



Sem Censura Pará e a interatividade no ar: a participação do público no site e em redes sociais do programa¹

Elaide Martins²
Jússia Carvalho Ventura³

Resumo: Este trabalho analisa os recursos de interatividade utilizados pelo programa televisivo *Sem Censura Pará* (SCPA) em seu site e em seus perfis nas redes sociais *Twitter* e *Facebook*. O SCPA é o programa jornalístico mais antigo da televisão paraense ainda no ar, exibido interruptamente há quase trinta anos. Considerando-se que a participação do espectador sempre foi uma das principais marcas desse programa, esta pesquisa procura responder à seguinte questão: em seus cibermeios, de quais recursos de interatividade o SCPA apropria-se para promover essa participação? Amparando-se em Lemos (1997), Palacios (2003, 2009) e em outras referências na área de ciberjornalismo, este trabalho avalia as possibilidades interativas exploradas pelo programa em seus cibermeios, a partir do uso da "Ferramenta para Análise de Interatividade em Cibermeios", elaborada por Meso, Natansohn, Palomo e Quadros (2011). Apesar da importância dada pelo SCPA à participação do público, os resultados desta pesquisa indicam que ainda há uma expressiva limitação nos usos e apropriações que o programa faz dos recursos da interatividade oferecidos pela internet.

Palavras-chave: Interação. Interatividade. Sem Censura Pará. Cibermeios.

¹ Versão reduzida do artigo homônimo publicado no livro 'Ferramentas para Análise de Qualidade em Ciberjornalismo', vol. II, organizado por E. Martins e M Palacios. Covilhã: Labcom-IFP, 2016.

² Doutora em Ciências: Desenv. Socioambiental (Naea/UFGA), mestre em Comunicação Social (Umesp) e docente da Faculdade de Comunicação (Facom) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA). Coordena o Grupo de Pesquisa Interações e Tecnologias na Amazônia (CNPq-UFPA) e integra a Rede de Pesquisa Aplicada em Jornalismo e Tecnologias Digitais (JorTec). E-mail: elaide@ufpa.br

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA), bolsista CNPQ. Jornalista pela Universidade da Amazônia e Integrante do Grupo de Pesquisa Interações e Tecnologias na Amazônia (CNPq-UFPA). E-mail: jussiac@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Quando o programa televisivo *Sem Censura* foi ao ar pela primeira vez, em 1985, o Brasil dava início a um período de redemocratização depois de mais de 20 anos de ditadura militar. Nesse processo de reabertura, a televisão brasileira reservou um espaço para debates públicos através da produção de programas de entrevistas, como o *Vox Populi*, o *Roda Viva* e o próprio *Sem Censura*, na TV Cultura; o *Encontro com a Imprensa*, na TV Bandeirantes; o *Diário Nacional*, na TV Record; o *Globo em Revista*, na TV Globo, dentro outros (REZENDE, 2000)

O perfil do *Sem Censura* inspirou um programa homônimo na Amazônia brasileira: o *Sem Censura Pará (SCPA)*, lançado em 28 de março de 1988. Seu formato foi moldado na linha de perguntas e respostas, mantendo uma hora e meia de duração. Além disso, sempre contou com a participação dos telespectadores, a fim de estreitar a relação e promover a interação social com o público, que inicialmente era feita por meio de fax, cartas, telegramas e telefonemas. Atualmente o *SCPA* apropriou-se de outros recursos interativos, como e-mail e redes sociais, permitindo que o público vivencie novas experiências e amplie a sua participação. “Nós experimentamos, todos os dias, formas de interação ao mesmo tempo técnica e social. Nossa relação com o mundo é uma relação interativa” (LEMOS, 1997, p. 19). Essa relação é reforçada pela interatividade, que, por sua vez, é possibilitada pela interface (o espaço que, nos media digitais, proporciona a interação) e “nada mais é do que uma nova forma de interação técnica, de cunho ‘eletrônico-digital’, diferente da interação ‘analógica’, que caracterizou os media tradicionais” (LEMOS, 1997, p. 19). Para ele, “a técnica (ferramenta, objeto ou máquina) é inerente ao social”.

Um olhar mais atento para o *SCPA* nos leva a perceber que as interações no programa envolvem diversos atores. Apesar do público ainda usar o telefone como o principal instrumento para interagir com o programa, queríamos compreender como as interações se estabelecem a partir dos cibermeios do *SCPA*. Assim, direcionamos nossa atenção para o seu site⁴ e seus perfis nas redes sociais *Twitter*⁵ e *Facebook*⁶.

⁴ Hospedado em <http://www.portalcultura.com.br/semcensura>

Com o propósito de identificar os recursos de interatividade em tais cibermeios, adotamos como parâmetro a Ferramenta para Análise de Interatividade em Cibermeios elaborada por Meso, Natansohn, Palomo e Quadros (2011)⁷.

Considerando-se que o programa é exibido de segunda a sexta-feira, selecionamos o período de uma semana para análise, aplicando a ferramenta entre os dias 11 a 15 de maio de 2015. Além de analisarmos quantos e quais dos 17 recursos de interatividade que compõem a ficha de avaliação de Meso et al. (2011) são explorados por esses cibermeios, acrescentamos o instrumento de busca e a presença de links para outros sites como itens a serem avaliados.

Assim, ao analisar os cibermeios do *SCPA*, pretendemos refletir sobre o uso dos recursos de interatividade explorados pelo programa a fim de melhor compreender as possibilidades de interação com o seu público.

2. SEM CENSURA PARÁ: A INTERATIVIDADE NO AR?

A partir de 2001 o *SCPA* passou a permitir a participação direta do público por e-mails. Em 2009, o programa aderiu às redes sociais online com a criação de um perfil no *Twitter* a fim de promover maior aproximação com o público.

No *SCPA*, a participação do telespectador é considerada ampla, ocorrendo através de comentários, elogios, perguntas ou críticas durante a exibição do programa e sem a limitação de ter que escolher dentre respostas pré-formatadas pela produção. Quando a interação era feita somente por telefone e por e-mail, as considerações dos telespectadores ficavam concentradas no último bloco, pois a produção do programa usava o tempo dos blocos anteriores para receber e organizar as emissões em fichas para entregá-las à apresentadora. Com a interatividade possibilitada e ampliada pelas redes sociais, a estrutura do programa passou por algumas alterações.

⁵ *SCPA* no Twitter: @semcensurapa

⁶ *SCPA* no Facebook: <https://www.facebook.com/Sem-Censura-Par%C3%A1-391385877663287/timeline/>

⁷ Essa ferramenta é fruto do projeto “Jornalismo na Internet: um estudo comparado dos cibermeios Brasil/Espanha” e foi adaptada por seus pesquisadores em 2008 a partir de uma ficha de avaliação feita por Codina em 2003.

Em agosto de 2011, o *SCPA* ganhou modificações no cenário e também no formato – não exatamente no tradicional formato de entrevista, mas no formato interacional. O programa passou a dispor de mais uma jornalista no estúdio. Usando um computador com acesso à internet, essa profissional ficou responsável em intermediar a participação do espectador após ser processada pela produção (fosse por telefone, e-mail ou redes sociais). A novidade não apenas isentou a apresentadora dessa tarefa, mas possibilitou uma participação mais imediata do público, com suas emissões feitas durante as entrevistas. A exploração de recursos interativos da era digital ajudou na condução das entrevistas e na abordagem dos convidados. “A tecnologia digital possibilita ao usuário interagir, não mais apenas com o objeto (a máquina ou a ferramenta), mas com a informação, isto é, com o conteúdo” (Lemos, 1997, p.21).

No caso do programa *SCPA*, as interações do espectador podem ser intensificadas através do acesso aos seus cibermeios, os quais proporcionam maior liberdade ao público para acompanhar a programação. Dentre os três cibermeios em foco, o site transmite o programa ao vivo, porém não disponibiliza ao público as edições anteriores na íntegra, cujo armazenamento é feito apenas para consumo da própria emissora.

3. SITE INSTITUCIONAL: PARTICIPAÇÃO COM RESTRIÇÃO

Antes de procedermos à busca, identificação e análise dos recursos de interatividade nos cibermeios do *SCPA*, achamos necessário informar quais são e como se caracterizam cada recurso listado na ferramenta de Meso et al (2011), a exemplo do procedimento já adotado por Martins (2015)⁸. A seguir, o quadro elaborado para organizar e apresentar a caracterização dos recursos que compõem a ficha da ferramenta em si.

⁸ Na análise anterior, acrescentou-se alguns itens à ferramenta, dentre os quais redes sociais. No entanto, considerando-se que as mesmas constituem um dos cibermeios analisados e revendo a caracterização de cada recurso para a presente análise, achamos mais adequado manter a verificação desse item em comunidades. Aqui, nesta análise, como se pode verificar no quadro 2, acrescentamos os itens site e instrumento de busca.

Quadro 1 – Parâmetros para análise de interatividade em cibermeios conforme ferramenta de Meso et al (2011).

Ferramenta para Análise de Interatividade em Cibermeios		
ORDEM	RECURSOS	CARACTERÍSTICAS
1.	Participação do público	Relacionada com o jornalismo participativo, para que o leitor possa enviar seu conteúdo
2.	Enquetes	Usada principalmente quando há um tema que se queira saber a opinião do público
3.	Concursos Promoções	Procura atrair a atenção do usuário e interagir com ele
4.	Fóruns	Espaço para formar comunidades sobre determinado tema
5.	Notícias do meio	Formas de interação com a notícia / comentários
6.	Notícias votadas	A serem votadas pelo leitor atribuindo-lhes até 5 estrelas
7.	Chats	Conversação online entre jornalistas, convidados e público a fim de criar laços
8.	Vídeochats	Para entrevistas ao vivo, cujas perguntas dos leitores são enviadas antes. Geralmente, são feitas em eventos ao vivo
9.	Blogs	Dos colunistas ou dos usuários
10.	Consultórios	Disponibiliza formulários para consultar especialistas, como médicos, advogados, psicólogos
11.	Fotografias	Canal para o leitor enviar suas fotos
12.	Vídeos	Canal para o público enviar vídeos
13.	Comunidades	Possibilidade de o usuário criar e participar de redes sociais/blogs, firmando novos canais de relacionamento com outros leitores, funcionando como um espaço para páginas pessoais, onde se pode inserir e compartilhar conteúdos
14.	E-mail	Usuário pode entrar em contato via seção específica ou via endereço fornecido ou ainda abrir uma conta própria (webmail)
15.	Feed	Permite ao usuário acompanhar e divulgar as atualizações
16.	Usabilidade	Define a relação entre a interface e o usuário e permite verificar as interações deste com o produto jornalístico, como selecionar temas, personalizar e alterar os recursos de visualização da página, como fonte, cor, layout, etc.
17.	Acessibilidade	Recursos voltados, sobretudo, aos portadores de necessidades visuais (sintetizadores de voz)

Fonte: Martins (2015), adaptado a partir de Meso et al. (2011).

A partir da compreensão de cada item, elaboramos um quadro com o resultado da verificação feita no site institucional e nos perfis do SCPA nas redes sociais *Facebook* e *Twitter*, considerando-se as especificidades das mesmas enquanto sites de relacionamento.

Quadro 2 – Verificação dos recursos de interatividade no site institucional e nas redes sociais do SCPA.

RECURSOS DE INTERATIVIDADE NO SITE E REDES SOCIAIS DO PROGRAMA SEM CENSURA PARÁ						
RECURSOS FAZ USO DELES?	SITE		FACEBOOK		TWITTER	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Jornalismo Participativo		X	x		x	
Enquetes		X		X		x
Concursos/promoções		X		X	x	
Fóruns		X	x		x	
Notícias do meio		X	x		x	
Notícias votadas		X		X		x
Chats		X	x		x	
Vídeochats		X		X		x
Blogs		X		X		x
Consultórios		X		X		x
Envio Fotografias		X	x		x	
Envio Vídeos		X	x		x	
Comunidades	X			X		x
E-mail	X		x			x
Feed	X		x		x	
Usabilidade		X		X		x
Acessibilidade		X		X		x
<i>Instrumento de busca</i>	X		x		x	
<i>Site</i>	X		x		x	

Fonte: Elaboração das autoras, a partir de Meso et al. (2011).

Em nossa análise, observamos que o site do SCPA não oferece uma ferramenta exclusiva para que o público envie conteúdo, especialmente de natureza sonora, imagética ou fotográfica. As opções de envio restringem-se às sessões *Fale Conosco* e *Comentar*. Na primeira, o público pode enviar a sua mensagem, seja para comentar, criticar, pedir esclarecimentos, enviar sugestões ou outras demandas, via formulário de contato, no qual precisa inserir seu nome, e-mail,

assunto e mensagem. Essa mensagem vai para um e-mail do Portal Cultura e só depois é repassada à produção do programa. Consequentemente, a falta de um espaço exclusivo e de um fluxo direto da mensagem dificulta a prática do jornalismo participativo, desmotivando uma possível produção de conteúdo feita pelo público.

Já na sessão Comentar, diferentemente de muitos sites de programas informativos e/ou noticiosos, o site do SCPA não permite que os comentários sejam visualizados pelo público – curiosamente, até uma contradição com o próprio nome do programa. Os comentários enviados pelo usuário ficam ocultos, disponíveis apenas para o administrador do site, impedindo a interação entre os espectadores. Na verdade, o site deixa claro que aquele espaço se trata de um canal com o administrador, pois quando se passa o mouse sobre o ícone da sessão *Comentar*, aparece a seguinte mensagem: *Comente suas ideias e opiniões sobre esta página*. Portanto, o que a princípio parecia notícia do meio, não passa de um contato privado.

O site do SCPA não usa enquetes para saber a opinião do público acerca dos assuntos abordados e também não se apropria de um dos recursos de interatividade que o programa já adotava muito antes da era digital: concursos e/ou promoções. Essa ausência nos chama atenção, pois no decorrer dos anos, o SCPA fidelizou muito telespectadores através de sorteios de brindes e prêmios no último bloco. O site do SCPA também não disponibiliza Chats e Videochats, ferramentas valiosas para criar laços com o público e que poderiam dinamizar as entrevistas com perguntas do público aos entrevistados, inclusive antes mesmo de sua exibição.

Outrossim, esse cibermeio não promove votação de notícias, não mantém blogs de colunistas, sessão Consultórios, fóruns e nem explora a interação por meio de usabilidade e acessibilidade, como também não incentiva o envio de fotografias e/ou vídeos, restringindo, mais uma vez, a participação do público. O material multimídia disponível no site é postado pela própria produção e restringe-se a noticiar os assuntos e entrevistados do dia. No caso dos vídeos, como já dissemos, o site não disponibiliza o programa na íntegra, apenas uma ou outra entrevista.

Para os interessados em conhecer as pautas do programa televisivo, há a possibilidade de assinatura do *feed* de notícia, permitindo que o usuário receba, por e-mail, a lista com as publicações feitas no site. As notícias do site podem ser

espalhadas, ainda, através de redes sociais, incentivando a formação de comunidades a partir do site que disponibiliza ícones e links para o *Twitter*, *Facebook* e *YouTube* - todos do Portal Cultura, apesar do *Sem Censura Pará* ter perfis próprios no *Twitter* e no *Facebook*.

É necessário observar que é justamente através dessas plataformas que o usuário tem possibilidades de experimentar ações mais interativas, como produzir, recomendar, curtir, comentar e compartilhar conteúdo. Da mesma forma, as emissões do usuário feitas nas redes sociais não são compartilhadas no site, apesar de existir um espaço específico para o *Twitter* na coluna direita do site. Portanto, o fato do site não disponibilizar um espaço próprio e aberto para os comentários faz com que consideremos o item 'notícia do meio' como ausente neste cibermeio.

Quanto aos recursos que acrescentamos à ficha de análise, o instrumento de busca, que no site do SCPA fica na parte superior direita, promove a interação, principalmente, a partir da imersão do usuário no conteúdo e/ou banco de dados dos cibermeios, estabelecendo uma conexão entre interatividade, hipertextualidade e memória, dentre outras características que “refletem as potencialidades oferecidas pela internet ao jornalismo desenvolvido na web” (Palacios, 2003, p.17). Além disso, ao possibilitar a procura de informações por palavras-chave, permite ao usuário acessar a memória do programa, uma “ característica que está presente, em certa medida, em suportes jornalísticos tradicionais (impresso, rádio e TV), mas que se encontra tremendamente potencializada na Web (Palacios, 2009, p. 270, tradução nossa). Em relação ao outro item acrescentado (links para outros sites), observamos a conexão para sites de programas jornalísticos, culturais e musicais tanto da Rádio quanto da TV Cultura, ambos da Cultura Rede de Comunicação.

4. REDES SOCIAIS DO SCPA: FERRAMENTA PARA INTERAGIR OU PARA ESTAR NO MUNDO?

No que se refere aos cibermeios do SCPA, nossa pesquisa indica que grande parte da interação do público com o programa ocorre através das redes sociais digitais. O *Facebook* e o *Twitter* são canais usados para incentivar o contato do

público com o programa. Durante o período analisado, percebemos que as duas redes sociais do SCPA são abertas, sem restrição ou exigência de pedido prévio de aprovação para o usuário seguir/interagir.

Ao aderir a essas redes, o usuário pode interagir diretamente com os produtores e demais espectadores do programa. Assim, as publicações nas páginas do programa são consideradas partes de sua memória, uma vez que podem ser consultadas a qualquer instante via acesso online. Contudo, assim como no site, as edições do programa, elemento fundamental de memória, não são disponibilizadas ao público a partir das redes. E ao contrário do site institucional e de seu perfil no *Twitter*, no *Facebook* o programa não disponibiliza nem o *link* para a sua transmissão ao vivo – apenas posta duas a três linhas avisando que o programa vai começar e quem são os convidados e/ou assuntos do dia. Curiosamente, também não posta entrevistas no espaço reservado a vídeos na sua *fanpage*. Talvez por essas restrições, a conta do programa no *Facebook* seja menos popular do que a conta no *Twitter*. No microblog, até meados de 2015, o programa acumulava mais de dez mil seguidores, enquanto no *Facebook* foram registradas cerca de duas mil curtidas⁹.

No *Twitter* o texto é mais direto, com a sincronização de outros recursos, como fotos dos convidados, dos bastidores e o *link* da matéria publicada no site do SCPA sobre os temas do dia. As *hashtags* são muito usadas pelo programa para convidar o usuário à participação, alternando-se entre participe (*#participe*) e faça a sua pergunta (*#façasuapergunta*). Dessa forma, ao clicar nelas, facilita-se a pesquisa de determinado tema. Mas dentre as marcações feitas no pelo programa, observamos ausência de postagens dos usuários, indicando o não uso das *hashtags* – importantes para catalogar assuntos, uma marca do ambiente digital (Cannito, 2010).

Diferentes do site do SCPA, as redes sociais oferecem a possibilidade para o usuário enviar fotos, vídeos e demais conteúdos para o programa (mesmo que não seja em espaço exclusivo para tal função), promovendo a chamada produção

⁹ No início do segundo trimestre de 2016, esses números passaram para cerca de 12,5 mil seguidores e 2,5 curtidas, respectivamente. Em meados de setembro de 2016, passaram para 13,1 mil seguidores e 2604 curtidas.

colaborativa, que em relação aos recursos aqui analisados, reforçaria o jornalismo participativo. No entanto, essa participação aberta do público nas redes não é repassada para o programa televisivo, ou seja, não conta como uma emissão a ser lida e respondida durante a exibição do programa, mesmo tendo uma jornalista no estúdio conectada à internet exclusivamente para fazer a mediação com o público. Por outro lado, esta mesma jornalista lê, ao vivo, as emissões do usuário feitas através de chat: no *Twitter* por DM (Mensagem Direta) e no *Facebook* via *Inbox* (mensagem privada), permitindo que o espectador tenha um contato mais direto e estreitando suas relações com o programa.

Nos cibermeios das redes sociais, há também o *feed* de notícias (próprio delas) e um uso muito restrito de sorteios (promoções), apesar de ser uma prática diária do programa. No *Twitter*, a produção do programa divulga, esporadicamente, informações sobre o que vai ser sorteado no dia, a fim de incentivar a participação do público. Quanto às linguagens em cada cibermeio são distintas entre si. Enquanto no site, o formato é jornalístico, com *lead* e texto formal, no *Facebook* e no *Twitter* é mais informal. No *Facebook*, a linguagem costuma ser um pouco solta, com textos de duas a três linhas sobre os entrevistados. Já o microblog é ainda mais informal, com *tweets* sobre o programa tentando estabelecer uma proximidade com os seguidores para alcançar maior número de retuítes, experimentando o poder de espalhamento que fala Jenkins (2009), para quem a circulação de conteúdo possível nas redes sociais permite o engajamento do público com a complexidade narrativa.

O fato de certos recursos de interatividade não serem explorados pelo SCPA, como notícias votadas, blogs, vídeos e promoções, nos leva a acreditar que o programa mantém suas páginas muito mais para estar nessas redes do que de fato para usá-las para interação, subutilizando, portanto, o potencial interativo que os cibermeios oferecem.

5. CONCLUSÕES

Diante da convergência tecnológica, não há como ignorar a ampliação de possibilidades interativas permitidas ao usuário, como acompanhar a programação televisiva de uma forma mais intensa através da internet. Entretanto, apesar do cenário

aberto para novas experiências interativas, percebe-se, por parte do *Sem Censura Pará*, certa limitação nos usos e apropriações das potencialidades oferecidas pela internet, como a interatividade.

A partir desta análise, verificamos que o site institucional do programa explora apenas cinco dos 19 itens analisados. Já nas redes sociais o número de itens dobra em cada uma. Apesar da situação mais promissora das redes sociais é importante lembrar que esses itens são próprios de suas plataformas e não, necessariamente, uma iniciativa do programa em disponibilizá-los em seu perfil (apesar das limitações, há como o usuário acrescentar alguns itens). Ademais, há recursos disponibilizados por essas plataformas que sequer são usados pelo *SCPA*, a exemplo do espaço para vídeos.

Quanto ao site institucional, mantém uma interface que oferece pouco espaço para a interação com o público. A ausência de notícias do meio é um termômetro significativo, indicando que o usuário tem poucas possibilidades de opinar e, menos ainda, de contribuir com a produção de conteúdo. As limitações para o público interagir comprometem as trocas simbólicas com o programa e nos leva a pensar em alguns possíveis motivos para essa restrição.

Um deles seria o fato de que os jornalistas que fazem a produção do programa são profissionais da mídia televisiva e preocupam-se mais com o trabalho desenvolvido para a televisão do que com o conteúdo pensado para os cibermeios do programa. Essa prioridade deixa de lado a potencialidade dos cibermeios para construir vínculos com o público. Tal realidade nos leva a apontar a falta de profissionais especializados em mídias sociais como provável causa dessa subutilização.

Outro motivo, talvez, seja o fato de que a jornalista que, no estúdio, assume o papel de mediar a interação com o público, o faz em segunda mão, depois das emissões já terem sido processadas pela produção. Não há um estreitamento de relações com o usuário das redes, subutilizando as potencialidades interativas oferecidas por estas.

Portanto, essa análise nos leva a crer que a criação dos perfis do *SCPA* nessas redes pode ser vista muito mais como uma forma de estar presente no universo virtual do que como uma forma de interagir – uma contradição quando se trata de um programa que, desde seu lançamento, adota a interação social como uma de suas principais estratégias para se aproximar e consolidar seu público.

6. REFERÊNCIAS

CANNITO, N. G. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2a ed. Trad. Alexandria, S. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, A. Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais. *Tendências XXI*, 2, set. 1997, p.19-29.

MARTINS, E. Marcas da interatividade no jornalismo em dispositivos móveis. Um estudo sobre os apps para tablets e smartphones. In: CANAVILHAS, J.; SATUF, I. (Orgs). **Jornalismo para dispositivos móveis**. Covilhã:UBI /LabCom, 2015, p. 383-402.

MESO, K.; NATANSOHN, G.; PALOMO, B.; QUADROS, C. Ferramenta para Análise de Interatividade em Cibermeios. In: PALACIOS, M. (Org.) **Ferramenta para Análise de Qualidade em Ciberjornalismo**. Vol. I: Modelos. Covilhã: UBI /LabCom, 2011, p.51-80.

PALACIOS, M. Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o lugar da Memória. In. MACHADO, E.; PALACIOS, P. (Orgs.) **Modelos de Jornalismo Digital**. Vol.1. Salvador: Gjol / Calandra, 2003.

_____. La memoria como critério de valorización de calidad em el ciberperiodismo: algunas consideraciones. *El profesional de la información*, 18 (3), 2009, p. 270-276.

REZENDE, G. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.