV para a criação do *De Olho na UFMA*, pois reconhecemos que a televisão ainda tem papel crucial para a informação, entretenimento e prestação de serviço, bem como para o fomento de debates públicos no país. Para Bucci e Kehl (2004, p. 31), “se tirássemos a TV de dentro do Brasil, o Brasil desapareceria. A televisão se tornou, a partir da década de 1960, o suporte do discurso, ou dos discursos que identificam o Brasil para o Brasil”.

Ressalte-se, também, o fato de que “a seriedade do jornalismo mais tradicional se une ao entretenimento como exigência da sociedade atual” (DEJAVITE, 2006, p. 83), e nessa perspectiva, tendo em vista o tipo de público a que se destina, o *De olho na UFMA* tem o objetivo de ser também um difusor de informação, mas sem perder o lado leve, dinâmico e divertido, típico do estudante jovem.

Por fim, por meio da divulgação e propagação de projetos de apoio ao estudante, o *De olho na UFMA* também pode proporcionar uma chance ao acadêmico de usufruir melhor dos espaços e serviços que a universidade oferece.

### 3 JUSTIFICATIVA

Em julho de 2015, a reitoria da UFMA divulgou um novo regimento interno que causou bastante polêmica junto à comunidade acadêmica, visto que o documento apontava novas regras de conduta para os estudantes, e que passaria a ser regra na universidade. Como esse regimento foi pouco discutido com os estudantes antes de sua publicação, logo eles passaram a cobrar diálogos com a instituição. Acadêmicos de vários cursos chegaram a acampar e protestar em frente à reitoria, solicitando a revogação do regimento e maior atenção a outras antigas demandas.

Entretanto, mesmo diante desse fato, as reivindicações dos estudantes tiveram pouco eco na grande mídia, e foi nesse contexto que decidimos ouvir as queixas dos demais estudantes, solicitando que nos enviassem vídeos, em formato de *selfie*, expondo suas reclamações. Nascia, assim, o quadro “Selfie no Trombone”<sup>7</sup>, uma referência à expressão “boca no trombone”, dando voz às reivindicações dos alunos da UFMA. Para tornar o quadro ainda mais participativo e interativo, os alunos gravariam as reivindicações com o seu próprio smathphone, tendo o conteúdo publicado dentro do quadro do programa, o que reforça a democratização da mídia e até o que pode vir a ser o futuro do jornalismo, já que hoje, “além dos portais alternativos, os grandes veículos de comunicação de todo o mundo se rendem a essa tendência do jornalismo participativo.” (PAVARINI; MILREU, 2008, p. 48).

Além disso, com a progressiva adesão dos estudantes a proposta de programa de TV, decidimos expandir a sua esfera de atuação. Aproveitando a UFMA como um espaço público de reflexão e discussão, criamos os quadros *Eu penso assim*<sup>8</sup> e *Roda de conversa*<sup>9</sup> para o *De Olho na UFMA*, o que pode contribuir para o estímulo ao debate de temas de relevância estudantil dentro e fora do ambiente acadêmico.

Todavia, como os universitários maranhenses se ressentem da falta de um programa de TV local com caráter jovem e bem produzido na grande mídia, pretendemos, também, apresentar a proposta do *De Olho na UFMA* à recém-inaugurada TV UFMA, veículo de comunicação oficial da Universidade, pleiteando que este programa, que dá voz aos

<sup>7</sup> Disponível na plataforma Youtube pelo link: <https://youtu.be/6sUqzfGZ10>

<sup>8</sup> Disponível na plataforma Youtube pelo link: <https://www.youtube.com/watch?v=5bIZFm8EWZo>

<sup>9</sup> Disponível na plataforma Youtube pelo link: [https://www.youtube.com/watch?v=nRCutor2s\\_E](https://www.youtube.com/watch?v=nRCutor2s_E)

estudantes, faça parte da programação da emissora, visto que a nossa produção traz uma proposta que alia informação e entretenimento à reflexão e ao debate. A pesquisadora Fábيا Dejavite define bem o nosso intuito ao conceituar “infotimento”, como sendo o “conteúdo editorial que fornece informação e diversão ao leitor e, ao mesmo tempo, constitui uma prestação de serviço” (DEJAVITE, 2006, p. 62). Sendo assim, o *De Olho na UFMA* poderia oferecer um conteúdo leve e diferenciado à comunidade universitária, sem descurar da proposta de prestação de serviços (por meio da divulgação dos serviços oferecidos pela UFMA, muitos ainda desconhecidos do público), cumprindo com um dos principais papéis da televisão que, como explica Watts, é o de informar e entreter:

Os programas de televisão tem dois objetivos: entreter e informar. O primeiro, refere-se ao poder de interessar, surpreender, divertir, chocar, estimular ou desafiar a audiência, mas despertara sua vontade de assistir. O segundo, possibilita até o final de exibição do programa, que o telespectador saiba um pouco mais do assunto do que ele sabia no começo do programa. (WATTS, 1990, p. 20).

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

As matérias produzidas foram gravadas na UFMA e editadas no LABCOM – Laboratório de Comunicação do curso de Comunicação Social. As cabeças do programa foram gravadas no estúdio do referido laboratório, tendo como apresentadores Flaviana Lopes e Jonathas Lima, alunos da disciplina de Locução e Interpretação para Rádio e TV, sob a direção da Professora Cecília Leite.

Na etapa de pós-produção, editamos as vinhetas criadas e sonorizadas pelos alunos da disciplina Produção de TV para os quadros do *De Olho na UFMA* e também para a abertura, as passagens de bloco e o encerramento, montando-se as matérias editadas às vinhetas, de forma a deixar o programa leve, divertido e com a cara jovem do estudante da UFMA.

Como a exibição prevista, inicialmente, na internet para os universitários, mas obviamente, disponível para outros e distintos tipos de público, faixas etárias, estilos, graus de escolaridade etc; era preciso refletir sobre o quê escrever e como redigir as informações. O texto, claro, não estaria de fora das discussões. Então, primeiro escrevemos o roteiro e produzimos as pautas das matérias com base nas características do texto de TV, levando-se em consideração que “em telejornalismo o texto é escrito para ser falado (pelo locutor) e ouvido (pelo telespectador), isso porque o receptor deve “pegar a informação de uma vez”. Se isso não acontece, o objetivo de quem está escrevendo – transmitir a informação – fracassa. (PATERNOSTRO, 1999, p 66).

Além disso, para garantir a identificação com públicos mais jovens e usuários da internet, buscamos a combinação de recursos audiovisuais mais inovadores, como a estética de videoclipe nas vinhetas, o estilo do enquadramento em alguns VTs<sup>10</sup>, a escolha dos áudios para os BGs das matérias, etc. Por exemplo, no primeiro tema do quadro *Roda de Conversa*, pensamos em tratar de algo bem atual e que já era tema de discussão no campus universitário entre os estudantes: o “relacionamento nas redes sociais”. Para esse quadro, seguimos a linha de Gil(1999), e partimos para a entrevista do tipo informal, no qual “o que se pretende é a obtenção de uma visão geral do problema pesquisado, bem como a identificação de alguns aspectos da personalidade do entrevistado”.

Somado a isso, nas matérias de abertura e de encerramento do programa, por exemplo, demos uma atenção especial ao ambiente da cena, já que “é muito mais interessante, do ponto de vista do repórter, selecionar um pano de fundo condizente com a matéria” (YORKE, 2007, p 149). Nessas mesmas matérias, o uso dos recursos de áudio e da edição feita no Sony Vegas e Adobe Première foram essenciais, especialmente quando se percebe a variedade das ferramentas de edição usadas para dar novos contrastes à imagem, velocidade às cenas, e dinâmica na troca de planos presentes nas matérias.

Outro ponto importante do *De Olho na UFMA* são suas vinhetas, e que, conforme Schiavoni (2011, p 102), têm papel fundamental nos programas televisivos: “Eles são os responsáveis por marcar a organização dos assuntos abordados, fazendo a separação entre as seções”. No *De Olho na UFMA*, as vinhetas exercem a função de demarcar e separar os assuntos abordados no programa, devido a sua variedade. Além disso, permitem que os quadros do programa sejam postados em separado no Youtube.

Hoje em dia, o desafio da atual produção televisiva tem sido experimentar novos formatos que consigam manter a audiência de uma televisão que agora se dissolve em hibridizações, cada vez mais a atenção do telespectador, que já não assiste mais a TV desacompanhada de outro dispositivo de mídia. Em pesquisa divulgada amplamente em 2014<sup>11</sup>, desenvolvida pelo IBOPE Média, 16 milhões de brasileiros acessam a internet enquanto assistem à televisão. Esse é o efeito da chamada “segunda tela”, que nada mais é que os novos equipamentos eletrônicos sendo usados simultaneamente enquanto se assiste à TV. Os pesquisadores Proulx e Shepatin corroboram com essa análise, destacando que “a

---

<sup>10</sup> (BARBEIRO; LIMA, 2005) “Equipamento eletrônico que grava o sinal de áudio e vídeo gerado por uma câmera. Acoplados, um ou mais *videotapes* são usados para a edição de matérias na ilha de edição”.

<sup>11</sup> KANTAR IBOPE MEDIA. 16 milhões de brasileiros acessam a internet enquanto assiste à televisão, aponta IBOPE Média. 2014. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/16-milhoes-de-brasileiros-acessam-a-internet-enquanto-assiste-a-televisao-aponta-ibope-media/>>. Acesso em 07 de Abril – 2016.

evolução da tecnologia e do comportamento humano deram origem à segunda tela da televisão, adicionando uma camada paralela e sincronizada de conteúdo, companheiro interativo para a experiência TV.4” (PROULX; SHEPATIN, 2012, p 84).

No intuito de se adaptar a essa nova realidade midiática, uma das estratégias dos produtores tem sido optar por uma maior informalidade na postura dos apresentadores, inclusive nos telejornais, com maior espontaneidade na apresentação e maior variedade de conteúdo, como explica Maia (2011):

Nos anos 2000 os telejornais começam a buscar novas formas de se aproximar do telespectador, com mais espaço para análise e discussão dos temas abordados. A proposta é ofertar mais tempo para a conversa e o debate, abrindo espaço para a informalidade no estúdio, e estimulando o improviso - o que seria apenas um caminho diferente para se chegar ao mesmo objetivo: informar. (MAIA, 2011, p 10).

Por esse motivo, também redigimos o texto dos apresentadores de forma a deixá-lo mais descontraído para os apresentadores, que também conversam entre si durante as chamadas de algumas matérias. Já contribuir nessa convergência entre TV e Internet dentro do programa, todos os quadros do programa podem ser vistos e compartilhados individual e separadamente no Youtube, o que permite um número maior de postagens de conteúdo curto e em formato dinâmico, em consonância com a tendência do internauta de visualizar conteúdos interessantes e de curta duração na rede.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Para Traquina (2008), “é parte da responsabilidade dos jornalistas darem sentido às notícias para tornar os acontecimentos relevantes para as pessoas, demonstrando de que forma um determinado fato tem significado para elas”. Com base nesse ensinamento, a equipe se reuniu e definiu em sala de aula quais os temas mais relevantes a serem abordados no programa.

Após várias reuniões de pauta, vimos que a revista eletrônica deveria ter matérias com destaque especial para participação direta do estudante no programa e que, além disso, a emissão deveria ser dinâmica. Decidimos, então, por conta do caráter múltiplo dos temas abordados, e também em função do público a quem iríamos nos dirigir, que o programa deveria ser orientado e organizado com intercalação entre matérias com caráter mais informativo e matérias com características de entretenimento.

Depois de definir as pautas, três equipes de reportagem foram formadas para planejar a execução das matérias. Com temas e formatos variados, elas seriam dispersas no produto final do programa por nível de relevância e de forma a agradar o telespectador tanto no conteúdo, quanto na forma e atrativos visuais da emissão. Tomando como referência os modos de produção telejornalístico, adotamos, para estruturar o programa, a definição de Barbeiro e Lima.

“o telejornal deve ter conteúdo e forma capazes de prender a atenção do telespectador. Isso faz com que uma reportagem seja escolhida para abrir o jornal, outra para fechar, outras para serem chamadas na passagem de bloco para o outro” (BARBEIRO; LIMA, 2005, p. 61).

Lembramos, contudo, que apesar de ter uma estrutura formal com características dos programas televisivos, o *De Olho na UFMA*, foi produzido com a intenção de ser exibido, inicialmente, no Youtube, podendo, dessa forma, ser postado em quadros separados, independentemente da ordem. Apesar disso, para efeito de estrutura formal, caso venha a ser exibido, também, na televisão, iniciamos o primeiro bloco do programa (em sua forma integral)<sup>12</sup> com o quadro *Roda de conversa*, por este ter como característica o diálogo direto com o estudante e por se tratar de um tema atual - a internet e os relacionamentos interpessoais -, assunto que atrairia imediatamente o jovem internauta/telespectador. Logo após, produzimos um VT de serviço para os universitários, informando como fazer para obter um intercâmbio pela universidade e outras dicas. Por fim, para encerrar de uma forma impactante o primeiro bloco, fechamos com o quadro *Selfie no trombone*, onde são apresentado as reivindicações dos estudantes acerca do regimento da UFMA e de outros assuntos. Iniciam e encerram o bloco com a participação direta do estudante da UFMA.

Para o segundo bloco, decidimos por um conteúdo mais “leve”. Dessa forma, iniciamos o bloco com uma matéria educacional, quase institucional, apresentando o “Tech Day”, que é uma proposta do curso de Comunicação para aproximar ainda mais o estudante do mercado de trabalho; logo após colocamos mais um VT de serviço, dessa vez sobre as estudantes do ensino médio da comunidade no entorno do campus da UFMA, que aprendem ciência e física num projeto gratuito mantido pela universidade; depois, uma matéria de caráter mais comportamental, apresentando os grupos de cristãos que se reúnem e debatem sobre a bíblia dentro do ambiente universitário e também uma matéria sobre esportes, explorando os seus benefícios aos alunos. E por fim, intercalando as matérias, criamos um

---

<sup>12</sup> Disponível na plataforma Youtube, dentro do canal do programa, no link: [https://www.youtube.com/channel/UCo8EXaujjrzqKxIUbWb\\_t6g](https://www.youtube.com/channel/UCo8EXaujjrzqKxIUbWb_t6g)

Quiz, como forma de informar e interagir ainda mais com o público, falando sobre a música maranhense.

Para fechar o programa, preparamos cinco produtos audiovisuais que, mais uma vez, dispomos estrategicamente na paginação do *De Olho na UFMA* para atrair o telespectador e fazê-lo absorver melhor o conteúdo. Por isso, intercalamos dois quadros de entretenimento (*Cinema e Moda*), com um quadro cultural (sobre uma amostra fotográfica adaptado a deficientes visuais); e outros VTs mais informativos para dar equilíbrio. No quadro *Eu penso assim*, mais uma vez demos destaque à opinião do estudante, desta vez sobre um tema polêmico: a descriminalização da maconha. Para encerrar o programa de forma mais bonita possível, trouxemos um quadro de música, o *UFMP3*, para permitir ao telespectador guardar uma memória auditiva e visual do programa.

## 6 CONSIDERAÇÕES

O *De Olho na UFMA* nos fez comprovar e sentir como a convergência das mídias é uma tendência que vem se consolidando, na medida em que vimos o interesse dos estudantes de participar do programa com as reportagens que foram produzidas pela nossa equipe e pelo material produzido por eles mesmos. O programa se tornou, ainda, mais uma fonte de informação sobre como funciona a UFMA, o que ela oferece à comunidade, como os alunos se sentem no ambiente acadêmico, bem como o seu ponto de vista sobre o cotidiano e os rumos da universidade.

Por intermédio da convergência, ainda observamos uma perspectiva de mudança na forma como os profissionais de comunicação deverão trabalhar num futuro não muito distante, sobretudo no que diz respeito à participação do telespectador, já que a convergência, aparentemente, está realizando transformações de cunho social a partir das interações realizadas através de seus aparatos tecnológicos e dando, cada vez mais, ao receptor a opção de participar da informação.

Por fim, o *De olho na UFMA* serviu para fomentar discussões dentro do ambiente acadêmico sobre temas variados, expondo o ponto de vista dos estudantes sobre questões importantes à vida acadêmica, além de revelar alguns dos talentos que integram a comunidade universitária, como foi o caso da cantora Milla Camões, com a qual encerramos o programa.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV.** 2.ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 2005.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media.** Cambridge: MIT Press, 2000.

BUCCI, Eugênio. KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre a televisão.** São Paulo: Boitempo, 2004.

COELHO, Cláudio. **Comunicação e Sociedade do Espetáculo.** São Paulo: Paulus, 2006.

DEJAVITE, Fábila A. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo.** São Paulo: Paulinas/Sepac, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/psicologia/artigos/12410/tipos>>. Acesso em 07 de Abril – 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

MAIA, Aline C. S. **O Telejornal no Brasil: Em Busca do Telespectador.** In: XVI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0839-1.pdf>>. Acesso em 14 de Abril - 2016.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo.** Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PAVARINI, Neimar Vitor. MILREU, Paulo Eduardo Galindo de Almeida. **Do Jornalismo Tradicional ao Jornalismo Colaborativo – Um Estudo Contextualizando os Diferentes Aspectos.** 2008, 48 p. Monografia (Especialização em Comunicação nas Organizações) – Universidade do Sagrado Coração, Bauru, 2008. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/milreu/monografia-jornalismo-cidado-jornalismo-colaborativo-psgraduao-em-comunicacao>>. Acesso em 07 de Abril - 2016.

PROULX, Mike & SHEPATIN, Stacey. **Social TV: how marketers can reach and engage audiences by connecting television to the WEB, social media and mobile.** Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2012.

SCHIAVONI, Jaqueline Esther. **Vinheta Televisiva: Usos e Funções.** 2011, 102 p. Artigo ECA/USP. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/significacao/article/viewFile/68162/70715>>. Acesso em 07 de Abril – 2016.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística / uma comunidade interpretativa internacional.** 2.ed. Florianópolis: Insular, 2008.

WATTS, Harris. **On Câmera: O curso de produção de filme e vídeo da BBC.** São Paulo: Summus, 1990.

YORKE, Ivor. **Telejornalismo.** 2.ed. São Paulo: Roca, 2007.