

JORNALISMO ONLINE, INFORMAÇÃO E MEMÓRIA:  
APONTAMENTOS PARA DEBATE

Marcos Palácios\*

## Índice

1	Rupturas, Continuidades e Potencialização . . . . .	4
2	O Lugar da Memória . . . . .	6
2.1	O Uso Efectivo da Memória . . . . .	7
3	Bibliografia . . . . .	8

### Abstract

*This paper presents some preliminary ideas concerning specific characteristics of Online Journalism, with special reference to one of them, namely Memory. It is suggested that online databases coupled with the virtually unlimited storage capacity brought about by telematic resources may affect both the process of Production and Reception of journalistic information. Suggestions are advanced concerning possible lines of analysis for further research.*

Nosso objectivo nesta comunicação é contribuir para a discussão em torno das especificidades do Jornalismo na Web através da

---

\*Pesquisador do CNPq e Professor Titular Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Actualmente em estágio pós-doutoral na Universidade de Aveiro (2002-2003), através de bolsa CAPES.

apresentação de algumas ideias preliminares relacionadas a uma das características do Jornalismo Online<sup>1</sup>, qual seja a Memória. Partiremos de uma breve descrição do que entendemos serem as características gerais do Jornalismo Online para, em seguida, assinalar possíveis consequências da introdução de recursos de Memória praticamente ilimitados propiciados pelo novo suporte<sup>2</sup> jornalístico representado pelas redes telemáticas.

Ao estudar as características do jornalismo desenvolvido para a Web, Bardeel e Deuze (2000) apontam quatro elementos: Interactividade, Customização de conteúdo, Hipertextualidade e Multimidialidade. Palácios (1999), com a mesma preocupação,

---

<sup>1</sup> Há uma discussão academicamente estabelecida (e.g. Canavilhas 1999, Gonçalves Machado 2000) em torno do uso de termos como Jornalismo Online, Jornalismo Digital, Webjornalismo, etc. Nesta comunicação utilizamos indistintamente as expressões *Jornalismo Online*, *Webjornalismo* e *Jornalismo na Web* para denominar a produção jornalística que utiliza como suporte a WWW (World Wide Web) da Internet.

<sup>2</sup> Há igualmente uma discussão academicamente estabelecida quanto à Internet ser ou não um *meio de comunicação de massa* e sobre as especificidades da comunicação na Internet (e.g. Maldonado 1998, Wolton 1999). Nesta comunicação consideramos que a dimensão de produção e consumo de informação jornalística é apenas uma das muitas actividades que têm lugar no sistema/ambiente complexo representado pelas redes telemáticas.

estabelece cinco características: *Multimedialidade/Convergência*, *Interactividade*, *Hipertextualidade*, *Personalização e Memória*. Cabe ainda acrescentar a Instantaneidade do Acesso, possibilitando a *Actualização Contínua* do material informativo como mais uma característica do Webjornalismo.

Essas seis características, que serão agora brevemente apresentadas, reflectem as potencialidades oferecidas pela Internet ao jornalismo desenvolvido para a Web. Deixe-se claro, preliminarmente, que tais possibilidades abertas pelas Novas Tecnologias de Comunicação (NTC) não se traduzem, necessariamente, em aspectos efectivamente explorados pelos sites jornalísticos, quer por razões técnicas, de conveniência, adequação à natureza do produto oferecido ou ainda por questões de aceitação do mercado consumidor. Estamos a falar, fundamentalmente, de potenciais que são utilizados, em maior ou menor escala, e de forma diferente, nos sites jornalísticos da Web.

É igualmente importante que se ressalte que não acreditamos existir um formato canónico, nem tampouco “mais avançado” ou “mais apropriado” no jornalismo que hoje se pratica na Web. Diferentes experimentos encontram-se em curso, sugerindo uma multiplicidade de formatos possíveis e complementares, que exploram de modo variado as características das NTC. Se alguma generalização é possível, neste momento, ela possivelmente diria respeito ao facto de que todos esses formatos são ainda altamente incipientes e experimentais, em função do pouco tempo de existência do novo suporte mediático representado pelas redes telemáticas.

Alguns sites jornalísticos apostam na maximização da Actualização Contínua de seu material informativo (como os jornais

de portais, a exemplo de *Último Segundo* do portal IG, em <http://www.ig.com.br>, ou o *Terra Notícias* do portal Terra, em <http://www.terra.com.br/noticias/>); outros exploram mais a Multimedialidade e a possibilidade de aprofundamento de assuntos, com a disponibilização de extensos bancos de dados visuais e sonoros (a exemplo do *MSNBC*, em <http://www.msnbc.com>, ou a edição online do semanário brasileiro *Veja*, em <http://www.veja.com.br>); outros ainda ensaiam modelos de tipo P2P, “peer to peer”, (como por exemplo o *Correspondente*, em <http://www.correspondente.net> enfatizam a dimensão da Interactividade e participação direta. O Crayon (iniciais de Create Your Own Newspaper) é um exemplo de site jornalístico baseado na possibilidade de Personalização, que funciona na Web desde seus primórdios e continua fazendo sucesso (<http://www.crayon.net>).

*Multimedialidade/Convergência* - No contexto do jornalismo *online*, multimedialidade, refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. A convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade.

*Interactividade* - Bardoel e Deuze (2000) consideram que a notícia *online* possui a capacidade de fazer com que o leitor/utente sintam-se mais directamente parte do processo jornalístico. Isto pode acontecer de diversas maneiras: pela troca de *e-mails* entre leitores e jornalistas, através da disponibilização da opinião dos leitores, como é feito em sites que abrigam fóruns de discussões, através de

*chats* com jornalistas, etc. Machado (1997) ressalta que a interactividade ocorre também no âmbito da própria notícia, ou seja, a navegação pelo hipertexto também pode ser classificada como uma situação interactiva. Adota-se o termo multi-interactivo para designar o conjunto de processos que envolvem a situação do leitor de um jornal na Web. Diante de um computador conectado à Internet e a acessar um produto jornalístico, o Utente estabelece relações: a) com a máquina; b) com a própria publicação, através do hipertexto; e c) com outras pessoas – autor(es) ou outro(s) leitor(es) - através da máquina (Lemos, 1997; Mielniczuk, 1998).

*Hipertextualidade* - Possibilita a interconexão de textos<sup>3</sup> através de *links*<sup>4</sup> (hiperligações). Canavilhas (1999) e Bardeol & Deuze (2000) chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar-se (*fazer links*) para “várias pirâmides invertidas da notícia”, bem como para outros textos complementares (fotos, sons, vídeos, animações, etc), outros sites relacionados ao assunto, material de arquivo dos jornais, textos jornalísticos ou não que possam gerar polémica em torno do assunto noticiado, publicidade, etc.

*Customização do Conteúdo/Personalização* - Também denominada individualização, a personalização ou customização<sup>5</sup> consiste na opção ofere-

cida ao Utente para configurar os produtos jornalísticos de acordo com os seus interesses individuais. Há sites noticiosos que permitem a pré-selecção dos assuntos, bem como a sua hierarquização e escolha de formato de apresentação visual (diagramação)<sup>6</sup>. Assim, quando o site é acessado, a página de abertura é carregada na máquina do Utente atendendo a padrões previamente estabelecidos, de sua preferência.

*Memória* - Palacios (1999) argumenta que 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 directamente 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, como veremos adiante.

*Instantaneidade/Actualização Contínua* - A rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de actualização do material nos jornais da Web. Isso possibilita o acompanhamento contínuo em torno do desenvolvimento dos assuntos jornalísticos de maior interesse<sup>7</sup>.

Estabelecida esta breve descrição de ca-

<sup>3</sup> Entende-se por “texto” um bloco de informação, que se pode apresentar sob o formato de escrita, som, foto, animação, vídeo, etc.

<sup>4</sup> Sobre Hipertextualidade e o papel do *link* como elemento paratextual no jornalismo *online* vide Mielniczuk & Palacios, 2001.

<sup>5</sup> Apesar de haver alguma controvérsia quanto ao uso dos termos Personalização e Customização (e.g. Santos 2002), nesta comunicação os dois termos são usados como sinónimos.

<sup>6</sup> Um exemplo é o site da CNN (<http://www.cnn.com>).

<sup>7</sup> As chamadas “Últimas Notícias” (*Breaking News* ou *Latest News*) tornaram-se uma característica de quase todos os jornais mais importantes na Web. Por outro lado, alguns jornais, especialmente aqueles localizados em portais, chegam a estabelecer como sua “marca registrada” a rapidez da actualização, no estilo *fast-food*. Para um estudo de caso, direccionado para o jornal *Último Segundo do Portal IG*, vide Santos (2000).

racterísticas do Jornalismo Online, podemos agora prosseguir propondo algumas idéias mais diretamente relacionadas com a Memória, enquanto elemento distintivo da produção e consumo da informação jornalística nas redes telemáticas.

Antes porém, cabem algumas considerações gerais sobre esse elenco de características atribuídas ao Jornalismo Online.

## 1 Rupturas, Continuidades e Potencialização

Preliminarmente, é importante que se estabeleça uma premissa básica que afaste qualquer tentação de se considerar que a Internet, ou outros suportes telemáticos, estejam a se constituir *em oposição* e em um movimento de *superação* dos formatos mediáticos anteriores. Faz-se necessário um aprofundamento da compreensão teórica das Novas Tecnologias de Comunicação (NTC), visando a eliminação da falsa oposição algumas vezes criada entre as chamadas Mídias Tradicionais ou de Massa e as NTC, que tem levado, em alguns casos, a uma visão evolucionista bastante simplista e à afirmação de um certo triunfalismo tecnológico (Palacios, 2001).

Perceber as especificidades dos vários suportes mediáticos não implica colocá-los em contraposição. Parece-nos oportuna, como ponto de partida, a distinção estabelecida por Dominique Wolton (1999:85) entre uma lógica da **oferta**, que caracteriza as mídias tradicionais (rádio, TV, imprensa), que funcionam por emissão de mensagens (o chamado modelo **Um** ⇔ **Todos**)<sup>8</sup> e uma lógica de **de-**

**manda**, que caracteriza as NTC, que funcionam por disponibilização e acesso (o chamado modelo **Todos** ⇔ **Todos**).

As diferentes modalidades midiáticas são vistas por Wolton não como pontos ascendentes numa escala progressiva e evolucionária, mas como complementares. Ele chama a atenção para a espectacular capacidade das NTC no que se refere à oferta de Informação, de disponibilização de Bancos de Dados, mas deixa claro que o crescimento exponencial da massa de Informação não nos leva a prescindir de mediadores, mas antes pelo contrário:

“Comunicação direta, sem mediações, como uma mera performance técnica. Isso apela para sonhos de liberdade individual, mas é ilusório. A Rede pode dar acesso a uma massa de informações, mas ninguém é um cidadão do mundo, querendo saber tudo, sobre tudo, no mundo inteiro. Quanto mais informação há, maior é a necessidade de intermediários- jornalistas, arquivistas, editores, etc- que filtrem, organizem, priorizem. Ninguém quer assumir o papel de editor chefe a cada manhã. A igualdade de acesso à informação não cria igualdade de uso da informação. Confundir uma coisa com a outra é tecno-ideologia” (Wolton,1999b).

A ideia sugerida por Pierre Lévy (1999:188) de um possível desaparecimento do Jornalismo (ou pelo menos dos Jornalistas enquanto intermediários), em função do desenvolvimento da Internet, parece-nos, cada vez mais, uma simplifica-

contrariamente um certo tipo de análise que prevaleceu há até poucas décadas, compartilhamos a idéia de que os processos de Recepção devem ser considerados no Modelo, não havendo, portanto, uma unidirecionalidade absoluta, muitas vezes claramente associada à passividade, em seu funcionamento.

<sup>8</sup> Preferimos usar o símbolo de bi-direcionalidade (⇔) também para o Modelo **Um** ⇔ **Todos**, porque,

ção descabida. Sugerimos, ao contrário, que com o crescimento da massa de informação disponível aos cidadãos, torna-se ainda mais crucial o papel desempenhado por profissionais que exercem funções de “filtragem e ordenamento” desse material, seja a nível jornalístico, académico, lúdico, etc. Uma biblioteca digital como a BOCC- Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (<http://www.bocc.ubi.pt>) ou o site do Prossiga (<http://www.prossiga.br>) constituem exemplos de “filtragem e ordenamento de informação” de carácter académico. Um site de informação e distribuição de software de jogos electrónicos (<http://www.jumbo.com>) é um exemplo de “filtragem e ordenamento” de carácter lúdico.

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*<sup>9</sup>, as características do Jornalismo na Web aparecem majoritariamente como **Continuidades** e **Potencializações** e não, necessariamente, como **Rupturas** com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores. Com efeito, é possível argumentar-se que as características elencadas anteriormente como constituintes do Jornalismo na Web podem, de uma forma ou de outra, ser encontradas em suportes jornalísticos anteri-

ores, como o impresso, o rádio, a TV, o CD-Rom.

Vamos exemplificar. A Multimídia do Jornalismo na Web é certamente uma Continuidade, se considerarmos que na TV já ocorre uma conjugação de formatos mediáticos (imagem, som e texto). No entanto, é igualmente evidente que a Web, pela facilidade de conjugação dos diferentes formatos, potencializa essa característica. O mesmo pode ser dito da Hipertextualidade, que pode ser encontrada não apenas em suportes digitais anteriores, como o CD-ROM, mas igualmente, e *avant-la-lettre*, num objecto impresso tão antigo quanto uma enciclopédia. A personalização é altamente potencializada na Web, mas já está presente em suportes anteriores, através da segmentação de audiência (públicos-alvos). No jornalismo impresso isso ocorre, por exemplo, através da produção de cadernos e suplementos especiais (cultural, infantil, feminino, rural, automobilístico, turístico, etc); no rádio e na TV a personalização tem lugar através da diversificação e especialização das grades de programação e até mesmo das emissoras, como no caso da RTP Internacional, totalmente voltada para a Comunidade Lusitana na Diáspora.

Ora, em sendo assim, onde estariam as Rupturas no jornalismo praticado nos suportes telemáticos e em especial na Web?

Sugerimos que, para além das Continuidades e Potencializações, algumas Rupturas efectivamente ocorrem. Em primeiro lugar, e como facto mediático mais importante, na Web, dissolvem-se (pelo menos para efeitos práticos) os limites de espaço e/ou tempo que o jornalista tem a seu dispor para a disponibilização do material noticioso.

Trabalhando com bancos de dados aloja-

<sup>9</sup> Essa complementaridade de formatos mediáticos constitui em si mesmo um vastíssimo campo de debates, não cabendo aqui aprofundar o assunto. A título de ilustração vide Palacios (2001b) in: [http://www2.correioweb.com.br/cw/2001-09-16/mat\\_12769.htm](http://www2.correioweb.com.br/cw/2001-09-16/mat_12769.htm)

dos em máquinas de crescente capacidade de armazenamento e contando com a possibilidade do acesso assíncrono por parte do Utente, bem como de alimentação e Actualização Contínua de tais bancos de dados por parte não só do Produtor, mas também do Utente (Interactividade), o Jornalismo Online, para efeitos práticos, dispõe de espaço virtualmente ilimitado, no que diz respeito à quantidade de informação que pode ser colocada à disposição do seu público alvo.

Trata-se da primeira vez que isso ocorre, uma vez que *em todos os suportes anteriores* (impresso, rádio, TV) o jornalista convivia com rígidas limitações de espaço (que se traduz em tempo, no caso do rádio e TV). A possibilidade de dispor de espaço ilimitado para a disponibilização do material noticioso é, a nosso ver, a *maior Ruptura* a ter lugar com o advento da Web como suporte mediático para o jornalismo.

Para além dessa “quebra dos limites físicos” da disponibilização do material noticioso, acreditamos que o jornalismo na Web encontra sua especificidade não apenas pela Potencialização das características já descritas, mas principalmente pela *combinação* dessas características potencializadas, gerando novos efeitos. É justamente esse aspecto que nos propomos a explorar um pouco mais nesta comunicação, para o caso da Memória.

## 2 O Lugar da Memória

Da mesma forma que a “quebra dos limites físicos” na Web possibilita a utilização de um espaço praticamente ilimitado para disponibilização de material noticioso (sob os mais variados formatos mediáticos), abre-se a possibilidade de disponibilizar online toda

informação anteriormente produzida e armazenada, através da criação de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação da informação.

A Memória no Jornalismo na Web pode ser recuperada tanto pelo Produtor da informação, quanto pelo Utente, através de arquivos online providos com motores de busca (*search engines*) que permitem múltiplos cruzamentos de palavras-chaves e datas (indexação). Sem limitações de espaço, numa situação de extrema rapidez de acesso e alimentação (Instantaneidade e Interactividade) e de grande flexibilidade combinatória (Hipertextualidade), o Jornalismo tem na Web a sua *primeira forma de Memória Múltipla, Instantânea e Cumulativa*.

Numa situação de Interactividade, conquanto não compartilhem a ideia de que os papéis de Produtor e Consumidor da Informação Jornalística possam a vir a confundir-se de maneira generalizada, como sugere Lévy (1997), deve-se levar em conta que, em determinadas circunstâncias, a alimentação de bancos de dados (arquivos) possa vir a fazer-se tanto por Produtores quanto por Consumidores da Informação Jornalística. Isso já ocorre, por exemplo, quando leitores participam de fóruns ou enquetes (inquéritos ou pesquisas de opinião) relacionados a notícias correntes, sendo esse material incorporado ao universo de informação construído em torno do facto jornalístico e, eventualmente, armazenado nos arquivos online do jornal para posterior recuperação e consulta. Os sites jornalísticos de tipo P2P (peer to peer) são outro exemplo de “dupla via de alimentação”, já que nesse formato Produtores e Utentes da informação realmente se identificam.

Evidentemente, com relação à Memória,

é possível caracterizar-se também uma situação de Continuidade com relação a suportes anteriores. Os jornais impressos, desde longa data, mantêm arquivos físicos das suas edições passadas, abertas à consulta do público e utilizadas por seus editores e jornalistas no processo de produção de informação noticiosa. No jornalismo impresso moderno é comum a publicação de pesquisas, baseadas em informação de arquivo, que complementam, ampliam ou ilustram o material noticioso corrente. O mesmo ocorre com relação às emissoras de rádio e TV, que mantêm arquivos sonoro e de imagem, eventualmente utilizados na produção de material noticioso de carácter jornalístico.

Na Web, no entanto, a conjugação de Memória com Instantaneidade, Hipertextualidade e Interactividade, bem como a inexistência de limitações de armazenamento de informação, potencializam de tal forma a Memória que cremos ser legítimo afirmar-se que temos nessa combinação de características e circunstâncias uma Ruptura com relação aos suportes mediáticos anteriores. Voltamos a insistir que ao fazermos esse tipo de afirmação, estamos a nos referir a *possibilidades* que se abrem tanto para os Produtores quanto para os Utentes da Informação Jornalística. A realidade da prática jornalística na Web aproxima-se ou distancia-se de tais possibilidades abertas, conforme os contextos e produtos concretos disponíveis hoje na Internet.

Cabe indagar-se também, ainda que preliminarmente, em que estágio nos encontramos quanto ao efectivo uso de uma tal possibilidade de *Memória Múltipla, Instantânea e Cumulativa*.

## 2.1 O Uso Efectivo da Memória

A primeira constatação que se pode fazer diz respeito à crescente utilização da Memória como elemento constitutivo do Jornalismo Online. Em recente estudo comparativo, envolvendo jornais online brasileiros e portugueses, observou-se que a Memória, sob a forma de arquivos online, está a se generalizar no Webjornalismo dos dois países<sup>10</sup>. A pesquisa, que utilizou como universo de estudo jornais na Web disponibilizados por empresas jornalísticas que também publicam jornais impressos, organizou os Webjornais pesquisados de acordo com a faixa de tiragem de seus congêneres impressos.

Os arquivos que disponibilizam material editorial publicado anteriormente aparecem, em todas as faixas de tiragem, no caso dos jornais brasileiros observados, com uma incidência superior a 50%. Nas duas primeiras faixas a ocorrência é de 100%. Constata-se também que os arquivos com uma abrangência de seis meses são os mais utilizados, aparecendo em índices superiores a 50% em todas as faixas de tiragem. Os arquivos funcionam apenas como depósito de informação. Não se constata a utilização de uma base de dados, onde as informações possam ser correlacionadas.

Os arquivos aparecem em 100% dos jornais brasileiros com tiragem superior a 50.000. Nas faixas de tiragem inferior a 50.000, aparecem em mais de 50% dos jornais. Destes, a incidência de arquivos que disponibilizam material superior a sete dias é destacadamente maior do que os que oferecem apenas material dos últimos sete dias.

<sup>10</sup> Palacios, M. et al. (2002)

É preciso esclarecer que não foi feita diferenciação se os serviços eram pagos ou não.

Observa-se que nos jornais de tiragem superior a 50.000 exemplares, os serviços de busca funcionam por palavras-chaves e, na maioria dos casos, também concomitantemente por data da edição. Já nos jornais, cuja tiragem é inferior a 50.000, prevalece a busca por data da edição.

No caso português, os arquivos disponibilizam material editorial publicado anteriormente em 100% dos jornais, sendo que, na primeira faixa de tiragem (mais de 50.000 exemplares), 75% possuem arquivo até seis meses retroativos e apenas 25%, oferecem arquivo com matérias publicadas há seis meses ou mais. A situação inverte-se na segunda faixa de tiragem.

Na primeira faixa de tiragem, o sistema de busca é mais completo pois conjuga, na maioria dos casos, os dois tipos de busca (datas e palavras-chaves). Na segunda faixa de tiragem, prevalece a busca por data de edição.

O uso amplo e criativo dos recursos possibilitados pelas NTC, incluindo o enorme potencial que se delinea com a incorporação ao Jornalismo de uma *Memória Múltipla, Instantânea e Cumulativa*, encontra-se ainda em fase experimental, incipiente e tentativa. Mas é evidente, através dos dados apresentados, que os mais importantes sites jornalísticos brasileiros e portugueses já incorporam alguma forma de Memória.

Similarmente ao que ocorreu no radiojornalismo ou o telejornalismo, que passaram por períodos de amadurecimento e busca de linguagens próprias, durante os quais prevaleceram modelos claramente transpositivos, importados de suportes mediáticos anteriores, o Webjornalismo somente agora começa a distanciar-se, paulatinamente, do “modelo

da metáfora” (McAdams 1995) que o caracterizou e caracteriza ainda, em grande medida.

A generalização dos arquivos em sites jornalísticos na Web, livremente acessíveis a Produtores e Utentes, e os efeitos desse fenómeno para os processos de Produção e Recepção do material jornalístico é uma temática que está merecer consideração séria a nível de seus efeitos atuais e potenciais. Esta comunicação é apenas um chamamento para a reflexão e o debate.

### 3 Bibliografia

ADGHIRNI, Zélia Leal. **Jornalismo Online e Identidade Profissional do Jornalista**. Trabalho apresentado no GT de Jornalismo do X Encontro Nacional da COMPÓS – Brasília, 2001.

BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. **Network Journalism: converging competences of old and new media professionals**, in: <http://home.pscw.nl/deuze/pub/9.htm>

BASTOS, Helder. **Do Jornalismo Online ao Ciberjornalismo: emergência de novas práticas nos media portugueses**, in: *Revista de Comunicação e Linguagens*, n. 27, Lisboa, fev. 2000.

BONETT, M. **Personalization of Web Services: opportunities and challenges**, in: <http://www.ariadne.ac.uk/issue28/personalization/>

CANAVILHAS, José Messias. **WebJornalismo: Considerações Gerais Sobre Jornalismo na Web**. Portugal, Universidade da Beira Interior, 1999. Apresentação no I Congresso Ibérico de Comunicação.

GONÇALVES MACHADO, Elias. **La Estructura de la Noticia en las Redes Di-**



**gिताles:** un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.

LANDOW, G. P. **Hypertext 2.0:** the convergence of contemporary critical theory and technology, Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1997.

LAPHAM, Christine. **The Evolution of the Newspaper of the Future**, in: <http://sunsite.unc.edu/cmcmag/1995/jul/lapham.html>

LEMOS, André. **Anjos Interativos e Retribalização do Mundo:** Sobre interatividade e interfaces digitais, in: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>

LEVY, Pierre. **Cibercultura**, São Paulo: Editora 34, 1999 (Tradução da edição francesa de *Cyberculture*, Paris, Éditions Odile Jacob, 1997).

— **A Conexão Planetária.** O mercado, o ciberespaço, a consciência, São Paulo: Editora 34, 2001 (Tradução da edição francesa de *World Philosophie*, Paris; Éditions Odile Jacob, 2000)

MACHADO, Arlindo. **Hipermídia: o labirinto como metáfora.** In: DOMINGUES, Diana. (org.) **A Arte no Século XXI:** a humanização das tecnologias, São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.

MALDONADO, Tomás. **Crítica de la Razón Informática.** Barcelo, Piados, 1998.

MANTA, André. **Guia do Jornalismo na Internet**, in: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/Guia/>

McADAMS, Melinda. **Inventing an Online Newspaper**, 1995,

in: <http://jan.ucc.nau.edu/~ipct-j/1995/n3/mcadams.txt>.

— **Hypertext Break-down:** an overview, in: <http://www.well.com/user/mmcadams/basic.units.main.html>

MIELNICZUK, Luciana. **Características e Implicações do Jornalismo na WEB**, trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM, Lisboa, 2001

MIELNICZUK, Luciana & PALACIOS, Marcos. **Narrativa Jornalística e Escrita Hipertextual:** considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web. Trabalho apresentado no GT de Jornalismo do X Encontro Nacional da COMPÓS – Brasília, 2001.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de Estilo na Web:** produção e edição de notícias online, São Paulo: Ed. SENAC, 2000.

MOUILLAUD, Maurice & PORTO, Sérgio (Eds). **O Jornal da Forma ao Sentido**, Brasília: Paralelo 15, 1997.

PALACIOS, Marcos. **O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, Salvador, Bahia, em 21.09.1999.

— **Polarização, Inclusão e Exclusão Social:** uma proposta de monitoramento do Projeto Aveiro Digital, comunicação apresentada no I Colóquio Internacional de Redes e Cibercidades, Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, novembro de 2001.

— **Internet e Televisão**, in: *Correio Brasiliense*, 16 de setembro, 2001b in: [http://www2.correioweb.com.br/cw/2001-09-16/mat\\_12769.htm](http://www2.correioweb.com.br/cw/2001-09-16/mat_12769.htm)

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Lu-

ciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz e NARITA, Sandra. **Um Mapeamento de Características e Tendências no Jornalismo Online Brasileiro e Português**, *paper* aceito para apresentação no Encontro Nacional da INTERCOM, setembro de 2002.

SANTOS, Ana Lúcia Reis dos. **Informação Fast-Food: Um estudo de caso do jornal Último Segundo do Portal IG**. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002.

SCHULTZ, Tanjev. **Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers**, in: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue1/schultz.html>.

SOUSA, Pedro Jorge. **Os Novos Meios Electrónicos em Rede**, in: <http://bocc.ubi.pt/sousa-pedro-jorge-jornalismo-on-line.html>

STOCKINGER, Gottfried. **Para uma Sociologia da Comunicação**, 2001, in: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa>

WOLTON, Dominique. **Internet et après: une theorie critique des nouveaux médias**, Paris:Flammarion, 1999

\_\_**Entrevista a Catherine Malla-val**, Liberation, 20/21March 1999b, in: <http://amsterdam.nettime.org>