



Jornalismo de Revista: Análise comparativa entre os formatos impresso e *web* nas revistas Boa Forma e TPM¹.

Alana Damasceno Arruda Camara²

Paula Janay Alves³

João Eduardo Silva de Araújo⁴

L. Graciela Natansohn⁵

Universidade Federal da Bahia

Resumo

Este artigo visa caracterizar, comparativamente, alguns elementos das revistas jornalísticas nos meios impresso e digital, tomando como objetos as publicações Boa Forma e TPM. Para tanto, como procedimento metodológico, foi feita uma análise descritiva dos produtos, no que diz respeito, especificamente, à atualização, à estrutura editorial, ao design e ao conteúdo. A pesquisa tem como finalidade identificar os recursos do webjornalismo utilizados, sobretudo, em sites de revistas que têm versões impressas.

Palavras-chave

Jornalismo de revista; webjornalismo; jornalismo impresso; jornalismo digital.

Introdução

O presente artigo⁶ visa mapear as características do jornalismo de revista produzido na *web* e avaliar a utilização das potencialidades da *web* por parte de revistas impressas que possuem versões *online*.

O objetivo deste trabalho é apresentar uma análise das diferenças e semelhanças entre o jornalismo de revista nos meios impresso e digital, observando, para tanto, as revistas *Boa Forma* e *Tpm*, bem como os seus respectivos sites – durante os meses de Outubro, Novembro e Dezembro de 2008.

Esse artigo constitui uma tentativa de compreender de que forma as revistas impressas observadas transportam seus conteúdos para a versão *online*, bem como de

¹ Trabalho apresentado na Intercom Junior, na Área Temática Comunicação Multimídia, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Bolsista do Programa de Educação Tutorial (PETCOM), estudante do 7º semestre do curso de Jornalismo da UFBA, nanydac@gmail.com.

³ Bolsista do Programa de Educação Tutorial (PETCOM), estudante do 5º semestre do curso de Jornalismo da UFBA, paulajanay@gmail.com

⁴ Bolsista do Programa de Educação Tutorial (PETCOM), estudante do 4º semestre do curso de Jornalismo da UFBA, jesilvaraujo@gmail.com

⁵ Tutora do Programa de Educação Tutorial (PET) da Faculdade de Comunicação da UFBA. Orientadora da pesquisa Observatório de Revistas Online.

⁶ Este texto é produto da pesquisa *Observatório de Revistas Online*, desenvolvida pelos bolsistas do grupo PET - Programa de Educação Tutorial - da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.



identificar que uso elas fazem dos recursos - recursos de interatividade, como *chats* com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; apresentam opções para a configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário; - a utilização do hipertexto não apenas como um recurso de organização das informações da edição, mas também como uma possibilidade na narrativa jornalística de fatos; -atualização contínua no webjornal e não apenas na seção ‘últimas notícias’. disponíveis na *web*. Também é parte dos objetivos deste trabalho determinar em que estágio do webjornalismo essas publicações se encontram, analisando-as a partir das categorias apontadas por Pavlik (2001), Silva Jr. (2002) e Palácios (2002) sobre as gerações do webjornalismo e os conceitos de hipertextualidade, interatividade, multimídia, personalização, instantaneidade e memória.

Jornalismo e Internet

No cenário da produção jornalística contemporânea, o webjornalismo tem sido objeto de considerável discussão e elaboração acadêmica. Com o advento da Internet, o jornalismo encontrou outras possibilidades e recursos para a elaboração de seus produtos. Adaptando-se às linguagens da Internet, e a partir dela, o jornalismo desenvolveu formas específicas de produzir seus conteúdos noticiosos.

De acordo com Palácios (2002), a Internet e outros suportes telemáticos não estão em um movimento de oposição ou de mera superação dos formatos mediáticos anteriores. Para o autor, a Internet oferece diversas potencialidades para o jornalismo, que são utilizadas, em maior ou em menor escala, e de diferentes formas, nos sites jornalísticos da *web*.

Entendido o movimento de constituição de novos formatos mediáticos não como um processo evolucionário linear de superação de suportes anteriores por suportes novos, mas como uma articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, em diversos suportes, "em convivência" (e complementação) no espaço mediático, as características do Jornalismo na Web aparecem, majoritariamente, como continuidades e Potencializações e não, necessariamente, como Rupturas em relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores (Palácios, 2003, p. 6).

O webjornalismo, assim como ocorreu com os demais suportes, passa por um processo de amadurecimento e busca de linguagens próprias, durante o qual prevalecem modelos importados de suportes mediáticos anteriores. O presente artigo pretende registrar, a partir da análise descritiva dos formatos impresso e *web* das revistas *Boa*



Forma e Tpm, algumas das experimentações e transformações que estão ocorrendo no jornalismo de revista.

Jornalismo de revista

Para compreender a adaptação de um meio impresso para o meio digital é necessário, anteriormente, apontar as características desses dois meios. O jornalismo de revista difere do modelo de jornalismo diário, publicado tanto no meio impresso como no meio digital, e essas diferenças são cruciais para compreender de que forma a adaptação será realizada.

Segundo SCALZO (2003), as características mais importantes que diferenciam o jornalismo de revista e o jornalismo diário são a periodicidade, o formato e o público. As revistas de informação são semanais ou quinzenais, as revistas especializadas são, geralmente, mensais, o que exige rotinas de produção, apuração e redação de textos jornalísticos diferentes do jornalismo diário. Ao transpor essa característica para o meio digital, a atualização também se processa de modo distinto. Em um primeiro momento do webjornalismo, as notícias instantâneas e a atualização contínua eram o que mais impressionavam por sua característica de instantaneidade. As sessões “notícias de última hora” não estão presentes e não se fazem necessárias em páginas de revistas especializadas. A atualização da versão *web* de uma revista está vinculada à publicação da versão impressa. A atualização também reflete-se na forma de produção dos textos. Perdendo o caráter da atualidade da notícia, o texto do jornalismo de revista é mais elaborado e interpretativo, sem vincular-se a obrigatoriamente à atualidade.

Outra característica marcante no formato da revista e que a diferencia dos jornais é a segmentação de seu público, e por consequência, dos assuntos veiculados. Existem revistas femininas, de esportes, de moda, de focos etc. O vínculo entre o produto jornalístico e seu consumidor é mais próximo e pessoal do que um jornal diário, a interação aproximada entre eles se faz necessária e o meio digital potencializa essa característica através do conceito de interatividade. O produtor de revistas é mais preocupado com seu público e suas particularidades do que com a atualidade da informação.

Características e Potencialidades do Webjornalismo



Uma adaptação bem sucedida e funcional de um produto impresso para o meio digital não depende somente de ser fiel às características do meio originário. As novas tecnologias da comunicação desenvolveram características próprias e potencialidades que fazem um produto jornalístico ser ao mesmo tempo agradável e funcional para o usuário, sem perder a identidade do produto original.

De acordo com Palácios (2002) as ferramentas, ou características do webjornalismo são a multimídia, a hipertextualidade, a atualização contínua, a personalização, a interatividade e a memória.

A hipertextualidade é a característica que possibilita a navegação por meio de diversos textos, através de linkagens e em diversos formatos midiáticos, como textos, vídeos, imagens. O hiperlink é o que dá a possibilidade ao usuário de meios digitais escolher os seus próprios caminhos no momento de consumir a informação e, também, é o que permite o acesso às outras características do webjornalismo, como a multimídia, a interatividade e a memória. A multimídia é a união de vários recursos midiáticos em um mesmo texto. Um texto multimídia pode apresentar texto, imagens, sons, vídeos e programas executáveis.

A interatividade é a forma de interação entre o leitor e o produtor da notícia. Para uma página ser interativa não basta que o usuário interaja com o conteúdo do site, mas que haja interação entre usuários e a equipe que o produz.

A personalização é a característica que permite ao usuário selecionar aquilo que deseja consumir, formatando o veículo de acordo com suas preferências. Muitas páginas dão possibilidade ao usuário de pré-selecionar os assuntos de acordo com seus interesses e também de escolher a forma como o site se apresenta visualmente.

No jornalismo online a atualização das notícias pode ser constante. Essa é uma das potencialidades do novo meio. A atualização contínua inseriu no jornalismo a noção de “tempo real”. A memória se refere à capacidade de armazenamento de informações do meio digital. Através de banco de dados, é possível armazenar e disponibilizar a memória da própria publicação como fonte de informação.

No entanto, como afirma Luciana Mielniczuk (2003), as seis características do webjornalismo não são utilizadas de maneira uniforme entre publicações distintas, nem são utilizadas de maneira equilibrada dentro da mesma publicação. É preciso atentar para o fato de que existem espaços diferenciados para o tratamento da informação jornalística dentro do webjornal, de acordo com o tipo de informação, a quantidade de espaço a ela atribuída e a característica mais explorada.



Gerações do Webjornalismo

Segundo as definições de Pavlik (2001), Silva Jr. (2002) e Palácios (2002) podemos classificar o webjornalismo em três estágios ou gerações, usando como critério de definição a maneira como esses sites utilizam as potencialidades do meio digital. O que define em que geração um site está inserido, ou até mesmo se o site apresenta características de gerações distintas, é a forma em que empregam o seu conteúdo utilizando as características e potencialidades do jornalismo digital.

As gerações do jornalismo na *web* são:

a) Webjornalismo de primeira geração: Inicialmente os produtos disponibilizados na *web* eram reproduções de suas versões impressas que utilizavam a Internet para a sua veiculação, o conteúdo era simplesmente transcrito.

b) Webjornalismo de segunda geração: As publicações começam a explorar as potencialidades do novo ambiente, tais como *links*, e-mails e recursos oferecidos pelo hipertexto. Mas, ainda, a versão impressa é usada como referência para a elaboração da versão para a *web*.

c) Webjornalismo de terceira geração: Os sites jornalísticos passam a extrapolar a idéia de uma mera transcrição de conteúdos noticiosos impressos para a Internet, utilizando efetivamente as ferramentas disponíveis na *web*.

Apresentação dos produtos: revistas Boa Forma e TPM

O jornalismo impresso, seja ele de revista ou não, segue normas básicas de publicação de notícias. Cada veículo de comunicação possui um manual de redação próprio, no qual são normatizados seus critérios de produção e de edição, conforme o padrão editorial do veículo.

A revista *Tpm* é uma publicação mensal da Editora Trip, voltada para o público feminino, que engloba assuntos relacionados à cultura, comportamento e informação. Nas palavras a própria editora, a revista *Tpm*, lançada em maio de 2001 e com tiragem de 40 mil exemplares, tinha “a pretensão de suprir em curto prazo a enorme demanda que existia por parte das mulheres brasileiras com mais acesso a cultura e à informação, maior poder aquisitivo e insatisfeitas com o tratamento a elas dispensado pela maioria das publicações femininas do país” (Institucional Trip Editora, 2008). A revista *Tpm* já



foi criada com uma versão web, hospedada primeiramente no Portal IG, e, desde agosto de 2005, no Portal UOL.

A revista *Boa Forma*, por sua vez, é uma publicação mensal da Editora Abril, também voltada para o público feminino, que engloba assuntos de saúde, estética, *fitness* e nutrição. De acordo com o site da Editora Abril, a *Boa Forma* é “a revista que mais entende de beleza. Ao abordar assuntos como alimentação saudável, exercícios e qualidade de vida, ela ajuda a leitora a entrar em forma, emagrecer, cuidar da pele, do cabelo e prevenir doenças, propondo um estilo de vida mais saudável em todos os sentidos” (PubliAbril, 2009). A publicação tem uma tiragem de 255.615 exemplares.

Como ainda não estão normatizados, os sites de produtos jornalísticos seguem, em geral, os manuais de redação das empresas de comunicação à qual estão vinculados. No entanto, notícias online requerem o uso de alguns elementos próprios da *web*.

Sobre a observação das versões web

Na análise que segue, dos sites das revistas *Boa Forma* e *Tpm*, foram observados os seguintes pontos:

1. Periodicidade: a atualização dos sites e sua relação com aquela das revistas impressas.
2. Editorias: se há a manutenção das editorias da versão impressa ou a criação de novas editorias exclusivas para o site.
3. Produção de conteúdo: se há transposição da versão impressa ou criação de conteúdo exclusivo para o site.
4. Análise de conteúdo exclusivo: se trata-se de aprofundamento das matérias da versão impressa ou conteúdo desvinculado das mesmas.

Análise Descritiva: site da revista *Tpm*

No que diz respeito à atualização, o site é atrelado à periodicidade da revista. O fato de não ter atualização contínua não é um empecilho, pois isso é característica do gênero revista, e difere, portanto, do que é feito em versões *web* de jornais. No entanto, as novas matérias são disponibilizadas aos poucos na versão *web*. Em alguns casos, próximo ao lançamento de uma nova edição, algumas matérias ainda não estavam no ar ou apresentavam links quebrados – que possuem chamadas na página, mas, sem conteúdo disponibilizado, não levam o navegador a lugar algum – o que representou um problema grave para a navegação na página.

Dos dois blogs vinculados ao site, *Blog Arma-Zen e Blog da Redação*, apenas o último era atualizado com frequência, chegando a ter mais de uma postagem diária. No outro, houve apenas oito postagens durante todo o ano de 2008, sendo uma em dezembro, duas em novembro, uma em outubro, duas em agosto, uma em maio e uma em janeiro. Nesse caso, há um problema grave de atualização, pois, diferentemente da produção e da publicação das revistas, os blogs, apesar de não possuírem periodicidade fixa, devem manter-se sempre atualizados, ou correm o risco de provocar desinteresse por parte leitor que, ao buscar novas notícias e textos, não encontra nada.

Quanto às editorias e seções, no menu do site não aparecem todas as que constam na revista. Na revista impressa, as matérias se dividem nas editorias *Vermelhas*, *Amigo-do-amigo*, *Perfil*, *Por Ai*, *Ensaio*, *Magazine*, *Badulaque*, *Bazar* e *Reportagem*; nas seções *Editorial*, *cartas@revistatpm.com.br*, *No Site* e *Editora Convidada Especial*; e nas colunas *No Divã*, *Coluna do Meio* e *Pra Fechar* (que, no site, aparecem todas reunidas em *Colunas*).

Até dezembro de 2008, na versão web, elas se organizavam nas seguintes seções/editorias: *Edição da vez*, *Magazine*, *Badulaque*, *Bazar* e *Colunas*, que apareciam nos botões do menu principal, na home. No entanto, na página *Edição da Vez*, que serve de índice, aparecem listadas como “seções fixas” de *Tpm*: *Editorial*, *Páginas Vermelhas*, *Ensaio*, *Reportagem*, *Moda*, *Perfil*, *Colunas*, *Badulaque*, *Bazar* e *Magazine*; em cada uma delas, pode-se acessar tanto conteúdos da edição atual, quanto o de anteriores. As matérias das editorias/seções não contempladas pelo menu do site vinham soltas na home ou constavam no índice da edição, só podendo ser acionadas através desses dois links. Por sua vez, em cada seção/editoria do site havia uma lista com as matérias ali publicadas anteriormente.

O conteúdo das matérias foi, nas edições do segundo semestre de 2008, integralmente transposto da versão impressa da revista, e, em algumas delas, houve conteúdo exclusivo adicional. Quanto aos conteúdos exclusivos, podiam ser de dois tipos: a) conteúdo adicional vinculado a matérias da versão impressa, identificadas pelo logo *Tpm+*; b) conteúdos desvinculados das matérias do formato impresso, encontradas no site em *Notas*, na editoria *Magazine*.

No que se refere ao design das páginas, a diagramação das matérias, no site da revista *Tpm*, era idêntica à da versão impressa. As páginas foram dispostas da mesma maneira, incluindo texto, cores e fotos. E seguindo a mesma numeração da revista, como pode ser visto nas imagens abaixo.

não havia conteúdo nessas seções, deixando um grande vazio nas páginas, como se pode observar nas figuras 3 e 4.



3.

Página da seção *Meg Riot*, salva no dia 15/10/2008.



4.

Página da seção *Ask Sil*, salva no dia 15/10/2008.

Foi observado também, nas matérias, poucos ou nenhum recurso multimídia. Não houve a presença de infográficos, por exemplo. No máximo, houve podcasts (por exemplo, na edição #80) e vídeos (em sua maioria, *making off's* de ensaios fotográficos da revista). Não foram observadas possibilidades de personalização da página por parte do usuário.

Análise descritiva: site da revista *Boa Forma*

A atualização do site da revista *Boa Forma* está atrelada à periodicidade da revista. Assim que uma nova edição chegava às bancas, o site é atualizado com matérias referentes a essa edição. O design do site não foi modificado a cada publicação. As cores, o formato e a estrutura do site continuaram os mesmos, o que aconteceu foi a substituição de fotos e chamadas para as das novas matérias da revista, como está apresentado nas imagens abaixo.



5.

Capa da Revista Boa Forma -
Edição de Novembro de 2008



6.

Página inicial do site –
Novembro de 2008

A revista *Boa Forma* é dividida em seções e editorias fixas, e somente as seções e editorias que são destaque no índice da revista impressa estão presentes no site. As seções e editorias presentes no índice da revista impressa são: *Garota da capa*, *Especial*, *Dieta e Nutrição*, *Fitness*, *Beleza*, *Bem-estar e Saúde*. As matérias presentes nessas seções e editorias estão transpostas de modo completo na versão online.

A estrutura do site se configura da seguinte maneira: na página principal são apresentados links para as seções que estão presentes na Revista (*Dieta e Nutrição*, *Receitas Light*, *Beleza*, *Saúde*, *Fitness*, *Famosas*, *Bem-estar*, *Desafio da Balança e Revista*). Ao clicar em um desses links, abrem-se mais opções de conteúdos que são produzidos exclusivamente para o site.



Na seção *Revista* é onde a referência à edição impressa e ao seu conteúdo é mais visível. Essa página se apresenta da mesma maneira como o índice da revista e tem links para as matérias completas. Todas as outras seções funcionam como memória da publicação. Por exemplo, a seção *Famosas* tem links para todas as fotos e matérias das celebridades que foram capa da publicação. Nesse caso, o vínculo com a edição que está nas bancas é secundário.

Além do conteúdo atrelado diretamente à revista, o site apresenta bastante conteúdo exclusivo. Existem dois tipos de conteúdo exclusivo no site: conteúdo adicional vinculado às matérias da versão impressa, que são complementações anunciadas na revista, e conteúdos criados especialmente para o site e sem vinculação direta com as edições impressas, que incluem Blogs, Esportes de aventura, seções com respostas de especialistas etc.

O site investe na relação com seu leitor. Os mecanismos de interatividade são utilizados para aproximar as leitoras do conteúdo oferecido, como nas seções *Minha Dieta*, *Conte Calorias*, *Enquetes*, *Bate-Papo*, *Concursos*. A presença das leitoras da *Boa Forma* na edição impressa da revista é recorrente, através de depoimentos ou opiniões na seção de leitores, o que não poderia deixar de acontecer na versão online.

Em relação à multimídia o site da revista é recheado com conteúdos adicionais, sendo eles feitos exclusivamente para o site, ou complementando matérias da revista impressa. O site tem uma página especial que agrega todos os vídeos disponíveis, além das fotos, em sua seção *Multimídia* que ainda conta com *podcasts* e material para celular.

Tpm, Boa Forma e as gerações do webjornalismo

Tomando como critérios de análise as potencialidades do meio e a forma como os veículos as utilizam, enquadraremos, a seguir, as revistas *Boa Forma* e *Tpm* nas gerações de desenvolvimento do webjornalismo.

A partir do uso das potencialidades da internet é possível afirmar que o site da revista *Boa Forma* se encontra na segunda geração do webjornalismo. Apesar de as matérias ainda serem transcritas de modo integral, da mesma maneira como se apresentam na versão impressa, o número de links para conteúdo complementar é significativo, a hiperlinkagem fornece outras oportunidades de leitura para o usuário. Os recursos multimídia utilizados são abundantes, bem organizados e além de se referirem às matérias da edição impressa apresentam conteúdo novo e pertinente à



publicação. Além de fotos e vídeos, o site apresenta recursos de organização desse material multimídia, catalogados por assuntos e de fácil exibição, pois estão na plataforma *flash*.

A interatividade também está presente de modo marcante, através das seções *Minha Dieta* e *Conte Calorias*. Os usuários podem inserir informações pessoais e obter informações personalizadas, o que também enquadra o site no conceito de personalização. A memória é outra característica presente, pois, como mencionado anteriormente, cada seção do site funciona como um banco de dados das diversas matérias anteriormente publicadas na revista.

A versão impressa ainda é usada como referência, mas não é possível afirmar que o site seja mera transposição. Diversos recursos são utilizados, a periodicidade é seguida e as características que fazem a *Boa Forma* cativar o seu público são mantidas e melhoradas na versão online, utilizando os recursos multimídia disponíveis.

No que diz respeito à revista *Tpm*, pode-se afirmar que seu site se encontrava, no período observado, na segunda geração do webjornalismo, pois, apesar de utilizar recursos multimídia e de hipertexto, os mesmos eram timidamente explorados. O número de links utilizados nas páginas, para conteúdo complementar, foi pequeno, oferecendo pouca ou nenhuma oportunidade de leitura hipertextual para o usuário. Houve pouca exploração de recursos multimídia. Basicamente, a utilização de imagens (transpostas da versão impressa) e a produção de alguns vídeos e *podcasts*, como conteúdo exclusivo do site, podendo ou não complementar matérias.

Além disso, as matérias foram transcritas de modo integral, utilizando inclusive a mesma diagramação da versão impressa – outra característica do webjornalismo de segunda geração. A memória foi explorada, pois o site da revista *Tpm* arquiva conteúdo de acordo com a periodicidade de suas edições impressas. Como já foi dito antes as seções do site funcionam como um banco de dados das matérias, reportagens e colunas anteriormente publicadas na revista.

Conclusões

Após realizar a análise das revistas *Boa Forma* e *Tpm*, observamos que os sites criados a partir de revistas impressas geralmente produzem e, principalmente, arquivam conteúdo de acordo com a periodicidade de suas edições impressas. Como



explica Marília Scalzo (2003), os redatores de jornalismo de revista podem e devem fazer um texto mais elaborado, que não está preso à factualidade e urgência dos eventos.

No entanto, o que se pôde perceber é que as matérias presentes nos sites das revistas analisadas são, em sua maioria, transpostas da versão impressa, havendo pouca ou nenhuma produção de matérias para veiculação exclusiva na versão *web*. O fato de essas revistas transporem os conteúdos de suas versões impressas não seria um problema, afinal, como já foi mencionado, os sites das revistas servem também como memória de suas versões em papel.

Podemos inferir que as diferenças no uso dos recursos do webjornalismo se dão por conta do diferente tipo de relação que essas publicações têm com seu público, e, principalmente, pelos tipos de serviços que elas oferecem.

A revista *Boa Forma* é especializada em beleza e *fitness*. Seu conteúdo concentra-se basicamente em dicas de beleza, dieta e exercícios. Portanto, o seu site oferece também esse tipo de conteúdo. Desse modo, os recursos multimídia se fazem mais necessários para possibilitar a exibição de fotos, vídeos e os recursos de interatividade. A revista impressa oferece aulas de exercícios, que são publicadas com fotos, portanto, na versão online, esse tipo de conteúdo também é oferecido, como conteúdo extra ou simplesmente transposto da revista.

A interação entre leitor e produto, nesse tipo de publicação, também se faz mais necessária. A *Boa Forma* aproxima as suas leitoras de sua edição impressa, com as seções: *Fala Comigo*, *Interativa*, *Interativa.com*; onde as leitoras estão presentes, seja com opiniões ou até depoimentos de como utilizaram as matérias e dicas presentes na revista. Esse tipo de aproximação, na versão online, se faz presente com recursos de interatividade, como *Minha Dieta e Conte Calorias*. O site se torna tão utilitário quanto sua versão impressa se dispõe a ser.

Por outro lado, a revista *Tpm* trata de assuntos relacionados a cultura, comportamento e informação, que interessem especificamente às mulheres, seu público alvo. Não é um guia de cultura e arte, como a revista *Bravo!*, nem uma publicação de serviço, como as de beleza e saúde. O que explica, em parte, a não utilização de recursos como os multimídia, pois o objetivo principal da revista é informar. Sendo assim, deveria oferecer, portanto, mais conteúdos extras, com informação adicional sobre os temas abordados em suas matérias e reportagens, para que a leitora possa buscar conteúdo adicional e a informação não se esgote na matéria.



É fundamental, contudo, que haja também a produção de matérias e reportagens exclusivas para a versão *web*. A produção desse tipo de conteúdo – e não apenas de material multimídia – constituiria um maior aproveitamento das potencialidades da *web*, pois as matérias já seriam produzidas levando em conta as características específicas desse meio.

Referências bibliográficas

DÍAZ NOCI, Javier. **La escritura digital: Hipertexto y construcción del discurso informativo em el periodismo electrónico**. Bilbao. Universidad Del País Basco, 2002.

MIELNICZUK, L. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. In: PALÁCIOS, Marcos; MACHADO, Elias (Org.). Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.

PALÁCIOS M. **Hipertexto, Fechamento e o Uso do Conceito de Não-Linearidade Discursiva**. In: MACHADO, Elias & PALÁCIOS, Marcos (Orgs). Modelos do Jornalismo Digital. Salvador: Editora Calandra, 2003.

PALÁCIOS M. **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória**. In: MACHADO, Elias & PALÁCIOS, Marcos (Orgs). Modelos do Jornalismo Digital. Salvador: Editora Calandra, 2003.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

SILVA JR., José Afonso. **A relação das interfaces enquanto mediadores de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso**. Trabalho apresentado no XI Encontro Anual da Compôs. Rio de Janeiro 2002.