



Características do Webjornalismo: Uma Análise do DC Online em 2006 e 2009 ¹

Marlon Sandro Lesnieski²

Universidade do Oeste de Santa Catarina – Campus Joaçaba

Resumo

A internet, o ciberespaço, as redes de informação e a interação mediada por computador são assuntos contemporâneos no que se chama sociedade da informação, dentro dessas temáticas de pesquisa está o webjornalismo, um canal de informação com características próprias e intrínsecas ao meio em que está inserido. Este artigo busca realizar uma análise comparativa do webjornal Diário Catarinense em dois momentos distintos, primeiramente em uma coleta de dados realizada em outubro de 2006 e posteriormente em março de 2009, para avaliar como são empregadas as características de interatividade, memória, hipertextualidade, multimídia, customização e não periodicidade na produção de conteúdo deste webjornal.

Palavras-chave: Webjornalismo; Internet; Diário Catarinense; Características.

Webjornalismo: Transpositivismo, Metáfora e Jornalismo Hipermediático.

O webjornalismo é a produção de informação jornalística destinada à internet, esta categoria de jornalismo começou a se desenvolver juntamente com a rede mundial de computadores, estando ligada diretamente com as características tecnológicas dos softwares e de equipamentos disponíveis.

As primeiras experiências no sentido de disponibilizar informações jornalísticas na internet datam de 1970, segundo Galarça (2006) “as notícias enquanto produção jornalística começaram a fazer parte da rede quando o The New York Times disponibilizou informações online, com o New York Times Information Bank”. É certo que nesse momento as tecnologias ainda não proporcionavam toda a liberdade e diversidade que a internet disponibiliza hoje, e que a rede era exclusividade de uma minoria que possuía acesso, mas essas primeiras experiências foram fundamentais para o desenvolvimento do webjornalismo que conhecemos hoje. No Brasil a primeira tentativa de disponibilizar material jornalístico na rede foi do Jornal do Brasil como cita

¹ Trabalho apresentado nas Divisões Temáticas, na Divisão Temática de Comunicação Multimídia, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Graduado em Comunicação Social – Rádio e Televisão. Especialista em Criação e Produção em Comunicação. Editor da rádio educativa Unoesc FM e docente do curso de Comunicação Social da Universidade do Oeste de Santa Catarina, Campus Joaçaba. Email: marlon.lesnieski@unoesc.edu.br.



Galarça (2006) “a primeira experiência brasileira data de 1995, quando o Jornal do Brasil implanta o JB Online”.

Os primeiros bancos de dados que disponibilizaram conteúdo jornalístico na rede, como o The New York Times nos EUA e o Jornal do Brasil, não tinham como público-alvo uma grande quantidade de pessoas, devido ao fato de que em ambos os casos esses serviços eram direcionados para públicos segmentados, para Mielniczuk:

Antes da invenção do World Wide Web, a rede já era utilizada para a divulgação de informações, porém os serviços oferecidos eram direcionados para públicos muito específicos e funcionavam através da distribuição de e-mails, de boletins disponibilizados através do Gopher ou de recursos semelhantes. (2001).

Vários fatores contribuíram para o desenvolvimento lento do webjornalismo no mundo, essa nova forma de jornalismo dependia do desenvolvimento tecnológico do meio internet, o que veio a ocorrer somente durante a década de 90 graças a utilização comercial da web, por consequência, todos os modelos de interface adotados durante as décadas de 70 e 80 são considerados experimentais. No Brasil, o desenvolvimento do webjornalismo também se consolidou seguindo o desenvolvimento da internet, o que aconteceu a partir do final da década de 90.

Nestes dezenove anos de desenvolvimento e pesquisas em torno do webjornalismo, podemos destacar algumas fases bem distintas que caracterizam esse meio. O primeiro momento em que se encontrou o webjornalismo foi o transpositivismo, que nada mais era que a transposição do conteúdo do jornal impresso para a internet, sem nenhuma alteração. Esse método de transpor o conteúdo do meio impresso para o meio digital compromete muito algumas características da internet, para Silva Júnior:

...muitos veículos apenas transformaram – e ainda o fazem – suas edições impressas diárias em conteúdo disponível na rede. Tais publicações abrem mão de uma série de características do novo meio, como tamanho do texto para uma publicação online, atualização do conteúdo, o design gráfico da página e sua estrutura de links e sub-links e, fundamentalmente, a qualidade de navegação que o próprio site apresenta. (Silva Júnior *apud* Galarça 2006).

O transpositivismo é visto como uma tentativa de fornecer informações jornalísticas ao grande público da rede mundial de computadores sem pensar nas possibilidades que o meio lhe proporcionava, para Mielniczuk (2001) “o que era chamado então de jornal online não passava da transposição de uma ou duas das



principais matérias de alguns editoriais. Esse material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso.”

As principais características do transpositivismo são o de disponibilizar as versões dos jornais a todas as pessoas, independente do local onde elas estivessem, ou seja, não haveria mais problemas com a distribuição já que o conteúdo poderia ser acessado em qualquer lugar; distribuição instantânea; rapidez e baixo custo de publicação; facilidade de visualização; facilidade de impressão, Lopes afirma que:

É consensualmente aceito que as potencialidades da internet não se confinam à possibilidade de transpor uma edição tradicional de um jornal para o modelo on-line. Ainda que esta seja, por si só, uma mais-valia se considerarmos que alguns leitores não têm acesso a certos jornais, muitas vezes pela distância que não favorece a sua distribuição, as contribuições realmente significativas apresentam-se num leque alargado. (2000, p.323)

Após a fase transpositivista, houve um momento em que os webjornais começaram a utilizar links para outras áreas do site e e-mails para estabelecer uma relação com o leitor, experimentando usar algumas características próprias da internet na produção de conteúdo jornalístico, essa nova etapa foi denominada de metáfora, para Mielniczuk (2001):

Nesta fase, mesmo sendo meras cópias do impresso para a web, começam a surgir links com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser utilizado como possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debate.

Foi durante esta fase que houve uma popularização dos webjornais e a criação de novas linguagens para a internet, começam a surgir também os grandes portais de conteúdo, como o TERRA e o UOL. Do mesmo modo que vão se desenvolvendo as novas interfaces para a rede, as tecnologias aplicadas à internet também dão um salto como a criação da banda larga e o desenvolvimento de computadores com maior capacidade e agilidade para acessar as informações disponibilizadas na web.

Como consequência da utilização das novas tecnologias e novos sistemas da informação surge uma forma diferente de se fazer webjornalismo, desta vez, utilizando-se dos recursos disponibilizados pelo meio, o webjornalismo hipermidiático.

É nesse momento que se busca criar conteúdos jornalísticos voltados para a plataforma web, esse momento é destacado por Galarça (2006) porque “privilegia a criação e desenvolvimento de conteúdo exclusivo para a rede e suas implicações



hipermídia”. O webjornalismo hipermediático representa a necessidade de se criar conteúdos exclusivos para internet, utilizando todas as ferramentas por ela disponibilizadas para que haja uma maior interatividade com o público que se deseja atingir. Para Mielniczuk (2001) “este momento também corresponde a um estágio mais avançado de toda uma estrutura técnica relativa às redes temáticas e aos microcomputadores pessoais, permitindo a transmissão mais rápida de sons e imagens”. A fase hipermediática do webjornalismo é a que estamos vivenciando hoje, é um modelo ainda incompleto de jornalismo, que vai se alterando conforme a necessidade do público e conforme o desenvolvimento de novas tecnologias direcionadas à internet.

O desenvolvimento do webjornalismo hipermediático pela maioria dos portais de informação não representou o fim do modelo transpositivista, que continua sendo utilizado por alguns grupos de comunicação como ferramenta para divulgar as informações disponibilizadas na versão impressa de seus periódicos, mas seja qual for o modelo adotado para se produzir o webjornalismo é importante ressaltar que essa maneira de informar o público já esta consolidada, para Targino (1999, p.93) “o periódico eletrônico representa um caminho sem volta.”

Características do Webjornalismo.

Para conseguirmos compreender a análise a que se propõe esse artigo, precisamos compreender de que maneira é produzido o webjornalismo e quais são as suas principais características.

As características do webjornalismo representam todas as possibilidades que a internet proporciona aos webdesigners e para os jornalistas com o propósito de maximizar o aproveitamento dos recursos da rede, isso não significa que todos os webjornais devem dispor dessas características e utilizar todas elas, já que cada grupo jornalístico possui seu projeto editorial próprio, definido dentro dos parâmetros a que se propõe o veículo.

As principais características citadas por Mielniczuk, baseando-se nas características estabelecidas por Bardoel e Deuze (2000) e Palacios (1999), são: interatividade, customização do conteúdo, hipertextualidade, multimídia e memória.

A interatividade é uma relação que se estabelece com o leitor através de e-mails, fóruns e posts, com o objetivo de fazer com que o receptor participe do processo de construção da narrativa jornalística, para Rocha (2000, p.87):

As mídias tradicionais sempre tiveram algum tipo de interação, como nas seções de cartas de jornais e TVs e nos telefonemas para programas de rádio (talk radio). Mas no jornalismo on-line a interação atinge seu ponto máximo, o leitor pode escolher vários "caminhos" para ler notícias. Na web, o leitor pode enviar formulários com comentários sobre uma notícia e ver suas observações colocadas imediatamente à disposição de outros leitores e também pode participar de votações sobre temas polêmicos.

Ainda dissertando sobre interatividade, Mielniczuk (2002) cita que “não se pode falar simplesmente em interatividade e sim em uma série de processos interativos. Adota-se o termo multi-interativo para designar o conjunto de processos que envolvem a situação do leitor de um jornal na web”. Então, conclui-se que quando falamos em interatividade estamos tratando de uma série de ferramentas que proporcionam ao leitor a possibilidade de participar de um determinado processo comunicativo.

A hipertextualidade segundo Palacios (2006) “possibilita a interconexão de textos através de links (hiperligações)”. É utilizando os recursos da hipertextualidade que se torna possível direcionar o leitor para a complementação da notícia como notas, imagens, sons e vídeos. Segundo Manta:

Em um jornal ou revista digital, um bom uso do hipertexto é a disponibilização de links nas matérias para outros sites na Internet onde o leitor possa encontrar informações mais detalhadas sobre os assuntos do seu interesse. Desta forma, por exemplo, em um texto sobre o lançamento do mais recente disco de um banda de rock inglesa, o editor pode disponibilizar um link para a home page oficial da banda, outro para a gravadora e um terceiro para que o leitor escute trechos das músicas do novo disco. (2006)

Esta leitura não linear é de fundamental importância para a construção de uma linguagem para o webjornalismo, pois possibilita rapidez e agilidade na leitura das notícias, além de poder fornecer um apelo visual muito grande com a utilização de imagens e gráficos para complementar certas matérias.

A personalização ou customização do conteúdo é a possibilidade de selecionar um conteúdo jornalístico exclusivo para cada indivíduo, segundo Mielniczuk (2006) “também denominada de personalização ou individualização, consiste na existência de produtos jornalísticos configurados de acordo com os interesses do usuário”. A importância da customização é ressaltada por Canavilhas (2006):



Através de cookies ou de escolhas feitas pelo utilizador na hora da assinatura do serviço, o webjornal pode transformar-se num informativo pessoal que embora disponibilize a informação mais importante a cada momento, garanta uma primeira página onde se destaquem as áreas de interesse do utilizador.

As primeiras tentativas de se customizar as notícias foram as de enviar por e-mail as matérias que mais interessassem ao leitor, hoje existem empresas especializadas nesse tipo de produção jornalística e se dedicam exclusivamente a esse segmento.

Outra característica muito importante no webjornalismo, é a capacidade de convergência ou multimídia, que significa a convergência de outros formatos já tradicionais de mídias como imagem, texto e som nas notícias veiculadas nos webjornais, para Mattoso (2006):

A convergência entre texto, imagem e som tem sido a marca desse novo jornalismo que surge no final do século XX e início do século XXI. Por reunir e explorar todas as potencialidades dos demais meios, o jornalismo digital representa uma revolução no modelo de produção e distribuição das notícias. Somando as características do rádio, do jornal impresso e da televisão e transformando-os em recursos multimídia, o webjornalismo poderá alcançar horizontes nunca antes vislumbrados pelos outros veículos de comunicação.

A convergência de outras mídias na internet é um fator crucial para poder criar uma leitura não linear das informações, essa ação é explicitada por Canavilhas (2006):

...perante um texto ou imagem se verifica imediatamente uma associação mental entre os dois campos. Assim, a disponibilização de um complemento informativo permite ao indivíduo recorrer a ele sem que isso provoque alterações no esquema de percepção da notícia. Esta estrutura narrativa exige uma maior concentração do utilizador na notícia, mas esse é precisamente o objetivo do webjornalismo: um jornalismo participado por via da interação entre emissor e receptor.

É graças a convergência de outras mídias que se pode dar legitimidade e credibilidade as informações jornalísticas e se criar um feedback realmente efetivo entre leitor e webjornalista.

A última característica citada por Mielniczuk é memória, esta trata da capacidade de armazenamento de informações já veiculadas que o webjornal disponibiliza para seus usuários. Esta característica pode ser percebida através do uso de banco de dados específicos para cada editorial do webjornal, segundo Palacios (2006):

A acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias. Desta maneira, o volume de informação anteriormente produzida e diretamente disponível ao Utente e ao Produtor da notícia é potencialmente muito maior no jornalismo online, o que produz efeitos quanto à produção e recepção da informação jornalística...



A memória é uma característica muito importante, pois fornece ao usuário da internet uma fonte de pesquisa de informações jornalísticas de total relevância, já que nem todos tem acesso ao jornal impresso veiculado no dia anterior, tão pouco uma versão impressa há mais de três meses. Esta característica tem uma função social importante, pois possibilitará que no futuro as pesquisas históricas disponibilizem de um acervo jornalístico infinitamente maior do que disponibilizamos hoje, e com a qualidade de quando foi produzido.

Uma característica que não foi citada por Mielniczuk, mas que também é interessante ser lembrada é a não periodicidade, esta é a qualidade que o webjornal tem de poder ser atualizado constantemente, podendo fornecer a notícia praticamente no momento em que acontece, para Canavilhas (2006):

O webjornal não deverá ter periodicidade. A atualização é constante e os destaques de primeira página estão em constante mutação. Se os acontecimentos não tem periodicidade, as notícias também não. Por estar online, o webjornal está acessível à escala global, a utilizadores de diferentes fusos horários e, portanto, não se justifica acorrentar a cadência noticiosa ao ciclo biológico das pessoas que o utilizam.

A análise das características do webjornalismo hipermidiático é de fundamental importância para podermos estabelecer um padrão de estudo analítico dos webjornais existentes hoje na internet e também para realizarmos estudos de caso sobre os elementos constitutivos da linguagem do webjornalismo, seja ele transpositivo ou hipermidiático.

Objeto de Estudo: Diário Catarinense online.

O Diário Catarinense online é um webjornal pertencente ao grupo RBS, foi lançado no ano de 2000 juntamente com o portal ClicRBS com o objetivo de disponibilizar na internet as informações veiculadas na versão impressa do Diário Catarinense.

Segundo informações institucionais encontradas no portal ClicRBS o número de acessos do Diário Catarinense online é de 365.785 acessos por mês, os usuários cadastrados na página chegam a 130.048. Através de pesquisa realizada pelo portal ClicRBS, com os usuários cadastrados com amostragem de 100%, podemos definir o público que acessa o DC on-line. A metade deste público tem de 15 a 29 anos de idade, cerca de 70% são homens e 88% são de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul.



Análise Comparativa das Características do Webjornal DC online: 2006 e 2009.

O objetivo deste artigo é realizar um estudo comparativo do Diário Catarinense online em dois períodos diferentes, a primeira análise foi realizada de 04 á 10 de outubro de 2006, e a segunda de 23 á 30 de março de 2009, onde foram coletadas diversas informações para demonstrar as mudanças ocorridas na produção deste webjornal no que diz respeito à convergência, memória, personalização, hipertextualidade e não periodicidade.

Multimedialidade.

A multimídia é uma característica fundamental na internet, já que esse meio proporciona a utilização de inúmeros formatos como áudio, vídeo, entre outros. Na primeira análise realizada em 2006 percebe-se que não existia convergência ou multimídia no DC online, o periódico só utilizava os formatos de texto e imagens para transmitir as informações produzidas, não havia nenhum link para vídeos ou áudios que pudessem complementar as notícias veiculadas.

Assim podemos afirmar que em 2006 o DC online ainda não utilizava nenhum recurso que nos remetesse a uma multimídia expressiva, o veículo perdia um fator que poderia contribuir em muito para a contextualização de suas notícias.

Na análise realizada em 2009 percebe-se que o DC online melhorou muito sua multimídia com a utilização de vídeos das principais matérias além de utilizar o áudio como ferramenta para aprofundar algumas reportagens, principalmente as da linha editorial de esportes. Podemos perceber também a utilização de infográficos como uma ferramenta de multimídia, já que estes apresentam vários formatos como pequenos vídeos e utilização de imagens animadas.

Memória

Com relação à memória, ou seja, a capacidade que o periódico tem de disponibilizar para seus leitores informações que foram publicadas em edições anteriores, o DC online possuía em 2006 um link chamado “Edições Anteriores”, neste link era possível ler as sete últimas publicações na íntegra, fato este que limitava o acesso a notícias publicadas fora deste prazo.



Em 2009 o link “Edições Anteriores” deu lugar a um sistema de busca de notícias mais completo, ao entrar em algum editorial todos os títulos das matérias publicadas aparecem juntamente com um campo de pesquisa para notícias mais antigas, possibilitando o internauta a encontrar as informações que ele necessita independentemente de quando ela foi publicada.

Customização

A personalização do conteúdo do DC online é outra característica que não era valorizada em 2006, não existia nenhuma ferramenta que buscasse customizar o conteúdo individualmente seguindo a preferência do leitor. No segundo momento analisado o webjornal já apresentava várias ferramentas de customização como a utilização de RSS³, notícias recebidas diretamente no celular além do serviço de microblog Twitter. Esses recursos proporcionam ao usuário a possibilidade de selecionar quais matérias quer receber e em que formato (blog, mensagem de texto, microblog) tornando mais rápido o acesso a determinados conteúdos.

Hipertextualidade

Uma característica que era bem empregada na primeira análise do webjornal era a hipertextualidade, Moherdauí cita a importância da utilização de hipertextos na internet:

Por meio do hipertexto, os usuários podem recorrer a diferentes roteiros de leitura em um conjunto de palavras ou de blocos de textos. Para editar notícias na internet, é preciso renunciar ao conceito de texto unitário e substituí-lo por textos fragmentados. Isso proporciona ao leitor a escolha do nível de informação de seu interesse. (2002, p.106)

Em 2006 o periódico buscava fazer conexões entre as notícias e informações complementares através do uso de links.

Na segunda etapa da pesquisa percebe-se que este recurso continuava a ser empregado, sendo que a utilização de recursos multimídia aperfeiçoou a leitura não-

³ RSS (really simple syndication) é um recurso que permite aos responsáveis por sites e blogs divulgarem notícias ou novidades destes. Para isso, o link e o resumo daquela notícia (ou a notícia na íntegra) é armazenado em um arquivo de extensão .xml, .rss ou .rdf (é possível que existam outras extensões). Esse arquivo é conhecido como feed RSS. É uma maneira prática de receber notícias de vários sites em um único local. (www.infowester.com).

linear dos conteúdos, interligando diversos temas, proporcionando ao internauta um aprofundamento maior no cerne da notícia.

Periodicidade

A não periodicidade dos webjornais é uma das principais características que difere este meio de outros como o jornal impresso, o rádio e a televisão. A importância da atualização das informações na internet é exemplificada por Targino “o texto não é estático, ou seja, pode estar em constante mudança, o que reflete diretamente nos acontecimentos sociais que também não são estáticos”. (1999, p.91).

Na análise realizada em 2006 notava-se que o DC online possuía uma periodicidade, seu conteúdo era atualizado diariamente pela manhã, e depois não havia mais nenhuma modificação até o dia seguinte. O webjornal pecava em atualizações básicas como as tabelas do campeonato brasileiro, cadernos e até mesmo notícias de algumas editorias. Nesta questão da não atualização, quem saía perdendo era o próprio veículo, já que se fosse acessado uma única vez ao dia já iria fornecer todas as informações publicadas, ou seja, o usuário visitaria o site uma vez e não teria motivos para acessar novamente, pois o seu conteúdo não era atualizado.

Em 2009 o DC online passou a ser não periódico, ou seja, seu conteúdo é atualizado constantemente fornecendo ao internauta informações recentes sobre os acontecimentos sociais. A não periodicidade também faz com que o usuário acesse a página várias vezes para poder se manter informado sobre determinado assunto, aumentando o número de acessos ao webjornal.

Interatividade

Interatividade é a capacidade que o meio tem de manter uma relação de intercomunicação com o receptor da mensagem, ou seja, com o leitor, Moherdau (2002, p.105) afirma que “outra importante característica da internet é a interatividade, porque ela estimula os usuários a oferecer seus testemunhos, suas versões dos fatos ou sua opinião no próprio ambiente ou em um link direto com o corpo principal da matéria”.

Em 2006 existia uma seção chamada Interatividade, nesta seção encontravam-se quatro links: Enquete, Fórum, Mural e Promoção, essas eram as ferramentas que o periódico digital aplicava para tentar criar uma maior interatividade



com o leitor. No link intitulado “Enquete” eram realizadas perguntas sobre temas que faziam referência as diversas seções do periódico como política, cultura e economia, esta parte possuía uma boa visitação, já que todas as enquetes disponíveis haviam sido respondidas. No link chamado Fórum não havia nenhuma informação colocada, a página estava totalmente em branco e permaneceu assim por todos os sete dias que foram realizadas visitas ao site para coletar dados. Outro link que não possuía informações era o relacionado a promoções, nesta seção também não foi postada nenhuma promoção durante os sete dias de visitação ao site. A parte mais visitada do DC online na seção Interatividade era o Mural, neste espaço os usuários podiam contribuir comentando as notícias e fatos relevantes que aconteciam no estado, este link também trazia informações relacionadas às notícias publicadas no periódico, divididas por área como política, economia, etc.

Na análise de 2009 percebe-se que a interatividade é uma característica bem pontuada no DC online, além dos quatro links analisados em 2006 foram criadas outras ferramentas como criação de blog e microblog, e a possibilidade do internauta participar da redação enviando textos, fotos, áudios e vídeos na seção “Leitor-Repórter”. O jornalismo participativo representado por esta seção é uma tendência entre os grandes portais de informação e proporcionam um envolvimento maior entre a redação do webjornal e o usuário do mesmo, segundo Alex Primo e Marcelo Träsel “o webjornalismo participativo é um grupo de práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na Web, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe” (2006, p.10). Percebe-se que esta seção é muito utilizada pelos internautas, pois diariamente são postadas notícias produzidas com a colaboração dos usuários.

Conclusão

Podemos concluir que o modelo de webjornalismo adotado pelo DC online em 2006 era transpositivista, já que todo o seu conteúdo era transposto da versão impressa para a versão digital. Este modelo de jornalismo on-line é muito pouco utilizado pelos portais de informação, pois esse modelo tem pouca credibilidade diante do público específico da internet que busca informações atualizadas e de rápido acesso. O modelo transpositivista adotado pelo periódico na primeira análise impedia também a utilização de outras mídias o que acabava por tornar o periódico pouco atrativo e obsoleto.



Na análise realizada em 2009 percebemos que as características do jornalismo transpositivista foram abandonadas em favor do modelo hipermediático, já que este agrega mais recursos e torna mais adequada a produção de conteúdo para a internet. As mudanças refletiram não somente na produção de conteúdo, mas também no próprio layout da página que em 2006 era muito parecido com a versão impressa. No segundo momento analisado houve uma mudança que tornou o site mais bonito e com acesso fácil aos recursos disponibilizados.

Para finalizar, podemos dizer que o webjornalismo está se aprimorando cada vez mais, a utilização de vídeos, áudios, infográficos, ferramentas de interatividade e customização, além de recursos como memória, hipertextualidade e não periodicidade criam uma linguagem narrativa própria do webjornalismo que contribui para o desenvolvimento desta mídia como uma ferramenta de comunicação atual e colaborativa.

Referências Bibliográficas

CANAVILHAS, J. M. **Webjornalismo – Considerações gerais sobre jornalismo na Web**. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>>.

BARDOEL, J.; DEUZE, M. **Network Journalism**. Disponível em: <http://home.pscw.uva.nl/deuze/pul19htm>

GALARÇA, S.L.S. **Jornalismo online: como os internautas catarinenses avaliam duas propostas diferentes na Internet**. Disponível em: <http://www.walterlima.jor.br/academico/alcar/textos/midia_digital_sandro.doc>

MANTA, A. **Guia do Jornalista na internet**. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/guia/>>

MATTOSO, G.Q. **Internet, Jornalismo e Weblogs: Uma nova alternativa de informação**. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/mattso-guilherme-webjornalismo.pdf>>

MIELNICZUK, L. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf>

MOHERDAUI, L. **Guia de estilo web: Produção e edição de notícias on-line**. São Paulo: Ed.Senac, 2002.

PALACIOS, M. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm>.



PRIMO, A.; TRÄSEL, M. R. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. In: **VIII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação**, 2006, São Leopoldo. Anais, 2006.

ROCHA, J.A.M. Entendendo o jornalismo Online. In: MACHADO, Ivan Pinheiro. **Tendências na Comunicação**. Porto Alegre: L&PM Editores S/A-RBS, Ano VII, N.21, Set/Dez, 2000, p.84-94.

TARGINO, M.G. Comunicação científica na sociedade tecnológica: periódicos eletrônicos em discussão. **Comunicação & Sociedade: Telecomunicações – Jornalismo eletrônico**. São Bernardo dos Campos: Editora Umesp, N.31, Jan/Jun, 1999, p.71-98.