

## 7 Jornalismo colaborativo

a comunidade na prática jornalística de televisão

Francisco Machado Filho  
Mayra Fernanda Ferreira

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

MACHADO FILHO, F., and FERREIRA, MF. Jornalismo colaborativo: a comunidade na prática jornalística de televisão. In: CASADEI, EB., org. *A extensão universitária em comunicação para a formação da cidadania* [online]. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016, pp. 101-113. ISBN 978-85-7983-746-3. Available from: doi: [10.7476/9788579837463](https://doi.org/10.7476/9788579837463). Also available in ePUB from: <http://books.scielo.org/id/zhy4d/epub/casadei-9788579837463.epub>.

---



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

# 7

## JORNALISMO COLABORATIVO: A COMUNIDADE NA PRÁTICA JORNALÍSTICA DE TELEVISÃO

*Francisco Machado Filho*

*Mayra Fernanda Ferreira*

### Introdução

No cenário de convergência midiática, torna-se necessário rediscutir a participação dos receptores frente aos conteúdos de mídia, uma vez que, por meio das ferramentas interativas advindas com a internet, os receptores tornam-se usuários interativos ou, como pontua Primo (2007), interagentes. Do papel de meros receptores de uma mensagem, tornam-se receptores ativos, já que podem interagir, aceitando, comentando e criticando uma mensagem, e potenciais coprodutores, dado que podem produzir e veicular mensagens em diferentes plataformas.

Considerando que a televisão é ainda o meio de maior alcance entre o público e que os telejornais também são um dos produtos de maior audiência das emissoras de TV, vale considerar como os telejornais podem, e devem, contar com a presença e a participação de seus espectadores. Ao observar a rotina de um telejornal, com suas técnicas, padronizações e hierarquização da redação, em um primeiro momento, inserir o público nesse modelo produtivo é tarefa árdua. No entanto cabe ressaltar que é a partir da audiência presumida e almejada pelos telejornais, como pontua Pereira Junior (2006), que são definidas as pautas e os formatos em que os conteúdos serão transmitidos e chegarão aos telespectadores.

Nesse sentido, entendemos que incluir comunidades na prática telejornalística, da pauta à reportagem, da edição à veiculação, garante uma proximidade do produto com seu público. Não uma proximidade necessariamente física, mas de interesses informacionais, troca de experiências e construção coletiva de conhecimento em um produto jornalístico, visto que o jornalismo deve ser entendido como prática de compromisso social, cidadão e (in)formativo, na qual há necessidade de identificações e presentificações para que públicos e produtores de informação estejam em sintonia.

Tal sintonia, ou melhor, sinergia, é ainda mais acentuada nesse cenário convergente e colaborativo das mídias na contemporaneidade. Embora a televisão seja um meio interativo quando se pensa na atividade do telespectador ao ligar e desligar e sintonizar os canais, a interação entre os produtores e receptadores ainda é um campo em exploração, ou seja, são pontuais os exemplos e experiências nas quais os telespectadores foram chamados a interagir. Do programa *Você decide*<sup>1</sup> da Rede Globo, ao quadro “Parceiros do RJ”,<sup>2</sup> há uma distância temporal, mas principalmente de atuação e reconhecimento do público como potencial produtor de conteúdo.

Visando reconhecer esse novo espectador, este estudo expõe, portanto, a proposta de um jornalismo colaborativo a ser realizado em uma comunidade de Bauru, de modo a capacitá-la para que seja participante e coautora de conteúdos jornalísticos mais condizentes

---

1 O programa *Você decide*, enquanto dramaturgia, foi veiculado pela Rede Globo de Televisão entre os anos de 1992 e 2000. O enredo possibilitava ao telespectador escolher, por meio de voto pelo telefone, qual o melhor desfecho entre possibilidades apresentadas durante o programa.

2 O quadro “Parceiros do RJ”, assim como o “Parceiros de SP”, é uma proposta da Rede Globo, desde 2011, de inserir comunidades em seus telejornais. Como enuncia o site da emissora: o quadro, apresentado no RJTV, mostra a realidade de diferentes regiões da região metropolitana do Rio sob o ponto de vista do próprio morador. É ele quem apresenta o lugar em que vive, com um olhar que só ele tem, produzindo conteúdo para o telejornal” (TV Globo, 2013). Para participar do quadro, jovens se inscrevem no Banco de Talentos da Globo, participam de uma seleção e, se selecionados, fazem uma oficina e são contratados pela emissora para integrarem a produção de reportagens sobre as comunidades que representam.

com seus próprios interesses. Tais conteúdos, ao serem veiculados pela televisão, são uma forma de promover interações, trocas de experiências e autoexpressividade de grupos, como defende o modelo de Comunicação Participativa de Kaplún (1983a). O ambiente de uma televisão universitária, a nosso ver, é o espaço para essas experimentações na medida em que a prática de um jornalismo público enquanto linha editorial articula-se com o método participativo e democrático do jornalismo colaborativo. É por isso que o projeto em questão foi realizado, no período de março de 2013 a março de 2015, em parceria com a TV Unesp, uma emissora pública, cultural e educativa.

## **Comunicação participativa e jornalismo público**

O direito à participação implica aceitar o desafio de criticar e transformar os obstáculos culturais, políticos, econômicos ou sociais, para que a participação tenha o sentido moral de direito ao desenvolvimento humano. [...] Pressupõe o desenvolvimento da capacidade de dialogar, comunicar e incidir tanto no âmbito político como em todas as esferas da vida (Klainer; Lòpez; Piera, 2004, p.161).

Concordando com a citação, a participação deve garantir aos cidadãos uma autonomia para atuar na sociedade e construir espaços democráticos que estejam afins aos seus interesses. Nesse processo de construção e transformação social, é necessário que os cidadãos sejam os porta-vozes desses interesses e, para isso, canais de comunicação são imprescindíveis, assegurando o direito à livre expressão.

Em seus estudos, Kaplún propôs o modelo de comunicação participativa, visando valorizar a autoexpressividade dos indivíduos. Nesse modelo, os grupos e as comunidades assumem suas vozes para emitir mensagens e interferir no processo comunicativo. A comunicação, então, passa a ser horizontal, na qual há diferentes

interlocutores, visto que não há mais distinção entre emissores e receptores, o que favorece uma prática democrática. Kaplún (1983a), então, defende uma concepção de comunicação como participação, interação e diálogo.

A través del medio, los grupos pueden dialogar, intercomunicarse; y entablar asimismo una relación de diálogo – una comunicación de doble vía – con los educadores-comunicadores. El medio interconecta a los grupos, los une a distancia y permite el intercambio y confrontación de mensajes y la construcción entre todos de un nuevo mensaje común (Kaplún, 1983b, p.52).

A partir dessa troca e construção de mensagens, os grupos se autovalorizam, uma vez que reconhecem a importância de sua voz, por causa da autoexpressão, e sua contribuição para a sociedade à qual pertencem. Esse potencial para o desenvolvimento social é exaltado por Kaplún (1984), já que ele considera que sem participação não há desenvolvimento, pois, por meio dela, os indivíduos assumem seu papel de protagonistas e criam as soluções para os próprios problemas. A comunicação participativa, então, é uma potencialidade para que haja espaços que valorizem o que os indivíduos têm a dizer de modo a provocar e concretizar ações em prol do desenvolvimento social de uma sociedade que se propõe democrática.

Como uma prática comunicativa, o jornalismo público (JP) se insere nessa defesa e na promoção da democracia, cidadania e liberdade, como enuncia seus preceitos (TV Cultura, 2004), visando à formação crítica dos telespectadores. Ao reconhecer enquanto público os cidadãos, o JP tem como temas o cotidiano e a agenda social destes, buscando sempre um novo foco e aprofundando as discussões.

O JP [jornalismo público] age movido pela certeza de que a informação é um bem preciso (um meio de “educação permanente”), de posse do qual o receptor compreende melhor a realidade que o circunda, forma juízos, reconsidera posições e se abre para o

resto da humanidade [...]. O objetivo é atingir o telespectador-cidadão, não o indivíduo fragmentado, entendido na sua dimensão exclusivamente pessoal (TV Cultura, 2004, p.38).

No exercício desse jornalismo público, estabelece-se nova relação entre quem produz e recebe as informações, na qual a palavra-chave é o diálogo. Os jornalistas atuam como mediadores da informação para enriquecer e ampliar o que é apresentado pelos outros veículos de informação, sempre de modo compatível e consistente com o projeto da emissora e com o interesse da sociedade. Na construção de tal novo modelo (cujo exercício é mais viável dentro de uma emissora pública, como enunciaremos mais adiante), formatos precisam ser revistos, já que nos encontramos em um espaço de experimentação, no qual o “jornalismo que aspira à relevância tem de levar em conta a ideia de transgressão” (TV Cultura, 2004, p.53).

Essa “transgressão” está na direção da convergência e da interação necessárias para que o público se insira na rotina midiática de um telejornal e possa participar mais efetivamente de todas as etapas, da produção de pautas até a avaliação do material veiculado – o JP, nesse sentido, atua mais como mediação do que produtor unilateral. Tal liberdade de produção possibilita que os jornalistas sejam coprotagonistas em meio às interações sociais.

O ideal de interlocução sugerido pelo JP contempla mudanças no comportamento do receptor e do emissor. O primeiro não deve se resignar à condição de plateia passiva; o outro, tirano na hora de programar o temário, se abre para o diálogo. Da renúncia de ambos emergem novas oportunidades de interação, a serem negociadas no âmbito do espaço público [...]. Ao compartilhar responsabilidades, os parceiros não podem afrouxar os termos da aliança (TV Cultura, 2004, p.48).

Nessa interação entre produtor e telespectador prevalece, portanto, o diálogo, para que os espectadores possam conhecer os

processos de produção e veiculação, como propõe o modelo colaborativo na comunicação e no jornalismo.

## **Jornalismo colaborativo e interações possíveis**

Anderson (2006), ao falar de internet, pontua que o fato de qualquer um ser capaz de produzir conteúdos só é significativo se alguém puder desfrutá-los. É por meio do acesso a esses conteúdos que também falamos em interação. A partir do direito à informação, inerente aos cidadãos, estes podem interagir com as mensagens em diferentes meios, ao mesmo tempo em que se aproximam dos produtores, sejam eles “profissionais” de mídia ou não.

Como, na contemporaneidade, o acesso às ferramentas (câmeras portáteis, celulares e internet) que possibilitam a produção de conteúdos diferenciados atinge diferentes segmentos da população, há uma desterritorialização da informação ao passo que todo cidadão torna-se potencialmente um produtor, desde que haja interesse de sua parte, em um primeiro momento, e que a divulgação de sua produção seja reconhecida pelos demais. Afinal, produtores querem que suas mensagens sejam lidas e/ou vistas e/ou ouvidas e/ou comentadas e/ou compartilhadas.

Dentro das possibilidades de produção, o jornalismo também ganha a interferência, nem sempre negativa, dos novos produtores, ou melhor, coprodutores de informação. Seja pelo envio de fotos ou imagens de um fato que vão agregar à notícia, esses coprodutores buscam se identificar com conteúdos a partir da presença de uma realidade mais próxima deles nos jornais, mesmo que sua identidade não seja revelada. Segundo o diretor do Knight Center for Digital Media Entrepreneurship, da Universidade do Arizona, Dan Gilmor, o mais importante hoje é pensar em como se faz esse jornalismo.

“Sair da zona de conforto” é um dos princípios de Gilmor sobre o livre pensar. Como conciliar a preservação da voz anônima na

participação e ao mesmo tempo manter a credibilidade? Gilmor indica que os jornalistas acompanhem e se atualizem sobre sistemas e recursos para a construção de conteúdos (Saad apud Prado, 2011, p.193).

É evidente que as observações citadas se referem à participação dos usuários na web; no entanto reavaliar o papel dos jornalistas e potencializar os espectadores cabe a diferentes meios, como a televisão. Considerando que esse meio de comunicação ainda detém uma audiência singular em mais de 90% dos lares brasileiros, além de ser um meio no qual as imagens ganham *status* de representação da realidade e as pessoas ali retratadas são “espelhos” para os e dos telespectadores e das situações que vivenciam, a participação mais efetiva do público por meio da colaboração direta na definição, produção e veiculação de conteúdos seria uma garantia de maior fidelização e correspondência aos interesses e características dos espectadores.

Inserir o público televisivo na rotina de um telejornal, por exemplo, exige um planejamento por parte da redação no sentido de garantir espaços e formatos para a participação dos cidadãos, ao mesmo tempo em que estes necessitam ser capacitados para utilizar os instrumentos de mídia, caso seja necessário, ou ser informados a respeito das possibilidades de colaboração. Ao nos referirmos à potencialidade colaborativa, estamos indo além da sugestão de pautas por telefone ou e-mail: defendemos que os espectadores podem se tornar protagonistas das narrativas e/ou contadores das notícias como parte integrante delas. É o olhar do espectador atuante como “jornalista” que pode dar um viés mais comunitário e democrático à notícia.

Aproximar a rotina televisiva do telespectador já cativo é abrir caminho para a prática colaborativa. Assim, pensar em uma televisão interativa é um desafio.

Televisão interativa pode ser definida como qualquer coisa que torne possível ao telespectador ou telespectadores se engajarem em



um diálogo com as pessoas que fazem um canal de televisão, programa ou serviço. Mais especificamente, pode ser definida como um diálogo que leva os telespectadores além da experiência passiva de assistir e os permite fazer escolhas ou praticar ações (Gawlinski, 2003 apud Teixeira, 2009, p.20-21).

Entre as ações e as escolhas, está a prática de um jornalismo colaborativo que defenda os princípios éticos de um jornalismo de interesse público.

## **Projeto: Comunidade na TV Unesp**

Ao entender a importância do exercício de um jornalismo público que se aproxima da cidadania e, conseqüentemente, dos interesses de um público que busca e tem um potencial de interagir, tanto em relação aos conteúdos quanto no diálogo com os produtores, uma emissora pública, cultural e educativa torna-se o espaço ideal para experimentações.

Televisão pública é aqui considerada como a que privilegia o caráter público deste meio “para superar a sua visão comercial e ganhar sua densidade como cidadã; a que nos relata como nos tornamos coletivo social. Esse interesse se situa na relevância social, cultural e política que se atribui em nossa sociedade ao caráter ‘público’ do serviço de televisão” (Rincón, 2002, p.28) [...]. Em suma o sentido de caráter público aponta para a cidadania, participação democrática, visibilidade e protagonismo de amplos setores sociais no processo midiático (Peruzzo, 2007, p.144).

A fim de valorizar tal protagonismo, a TV pública pode abrir portas para a colaboração de seus espectadores. Aliado a esse objetivo, uma emissora pública e universitária é um campo fértil para incluir esses espectadores como agentes sociais e midiáticos que atuem na produção de conteúdos audiovisuais que representem

uma comunidade e deem voz aos cidadãos. Além disso, o fato de estar vinculada a uma universidade fomenta o espaço de extensão, uma vez que visa ampliar o acesso ao conhecimento e promover transformação em uma dada realidade a partir dos estudos feitos dentro da academia. Como já afirmava Kaplún (1999, p.73), “a construção do conhecimento e sua comunicação não são, como costumamos imaginar, duas etapas sucessivas através das quais primeiro o sujeito se apropria dele e depois o enuncia. São, isso sim, o resultado de uma interação”.

Essa interação, ao estar na comunidade, é uma das tarefas e um dos deveres de uma universidade, principalmente da pública. Nesse sentido, o projeto Telejornalismo na TV digital aberta adotou como espaço extensionista a Televisão Universitária Unesp,<sup>3</sup> que integra o Centro de Rádio e Televisão Cultural e Educativa da Universidade Estadual Paulista. A TV Unesp estreou em 4 de novembro de 2011 com uma programação voltada à comunidade bauruense e unespiana a partir de programas culturais e educativos. O jornalismo da emissora se estruturou, em um primeiro momento, com um programa de entrevista, *Fórum*,<sup>4</sup> que visava debater temas de interesse da comunidade, como trânsito, planejamento urbano, alcoolismo, eleições, entre outros.

Em 1º de agosto de 2012, estreou o telejornal *Unesp Notícias*,<sup>5</sup> com trinta minutos de duração, cujo foco concentra-se em um jornalismo ao mesmo tempo factual e de aprofundamento, de modo a trazer ao telespectador temas que fazem parte do dia a dia e que podem incitar discussões e reflexões, a partir de entrevistas em estúdio com especialistas, políticos, representantes da sociedade civil e professores.

Para aproximar o público do telejornal, não apenas na abordagem dos temas sociais, está em implantação, desde março de 2013,

---

3 A Televisão Universitária Unesp (TV Unesp) é sintonizada no canal 45 UHF e 32 da operadora a cabo NET na cidade de Bauru, interior de São Paulo. A programação também está disponível no site [www.tv.unesp.br](http://www.tv.unesp.br).

4 Disponível em: [www.tv.unesp.br/forum](http://www.tv.unesp.br/forum).

5 Disponível em: [www.tv.unesp.br/unespnoticias](http://www.tv.unesp.br/unespnoticias).

o projeto de extensão realizado por professores de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo – e alunos bolsistas dos cursos de Jornalismo e Rádio e TV da Unesp, que visa trabalhar com comunidades de Bauru. Enquanto um projeto de extensão em jornalismo colaborativo, este estudo adota como metodologia a imersão na rotina jornalística da Televisão Universitária Unesp, de modo a conhecer as práticas e acompanhar as discussões editoriais para, então, propor um modelo de participação de uma dada comunidade na produção e veiculação de conteúdos no telejornal. A partir da proposta colaborativa, foram realizadas oficinas com a comunidade para que ela conhecesse o telejornalismo não mais como mera telespectadora, mas atuante no processo produtivo.

As atividades do grupo de extensão em Telejornalismo para TV digital aberta foram divididas em três etapas: capacitação, produção e veiculação dos programas jornalísticos. Os alunos ingressantes foram capacitados a planejar e produzir produtos noticiosos audiovisuais para a TV digital aberta utilizando as dependências e os equipamentos da TV Unesp.

Na etapa de capacitação, os participantes se integraram à comunidade não só para a busca de pautas com o interesse e o “olhar” próprios desta, mas também para auxiliar aqueles que demonstraram interesse em adquirir conhecimento da nova tecnologia digital de transmissão de conteúdo e suas possibilidades de produção e de uso da interatividade. A comunidade que acolheu o projeto se localiza no bairro Geisel, próximo ao campus da Unesp em Bauru, no estado de São Paulo.

Na segunda etapa, os alunos produziram um telejornal dentro dos aspectos levantados durante a capacitação, a partir da utilização da ferramenta colaborativa Jcollab (<http://www.jcollab.lavid.ufpb.br>) desenvolvida por pesquisadores do Laboratório de Aplicações de Vídeo Digital (LAVID),<sup>6</sup> da Universidade Federal

---

6 O Laboratório de Vídeo Digital (LAVID), da Universidade Federal da Paraíba, atua desde 2003 visando desenvolver projetos de pesquisa em *hardware* e *software* voltados às áreas de vídeo digital, redes de computadores,

da Paraíba, que permite a participação de espectadores na sugestão de temas, produção e veiculação de conteúdos. Na terceira, estava prevista a pós-produção dos programas e sua veiculação na TV Unesp, contudo a realidade do projeto limitou seus propósitos e objetivos.

Durante a etapa da integração e capacitação dos alunos bolsistas na comunidade escolhida, o que foi constatado é que, diferentemente do senso comum de que a internet e as redes sociais possuem forte adoção e uso pelos indivíduos, as pessoas possuem perfis e utilizam as redes sociais, mas de forma isolada e individualizada. Encontramos extrema dificuldade em sistematizar o uso das redes sociais em prol da comunidade. Não por conta da falta de acesso, nem por falta de interesse, mas pudemos aferir que a própria característica do meio impele as pessoas a agirem individualmente. Ou seja, as pessoas da comunidade que participaram da etapa de capacitação não conseguiram compreender o uso das ferramentas *on-line* (Jcollab e redes sociais) como um espaço coletivo. Desta forma, o projeto teve limitado seu objetivo principal (que consistia na intensa participação da comunidade na formulação das pautas e envio de material audiovisual para a redação da TV Unesp), forçando os alunos bolsistas a exercerem o papel tradicional dos jornalistas na captação e produção das notícias referentes à comunidade.

## Considerações

Apesar de o objetivo primário não ter sido completamente alcançado, a avaliação final do projeto foi bastante positiva, pois nos permitiu constatar que a premissa do uso das redes sociais e internet ser comum a uma parcela significativa da população é verdadeira no que se refere à abrangência do meio internet, mas falsa no que diz respeito ao modo como os representantes da comunidade e

---

TV digital e interativa e *middleware*. Atualmente o LAVID é uma referência nacional e internacional em desenvolvimento de tecnologia para TV digital.

integrantes do projeto a utilizam de forma coletiva e voltada para a própria comunidade. Verificou-se que é necessário um projeto anterior que contemple a participação coletiva dos integrantes da comunidade voltada para seus anseios e necessidades comuns por meio das ferramentas *on-line*. Desta forma, o projeto encerrou suas atividades em março de 2015 com dados e experiências para a formatação de um novo projeto que poderá ser aplicado nesta mesma comunidade. Contudo não se perdeu a intenção de promover um telejornalismo público e cidadão não apenas *para* as comunidades, mas *com* as comunidades inseridas na realização do conteúdo. A tecnologia atual já permite tal participação e envolvimento, mas é preciso concretizar o sentimento participativo e comunitário também no ambiente digital.

Não se pode perder de vista a estratégia de facilitar a participação popular direta, com partilha do poder de decisão, como forma de ampliar o exercício da cidadania comunicacional. Ninguém nasce sabendo fazer televisão. É preciso criar condições para a produção audiovisual por parte de qualquer cidadão e das lideranças das organizações sociais (Peruzzo, 2007, p.158).

De acordo com a autora citada, é preciso garantir os instrumentos para que o público possa fazer televisão e, assim, estabelecer mecanismos para uma participação efetiva em direção à cidadania. Nesse sentido, a proposta apresentada neste capítulo direcionou-se, enquanto uma extensão universitária, à promoção de um jornalismo colaborativo a partir do olhar e da atuação de uma comunidade.

Ao pensar na prática colaborativa, será possível esse exercício, visto que a preocupação com a audiência, por exemplo, terá um novo foco: a audiência também é a produtora do conteúdo, sendo livre para expressar o que deseja e pensa, principalmente ao contar com a oportunidade de avaliar e alterar o modo de produção conforme suas habilidades, necessidades e interesses no telejornalismo.

Tendo em vista que a interação é uma possibilidade para que os conteúdos dialoguem com o público, ao mesmo tempo em que os

interagentes estão em interação entre si, a prática telejornalística pode se beneficiar desse cenário, ao promover práticas colaborativas. Este estudo é um ponto de partida possível, uma vez que espera abrir espaço para uma comunidade participar do exercício público de telejornalismo de uma televisão pública e universitária.

## Referências bibliográficas

- ANDERSON, C. *A cauda longa*. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
- KAPLÚN, M. Processos educativos e canais de comunicação. *Revista Comunicação & Educação*, ano V, n.14, jan-abr. 1999.
- \_\_\_\_\_. *Comunicación entre grupos*. Ottawa: CIID, 1984.
- \_\_\_\_\_. *Hacia una comunicación participativa*. Quito: Aler, 1983a.
- \_\_\_\_\_. *Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación de adultos*. Santiago: Oficina Regional de la Unesco para America Latina y el Caribe, 1983b.
- KLAINER, R.; LÓPEZ, D.; PIERA, V. *Diálogos com crianças e jovens*. Porto Alegre: Artmed, 2004.
- PEREIRA JÚNIOR, A. E. V. Telejornalismo: das rotinas produtivas à audiência presumida. In: \_\_\_\_\_, PORCELLO, F. A. C. (Orgs.). *Telejornalismo: a nova praça pública*. Florianópolis: Insular, 2006.
- PERUZZO, C. *Televisão comunitária*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- PRADO, M. *Webjornalismo*. Rio de Janeiro: LTC, 2011.
- PRIMO, A. *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- TEIXEIRA, L. *Televisão digital*. Goiânia: UCG, 2009.
- TV CULTURA. *Jornalismo Público*. São Paulo, 2004.
- TV GLOBO. *Banco de talentos*. Disponível em: [www.globo.com](http://www.globo.com). Acesso em: 20 ago. 2013.