



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

CÉLIO GUSTAVO SOARES GAIÃO

**A ANTROPOFAGIA NO WEBJORNALISMO LOCAL: O SITE PARAÍBA ONLINE
NO ECOSISTEMA JORNALÍSTICO**

**CAMPINA GRANDE/PB
2017**

CÉLIO GUSTAVO SOARES GAIÃO

**A ANTROPOFAGIA NO WEBJORNALISMO LOCAL: O SITE PARAÍBA ONLINE
NO ECOSISTEMA JORNALÍSTICO**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Artigo Científico, apresentado à coordenação do curso de Comunicação Social, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

Área de concentração: Jornalismo Digital.

Orientadora: Profa. Me. Verônica Almeida de Oliveira Lima.

**CAMPINA GRANDE/PB
2017**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

G137a Gaião, Célio Gustavo Soares
A antropofagia no webjornalismo local [manuscrito] : o site paraíba online no ecossistema jornalístico / Célio Gustavo Soares Gaião. - 2017.

26 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2017.

"Orientação: Profa. Me. Verônica Almeida de Oliveira Lima, Departamento de Comunicação Social".

1. Paraíba online. 2. Webjornalismo. 3. Jornalismo. I.
Título.

21. ed. CDD 070.402

CÉLIO GUSTAVO SOARES GAIÃO

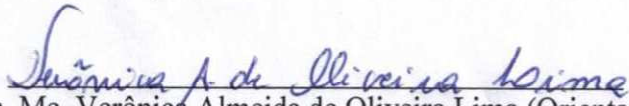
**A ANTROPOFAGIA NO WEBJORNALISMO LOCAL: O SITE PARAÍBA ONLINE
NO ECOSISTEMA JORNALÍSTICO**

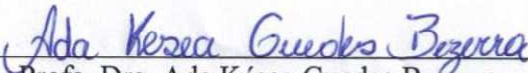
Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Artigo Científico, apresentado à coordenação do curso de Comunicação Social, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

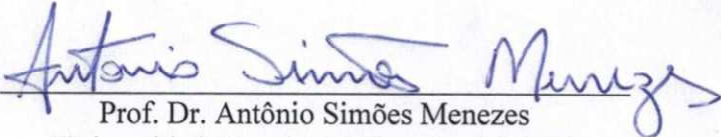
Área de concentração: Jornalismo Digital.

Aprovada em: 02/08/2017.

BANCA EXAMINADORA


Profa. Me. Verônica Almeida de Oliveira Lima (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Profa. Dra. Ada Késea Guedes Bezerra
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Dr. Antônio Simões Menezes
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Professora Verônica Oliveira, por todo o apoio para a realização deste trabalho.

Agradeço também aos colegas de curso que me acompanharam durante todos os semestres, assim como aos professores dedicados os quais tive a sorte de compartilhar de seus conhecimentos.

A ANTROPOFAGIA NO WEBJORNALISMO LOCAL: O SITE PARAÍBA ONLINE NO ECOSISTEMA JORNALÍSTICO ¹

Célio Gustavo Soares Gaião²
Verônica Almeida de Oliveira Lima³

Resumo

O objetivo deste artigo é inferir, através da observação e análise de notícias publicadas no site Paraíba Online, como este constrói seu conteúdo através da interação com outros veículos jornalísticos distintos, formando uma rede semelhante a um ecossistema. Para comprovar esse fenômeno, foi realizada uma pesquisa bibliográfica acerca do desenvolvimento do jornalismo digital e como este afetou a profissão do jornalista e das empresas jornalísticas à medida que a internet se desenvolvia, permitindo nesse processo o fortalecimento de veículos independentes com enfoque em notícias regionais, mas alterando no processo o papel do jornalista e seus métodos de apuração para elaboração da notícia. A pesquisa bibliográfica também se estendeu aos conceitos da Ecologia, área da Biologia que estuda o comportamento dos seres vivos, os quais são utilizados como metáfora para a dinâmica do Paraíba Online com outros veículos jornalísticos, formando uma espécie de ecossistema jornalístico. Informações sobre rotinas de produção do site analisado foram obtidas por meio de entrevista com funcionário. Por meio então do emprego do estudo de caso, foram selecionadas algumas notícias do Paraíba Online, as quais foram comparadas às fontes originais onde foram veiculadas. Como resultado, foi observado então, dentro das amostras coletadas, não houve procedimentos de apuração jornalística, apenas o empacotamento, quando necessário, da informação para se adequar ao ambiente web, ou simplesmente a reprodução integral da informação original, uma prática que aparentemente vêm se tornando bastante comum na área.

Palavras-chave: Paraíba Online. Rotinas Produtivas. Apuração. Ecossistema.

1. Introdução

Dentre as áreas do jornalismo, a primeira impressão é a de que jornais e revistas são as mídias mais afetadas pelas transformações acarretadas pela disseminação da Internet. Talvez seja devido à visibilidade do fechamento de periódicos impressos, acompanhado de profecias de extinção completa da informação impressa em papel. Mas o fato é que todas as mídias estão sendo afetadas pelas transformações catalisadas pela internet. A prática do podcasting influenciando as emissoras de rádio assim como o fenômeno do *streaming* afetando as emissoras de televisão são alguns exemplos que mostram como a internet também exerce

¹ Artigo apresentado como requisito para conclusão de Curso de Comunicação Social.

² Graduando do Curso de Comunicação Social pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). E-mail: celiosg@yahoo.com.br

³ Professora, Mestre em Sociologia pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), professora da Universidade Estadual da Paraíba no Departamento de Jornalismo. E-mail: veronicajornalista@yahoo.com.br

efeitos em outras mídias. Não há, afinal, nenhuma área do jornalismo que não esteja sofrendo, de alguma forma, influência da Internet que, progressivamente, ainda que lentamente a princípio, no início da década de 90, mas com uma velocidade mais acelerada já a partir da década seguinte, modifique o modo como as pessoas recebem e interagem com a informação, acarretando em adaptações na forma de consumir e de fazer jornalismo e, conseqüentemente, da profissão do jornalista em si.

Ciclos de mudanças são, de modo não incomum, associadas à palavra “crise”. Quando a economia de um Estado, País ou Continente entra em estagnação, é apontada como crise econômica, ou crise do capitalismo, a depender de sua abrangência. Em regiões nas quais a chuva está escassa, aponta-se o fato como “crise climática”, ou “crise da seca”. Crise também é utilizada para indicar comportamentos belicosos entre países em clima de guerra, vide a “crise no Oriente Médio”. No jornalismo, a palavra crise tem sido empregada com frequência para indicar o fechamento de empresas da área da comunicação, onde o principal acusado é o fenômeno das novidades tecnológicas. “As crises da indústria de notícias ocorrem principalmente através da inédita relação entre imprensa, tecnologias modernas e os envolvimento da sociedade, nesse cenário” (CORREIA, 2015, p. 10). Por outro lado, a palavra “crise” também costuma ser associada à “oportunidade”, dando vazão, no jornalismo, a iniciativas independentes que, especialmente em regiões menores, conseguem com a ajuda da tecnologia disponível na rede, estabelecer veículos informativos independentes, como o Paraíba Online.

Para compreender com mais clareza como o desenvolvimento da internet afetou as rotinas nas redações, alterando processos de apuração de notícias e facilitando a ascensão de veículos jornalísticos de menor porte, regionais e independentes, foi necessária uma revisão bibliográfica acerca da evolução da internet e das fases do jornalismo digital, assim como uma revisão bibliográfica acerca dos fundamentos da Ecologia para conhecer os tipos de interação entre seres vivos em um ecossistema para fins de comparação com veículos jornalísticos. Em seguida, por meio do emprego do estudo de caso, foram selecionadas algumas notícias publicadas no site Paraíba Online para análise, com o objetivo de apontar como foram elaboradas. Nesse caso, além das informações contidas no corpo do próprio site, foram utilizadas informações obtidas diretamente de funcionário do veículo, para conhecer as rotinas produtivas internas da redação.

Assim, o objetivo desta pesquisa é inferir, por meio da observação de notícias publicadas no Paraíba Online, a existência de algum tipo de relacionamento entre diferentes

veículos jornalísticos para auxiliar a construção de notícias e, caso positivo, determinar se esses relacionamentos encontram algum tipo de paralelo com as relações entre seres vivos em um ecossistema.

2. A internet e suas consequências transformadoras na prática do jornalismo

Lançado o satélite soviético Sputnik ao espaço, em 1957, estava dada a largada na corrida que levaria a profundas modificações na área da comunicação resultando na criação e desenvolvimento da rede mundial de computadores e levando então a várias discussões entre acadêmicos e profissionais acerca, especialmente, do futuro do jornalismo em todas as suas áreas. Foi apenas em 1991 que, com a criação da Word Wide Web, utilizando o protocolo de comunicação HTTP, que o uso da internet começaria a se expandir tomando a forma a qual viríamos a nos familiarizar, incluindo o uso das URL's, endereços eletrônicos que identificam e levam a páginas na rede, organizando e facilitando o acesso à informação.

A web é provavelmente a parte mais importante da Internet e, para muitas pessoas, a única parte que elas usam, um sinônimo mesmo de Internet. Mas a Word Wide Web é fundamentalmente um modo de organização da informação e dos arquivos na rede. (PINHO, 2003, p.33)

Quando a Internet chegou ao Brasil, a Agência Estado foi a precursora na veiculação de conteúdo online, em 1995. Foi ainda nesse ano que grandes jornais norte americanos entraram no ciberespaço, como o USA Today, o Wall Street Journal e o Boston Globe (MACHADO e PALACIOS, 1997, p. 3). Ainda em 95, o jornal Folha de São Paulo lançou um endereço eletrônico no qual disponibilizava conteúdo transcrito da publicação impressa. O Jornal do Brasil e o Zero Hora seguiram a tendência logo em seguida.

Nesse período, os jornais apenas replicavam, de forma não integral, o conteúdo do formato impresso em suas páginas web. Ocorria basicamente uma transferência de mídia, do veículo impresso para o eletrônico. Isso se dava, inicialmente, por restrições técnicas tanto da empresa midiática quanto da população, uma vez que o acesso à rede era bastante limitado em relação ao número de cidadãos que possuíam computadores conectados à rede mundial. As notícias não eram atualizadas ao longo do dia, nem possuíam recursos multimídia. O princípio do funcionamento da internet, explicitado pela frase popular “na internet nada se cria, tudo se copia” era bastante pertinente aos jornais online. Não havia equipe em redação dedicada exclusivamente à produção de conteúdo para a rede. De acordo com Ferrari (2008), os

profissionais que faziam essa transposição da mídia impressa para a eletrônica, já eram classificados como “jornalistas on-line”. Essa primeira fase é conhecida como Primeira Geração do Jornalismo Online, ou fase transpositiva.

No princípio os jornais não tinham sua versão integral transposta, veiculavam pela internet apenas o que consideravam as principais matérias, e ainda não atualizavam informações ao longo do dia, que é a definição maior de webjornalismo, ou seja, aquele que publica notícias em tempo real. (PRADO, 2011, p. 31)

À medida que a tecnologia se aperfeiçoava, o modo de apresentação das informações acompanhava as novas possibilidades. Passada a Primeira Geração do jornalismo online, a geração seguinte teve como novidade principal o uso de hiperlink nas matérias, além de permitir contato com os leitores via e-mail e fóruns de discussão. Palavras-chave contendo atalhos que levavam o leitor a outras partes da notícia na mesma página do site, em outras páginas ou, ainda, em outros endereços da Internet.

Ao mesmo tempo em que se ancoram no modelo do jornal impresso, as publicações para a web começam a explorar as potencialidades do novo ambiente, tais como links com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates; a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto; surge as seções ‘últimas notícias’. (MIELNICZUK, 2003, p. 6)

A partir de 1999, o webjornalismo começa a se dissociar dos veículos impressos, desenvolvendo uma metodologia e linguagem próprias de acordo com a capacidade do meio, utilizando recursos multimídia e outras características que viriam a ser atribuídas ao webjornalismo como Hipertextualidade, Multimídia, Interatividade, Memória, Instantaneidade, Personalização e Ubiquidade.

Entre outras potencialidades, o hipertexto, o multimídia, a interatividade, a ubiquidade, e a instantaneidade levaram os mídia noticiosos a reconfigurar-se de modo a responder às exigências do novo meio, às tendências do momento e ao crescimento e sofisticação das audiências online. (BASTOS, 2013, p.1)

Com a entrada dos provedores de internet no país, uma série de portais de notícias, geralmente das próprias empresas, surgiram. Aol, Uol, Terra, Yahoo, iG, Bol e Ibest foram alguns dos primeiros sites que agrupavam notícias, entretenimento e serviços aos usuários, como disponibilização de contas de e-mail, discadores e salas de bate papo. Dentre estes, o IG se destacou por estabelecer novos parâmetros, incluindo o conceito de gratuidade, oferecendo

informações e conectividade sem ônus para o usuário e também foi pioneiro ao abrigar o primeiro jornal exclusivo para a web, o Último Segundo (PRADO, 2011). A Terceira Geração então é marcada pelo aparecimento de produtos construídos especificamente para a Internet, aproveitando os recursos multimídia oferecidos, tais quais os chats e opções de configuração de algumas opções em portais, assim como a prática da atualização contínua. O uso de bases de dados para a construção da notícia em ambiente online também marca a Terceira Geração, característica que se consolida já na geração seguinte.

Para o terceiro e quarto estágios, indicamos as bases de dados (BDs) como elementos estruturantes da atividade jornalística em suas dimensões de pré-produção, produção, disponibilização/circulação, consumo e pós-produção, além de aspecto-chave para a construção de sites jornalísticos gerando um padrão dinâmico, em contraposição ao anterior, estático, que havia marcado etapas anteriores. Por isso, verificamos a conformação de um modelo próprio, o Paradigma Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD), que vem expandindo-se em sucessivas apropriações e demarcando distinções para os meios operando segundo a lógica multiplataforma e como agentes singulares no processo de convergência. (BARBOSA, 2012, p. 8)

O webjornalismo não parou desde então de se desenvolver e se transformar, especialmente no momento em que se reconhece como uma quinta fase, catalisada pelo uso de smartphones. Com as mudanças do meio, naturalmente o profissional atuante na área, o jornalista, não ficou incólume. Mesmo antes da consolidação da Internet em si e das mudanças que operou no meio comunicacional, cargos e funções na área foram eliminados por evoluções tecnológicas que operavam sem obrigatoriamente necessitar de conexão à rede, como o caso da função de revisor, realizada por jornalistas profissionais que fora extinta quando da informatização das redações ao final da década de 80 (CORREIA, 2015).

O jornalista se viu acumulando cada vez mais um maior número de funções dentro da redação, como elaboração da notícia, revisão, fotografia e diagramação em alguns casos. Como afirma Rafael de Araújo Melo (2015, p. 418), “Em função da falta de estrutura ou mesmo da decisão administrativa dos jornais digitais, as reportagens dos portais são, em grande parte, executadas por uma mesma pessoa, um jornalista”. Em uma realidade marcada pelas tecnologias digitais móveis e plataformas multimídia, este “jornalista multimídia” se torna o referencial do profissional desejado pelas grandes empresas da área. “As empresas procuram poupar custos mediante a implementação de um perfil de profissionais capazes de desempenhar tarefas que outrora eram realizadas por várias pessoas” (SALAVERRÍA, 2014, p. 27). Essas tarefas incluem a capacidade de trabalhar em diferentes meios (polivalência midiática), como rádio, televisão, impresso ou internet, ser capaz de cobrir qualquer editoria

(polivalência temática) e ter habilidades para exercer quaisquer funções dentro de uma redação (polivalência funcional).

Essa polivalência do profissional é uma das consequências da integração jornalística de plataforma, ou como diz Salaverría, o cross-media. As redações dos grandes grupos se integraram de modo que o jornalista, com essa nova competência, passou a atuar em veículos diferentes e os conteúdos passaram a ser compartilhados entre as plataformas. A realidade na Europa e Estados Unidos, assim, como em alguns veículos do Brasil, é, atualmente, a do processo de convergência jornalística, em termos de organização, estrutura orgânica e convergência profissional. (MELO; SILVA, 2015, p. 419)

Nas redações integradas, profissionais de diferentes mídias que fazem parte de uma mesma empresa dividem o mesmo espaço de trabalho, uma redação para todos. É o caso da Rede Paraíba de Comunicação, cujas redações de televisão e internet foram unificadas.

Segundo Barbosa (2001), “[...] o jornalismo se renova na cibercultura, constituindo uma nova espécie: a do jornalismo online, que redefine os aspectos de produção, redação, edição e publicação da notícia, circulação, audiência, e a relação com os receptores”. Barbosa ainda aponta o surgimento de novas categorias de jornalismo online, como o jornalismo de portal e os sites que dedicam conteúdo aos acontecimentos locais de cidades específicas.

O jornalismo praticado diretamente para as redes, em teoria, deveria modificar apenas o formato da notícia, deixando intactos os métodos de obtenção da informação, preservando as rotinas de uma redação jornalística. Reunião de pauta, busca de fontes, obtenção das informações no local do acontecimento e verificação dessas informações deveriam, na prática, serem processos empregados pelo jornalista que trabalha para qualquer tipo de mídia. Mas, o que começou a ocorrer foram supressões dessas etapas. O *deadline* contínuo das redações online e a característica da instantaneidade instigaram novas metodologias de trabalho, nas quais o repórter raramente se desloca além do seu computador, captando informações diretamente da Internet com a ajuda das agências de notícias, de outros sites jornalísticos ou ainda de outros veículos do mesmo grupo midiático, quando é o caso.

A instantaneidade implica que o ciberjornalista tenha, ou desenvolva, aptidões de tratamento rápido e contínuo de informação. A par disso, numa redação digital, será tanto mais apreciado quanto mais desenvolvidas forem as suas aptidões multimídia, ou seja, a sua capacidade de trabalhar em simultâneo com vários média (áudio, vídeo, fotografia, texto), dominando as suas linguagens e a própria narrativa hipermídia. (BASTOS, 2013, p. 8)

O jornalista online se torna então um empacotador, capturando informações de outros meios, como rádio e televisão e adaptando para o formato da notícia na web. Embora conte com espaço infinito, os sites jornalísticos procuram condensar as informações em poucos

parágrafos, contendo poucas linhas cada, tentando captar a atenção de um leitor online que é bombardeado por uma carga de conteúdo diário enorme, potencializada especialmente pelo uso das redes sociais. A concorrência força a uma construção rápida e resumida do acontecimento, uma corrida pelos primeiros cliques, em uma tentativa de manter o internauta viciado em informações a conta-gotas, muitas vezes fragmentada.

No caso específico das redações on-line, a produção de reportagens deixou de ser um item do exercício do jornalismo. Adotou-se apenas a produção de notícias, ou, como se diz no jargão jornalístico, de “empacotamento” da notícia. Empacotar significa receber um material produzido, na maioria das vezes, por uma agência de notícias conveniada, e mudar o título, a abertura, transformar alguns parágrafos em outra matéria para ser usada como link correlato, adicionar foto ou vídeo, e por aí afora. (FERRARI, 2008, p. 44)

Dentre os grandes sites jornalísticos, ainda são produzidas matérias longas, com características do jornalismo de revista, aproveitando todas as oportunidades de multimídia que a WWW propicia, as mais longas conhecidas como narrativas verticais. Essas reportagens são pensadas para explorarem os vários recursos da web, com vídeos, infográficos, imagens e outros recursos especiais. Devido a essas características, permanecem restritas a grandes veículos, como, por exemplo, a Folha de São Paulo e o Estadão, por limitações técnicas e de pessoal. Assim, em sites de notícias locais da Paraíba, narrativas verticais não são priorizadas. O padrão observado nas matérias publicadas são notícias curtas, com três ou quatro parágrafos, incentivado pela característica da instantaneidade e atualização contínua no webjornalismo.

No meio eletrônico-digital, a atualização dos conteúdos acontece de maneira constante, não há dead line estabelecido. Em qualquer momento, na medida em que novas informações ou acontecimentos vão sendo produzidos, pode-se disponibilizar algo novo. Esta renovação contínua tem a intenção de manter o leitor/internauta mais tempo dentro de determinado site, entretido em suas páginas e links e recebendo informação nova. (BARBOSA, 2001, p. 6)

Com a expansão da banda larga, levando conexões de alta velocidade a um valor acessível para as cidades do interior, o webjornalismo começou a atrair empreendedores, entusiastas e profissionais da área. Os baixos custos de manutenção de um site e de produção de conteúdo para alimentá-lo, além de não haver necessidade de obtenção de concessões governamentais, tornam o empreendimento menos dispendioso quando comparado a um veículo convencional de rádio, televisão ou impresso. Essas mesmas particularidades também iriam beneficiar e atrair o internauta comum (PRADO, 2011, p. 55). Neste cenário, grandes

conglomerados de notícias, pequenos sites locais formados por jornalistas com e sem formação, disputam público, cada qual procurando oferecer um diferencial em seu produto.

É fato de que o conteúdo jornalístico está cada vez mais disponível na Web. A internet - por se tratar de uma plataforma de menor custo e de maior facilidade de engajamento e alcance – colaborou para o desenvolvimento e criação de milhares de veículos de comunicação de nicho – com publicações ofertadas nas mais diferentes temáticas. Com tanta variedade de conteúdo, ter um diferencial para atrair e fidelizar um grupo maior de leitores, tornou-se fundamental para a sobrevivência e crescimento dos veículos comunicacionais. (MELLO, 2015, p. 390)

No Estado da Paraíba, se disseminaram sites de notícias independentes dos grandes grupos de comunicação ou conglomerados de mídia, como também surgiram e se consolidaram blogs de jornalistas, a maioria com atenção especial voltada à editoria política. Política Mais Cedó⁴; PB Agora⁵; IParaíba⁶; A Palavra⁷; Resumo PB⁸; Diário do Sertão⁹; Paraíba Online¹⁰; Zero 83¹¹; Patos Online¹² são alguns destes sites noticiosos dedicados a produzir notícias de acontecimentos locais, ainda que dediquem espaço para informações de acontecimentos estaduais, nacionais e até internacionais.

A longevidade destes sites pode estar associada a estratégias de mercado que enxergam a necessidade de informações em localidades menores, ainda que se mantenham em rotinas e características de produção que, muitas vezes, percorrem o caminho oposto do adotado por grandes conglomerados midiáticos, ainda que seus modos de operação se tangenciem em alguns pontos. Enquanto veículos comunicacionais de abrangência nacional tentam encontrar fórmulas para obtenção de retorno financeiro, como a adoção do Paywall¹³ pelos sites da Folha de São Paulo e O Globo, por exemplo, boa parte dos sites de notícias locais se mantêm ainda entre a primeira e a segunda fase do webjornalismo, apenas ou em parte transpondo informações de outras mídias em seus espaços virtuais, mas com atualização frequente. Enquanto que nos maiores portais de notícias, o modelo generalista de informações, apropriado para um público que não possui afinidade com as potencialidades da

⁴ <https://www.politicamaiscedo.com.br/>

⁵ <http://www.pbagora.com.br/>

⁶ <http://iparaiba.com.br/>

⁷ <http://apalavraonline.com.br/index.php>

⁸ <http://www.resumopb.com/>

⁹ <http://www.diariosertao.com.br/>

¹⁰ <https://paraibaonline.net.br/>

¹¹ <http://zero83.com.br/>

¹² <http://www.patosonline.com/>

¹³ Parede de Pagamento, em uma tradução livre, o Paywall é um sistema de cobrança utilizado por empresas jornalísticas para permitir acesso às matérias de determinado site.

web, não encontra mais êxito (MELLO, 2015, p. 395), nos sites locais, reportagens compostas apenas de texto e fotografia, ainda encontram audiência que justifique a sua vitalidade.

O número de sites jornalísticos locais no Estado da Paraíba suplantou o número de jornais impressos, somando atualmente apenas dois periódicos de circulação estadual, o Correio da Paraíba e o Já Paraíba, ambos de um mesmo grupo empresarial, além do periódico estatal A União. Contando com emissoras de rádio, televisão, jornais impressos e sites, todos estaduais, percebe-se a formação de uma rede de empresas jornalísticas, de diferentes mídias, que empregam técnicas diversas para a obtenção de informação, em um modelo que pode ser encarado praticamente nos mesmos moldes de um ecossistema, onde cada veículo desenvolve uma série de comportamentos para atingir o mesmo fim: a sobrevivência.

Ao identificarmos essa dinâmica, notamos que os veículos jornalísticos estão em constante contato uns com os outros, formando uma rede que pode ser ilustrada de forma metafórica utilizando conceitos da Ecologia.

3. Um ecossistema jornalístico

Ao observarmos as empresas jornalísticas de determinada região, como a da cidade de Campina Grande, podemos notar que, de forma direta e indireta, essas empresas terminam por estabelecer conexões umas com as outras, formando uma teia na qual trocam informações entre si para produzirem seu conteúdo. Acontece de essa teia se expandir para outros estados ou até outros países, através de contatos com empresas jornalísticas nacionais e estrangeiras, como agências de notícias. No cenário campinense, temos empresas locais afiliadas a grandes conglomerados midiáticos, como a TV Paraíba, afiliada da Rede Globo, ou a TV Itararé, afiliada da TV Cultura, de São Paulo. Há estações de rádio independentes, como a Panorâmica e a Campina FM, e estações como a Correio FM, parte da Rede Correio, empresa estadual que detém também jornais impressos (Correio da Paraíba e Já Paraíba) e emissora de televisão (TV Correio) afiliada à Rede Record.

Percebe-se que todo veículo jornalístico, seja de qual área for, possui também sites jornalísticos¹⁴ oficiais, como o G1 Paraíba¹⁵, site que contém notícias produzidas pela TV Paraíba, hospedado no site oficial da Rede Globo, o G1¹⁶. A era da hegemonia da circulação

¹⁴ Endereços eletrônicos que reúnem informações segmentadas por editoriais. Portais agregam, além de notícias, entretenimento e serviços ao usuário, como chat e e-mail.

¹⁵ <http://g1.globo.com/pb/paraiba/>

¹⁶ <http://g1.globo.com>

da informação restrita apenas a empresas com grandes recursos financeiros parece ter sido quebrada em regiões com Internet disponível, onde se desenvolveram meios alternativos para jornalistas, com formação especializada ou não, produzirem e fornecerem notícias aos consumidores. Complementando então a rede jornalística local, há sites independentes, como é o caso do já citado Paraíba Online, além de Blogs jornalísticos¹⁷ também independentes, como o Blog do Lenildo Ferreira¹⁸. O conteúdo noticioso, especialmente desses sites e blogs tidos como independentes, parece depender em variados graus de outros veículos jornalísticos da região. Em um espaço geográfico limitado, empresas de todos os níveis competem entre si para levar ao público os acontecimentos locais, nacionais e até internacionais, usando de vários recursos para vencerem suas limitações. Grandes emissoras de televisão, rádios, jornais impressos, revistas e seus sites oficiais agora convivem com sites e blogs jornalísticos que conseguem fornecer ao público notícias de abrangência local e além, fazendo concorrência em territórios definidos. Nesse processo de produção de informação, os veículos costumam interagir entre si de forma semelhante ao comportamento de entes biológicos em um ecossistema. Em Ecologia, uma área da Biologia dedicada ao estudo das relações entre seres vivos no meio em que vivem (LOPES, 2006, p. 536), um ecossistema é um ambiente no qual diferentes espécies compartilham a mesma área, interagindo entre si em diversos níveis, para garantirem sua sobrevivência.

Os princípios que definem um ecossistema aplicam-se em todas as escalas, desde um pequeno lago até nível planetário. Assim, um ecossistema pode ser tanto uma floresta, um lago, uma ilha, um recife de corais ou um aquário auto-suficiente, com plantas, peixes, bactérias, algas, etc. O maior ecossistema do planeta é a própria biosfera, considerada sua totalidade (AMABIS e MARTHO, s.d., p. 304)

Em uma analogia simples a partir dessa definição, podemos apontar Campina Grande como a área ou, de acordo com a Ecologia, o habitat, no qual veículos jornalísticos de diferentes categorias (rádio, impresso, televisão, internet) se relacionam entre si, capturando e processando informações do ambiente para produzirem notícias, que são consumidas pelos cidadãos, garantindo a sobrevivência dessas empresas. “O conjunto de relações que uma espécie mantém com outras espécies e com o ambiente físico recebe o nome de nicho ecológico ou, simplesmente, nicho”. (LINHARES e GEWANDSZNAJDER, 2013, p. 184)

Alguns dos métodos de produção de conteúdo em sites são a apuração própria, realizada por equipes de reportagem da empresa, a compra de reportagens de agências de

¹⁷ Site pessoal que une informação e opinião com conteúdo diário e organizado cronologicamente

¹⁸ <http://www.lenildoferreira.com.br/>

notícias, a captura de informações por meio da rádio escuta, o recebimento de releases de assessorias e a replicação de notícias de outros sites, citando ou não a fonte. Nesses processos, as empresas interagem entre si, mesmo que disputem a obtenção de notícias em um mesmo ambiente. Essa interação tem características similares, em certos pontos, à interação entre seres vivos em um ecossistema. Em ambos os casos, os relacionamentos podem ocasionar benefícios para ambos os envolvidos ou apenas para um deles. Na Biologia, essas interações são classificadas como harmônicas ou desarmônicas, ocorrendo em um estado contínuo de competição. “Organismos de mesma espécie quase sempre disputam recursos do meio; há situações, entretanto, em que eles se auxiliam mutuamente, trocando benefícios” (AMABIS e MARTHO, s.d., p. 342). Podemos usar esses conceitos e classificações da Biologia para ilustrar de forma metafórica as relações entre os veículos jornalísticos que disputam o mesmo público em uma mesma área geográfica.

Quando uma empresa jornalística produz seu conteúdo por meio da publicação de um release enviado por uma assessoria de comunicação, a relação pode ser comparada a uma relação de mutualismo facultativo, ou protocooperação, onde Sônia Lopes (2006, p. 232) lembra que, na protocooperação “[...] indivíduos de espécies diferentes obtêm benefícios mútuos sem que haja dependência entre eles”. Nesse caso, ambas as empresas se beneficiam mas podem alcançar seus objetivos de forma autônoma.

Quando ocorre a compra da informação através de uma agência de notícias, a relação pode ser comparada a uma relação de simbiose mutualística entre a Agência e o veículo jornalístico que publica essa informação em seu site. “Simbiose refere-se a toda e qualquer associação permanente entre indivíduos de espécies diferentes que, normalmente, exerce influência recíproca no metabolismo, seja ela uma interação positiva ou negativa” (LOPES, 2006, p. 552). Neste caso, a Agência de Notícias possui uma dependência maior em relação ao veículo jornalístico. Ambas as relações, protocooperação e simbiose, são consideradas relações de mutualismo, variando apenas o grau de dependência entre as espécies nos dois casos.

Por fim, nos casos nos quais ocorre a replicação da notícia já publicada em outro site, ainda que com a citação da fonte, a relação pode ser comparada a uma relação de parasitismo, uma vez que o acesso à notícia será por meio da replicação em site de um terceiro, não contabilizando no site original. “Parasitismo é o tipo de simbiose em que uma espécie parasita associa-se a outra - a espécie hospedeira -, causando-lhe prejuízo por se alimentar à sua custa” (AMABIS e MARTHO, s.d., p. 352). O mesmo tipo de relação pode ser

reconhecida quando ocorre o processo de rádio escuta, no qual o jornalista constrói sua notícia por meio do que ouve em um programa de alguma estação de rádio. Apenas “empacota” as informações no formato apropriado para veiculação em site.

Podemos então verificar se esses conceitos podem ser utilizados para ilustrar os métodos de apuração e elaboração das notícias publicadas no site Paraíba Online e, conseqüentemente, a dinâmica deste com outros veículos jornalísticos.

4. Procedimentos metodológicos

4.1 Metodologia

Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa, centrada na dinâmica das relações entre o Paraíba Online e outros veículos jornalísticos no processo de apuração e publicação de notícias. Quanto aos objetivos, foram adotadas as pesquisas exploratória e descritiva. A primeira tendo em vista que, por meio desta se pode chegar “[...] a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 2008, p.27), produzindo uma visão geral sobre o fenômeno de estudo. Ainda segundo Gil (2008), pesquisas exploratórias envolvem pesquisa bibliográfica, documental, entrevistas e estudo de caso. A segunda, por descrever fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVINOS apud GERHARDT e SILVEIRA, 2009, p. 35). Para a entrevista, realizada com funcionário da redação do Paraíba Online, foi adotada o tipo despadronizada, onde, segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 197), “É uma forma de poder explorar amplamente uma questão. Em geral, as perguntas são abertas e podem ser respondidas dentro de uma conversação informal”. As informações concedidas na entrevista foram utilizadas na descrição das rotinas produtivas na redação do Paraíba Online.

Quanto ao procedimento, optou-se pelo estudo de caso, demandado por ambos os objetivos adotados pela pesquisa, exploratória e descritiva.

Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. (YIN, 2005, p. 32)

O Paraíba Online foi escolhido por ser um site independente¹⁹, não sendo parte ou associado a outro grupo jornalístico, e ter sua redação em Campina Grande. Outros fatores

¹⁹ Site sem vínculo ou dependência de outros grupos de comunicação ou conglomerados de mídia, com redação própria.

levados em consideração para a seleção do site foi a facilidade de acesso a funcionários e familiaridade com seu conteúdo e linha editorial devido especialmente a um período de observação por meio de acessos diários durante os meses que antecederam a confecção do artigo. As matérias selecionadas foram as que constavam com chamadas na *homepage* do site em dia e hora escolhidos para essa seleção, sendo escolhidas aquelas que se encaixassem nos modelos de apuração descritos no capítulo anterior, com indicações de fontes de revista digital, assessoria de comunicação, rádio e agência de notícias. As indicações serviram de pista para pesquisar na internet os sites e páginas originais em que foram publicadas. Com as matérias selecionadas do Paraíba Online e as respectivas contrapartes originais, foi construída uma tabela na qual foram postadas todas as informações disponíveis sobre elas, como data e horário da postagem, indicação de fontes de informações, link para a matéria original com data e horário de postagem, quando encontrados, alterações detectadas entre a matéria original e a reprodução, e modelo de interação correspondente aos conceitos da Ecologia também narrados no capítulo anterior. O procedimento seguinte foi transpor as informações contidas na tabela em textos contendo análises de cada uma, conforme seguem no próximo capítulo.

4.2 Coleta a análise dos dados

O Paraíba Online é um site jornalístico, com redação fixa em Campina Grande, dedicado principalmente a veicular notícias e informações relacionadas ao estado da Paraíba, catalogadas em diversas editorias, apesar de também dar destaque a notícias de abrangência nacional. Também integram o site colunistas fixos, a exemplo da coluna Aparte²⁰, de autoria de Arimatéa Souza, e colunistas eventuais. As matérias publicadas não possuem assinatura do jornalista, mas indicam a fonte utilizada. O padrão das matérias são textos curtos, de 2 a 4 parágrafos, com poucas linhas cada, acompanhada de fotografia após o título. Não é comumente observado o uso de outros elementos como vídeos, ilustrações, infográficos, recursos de áudio ou demais elementos multimídia nas matérias selecionadas para a pesquisa, a não ser que sejam integrantes de uma matéria de outro veículo, republicada no site.

A prática da rádio escuta se constitui, no Paraíba Online, um dos principais métodos para obtenção de notícias. A empresa não se dedica exclusivamente à produção noticiosa para alimentação do site, possuindo uma rede de clientes para os quais realiza o serviço de clippagem. De acordo com um funcionário, cujo trabalho é inteiramente dedicado à rádio

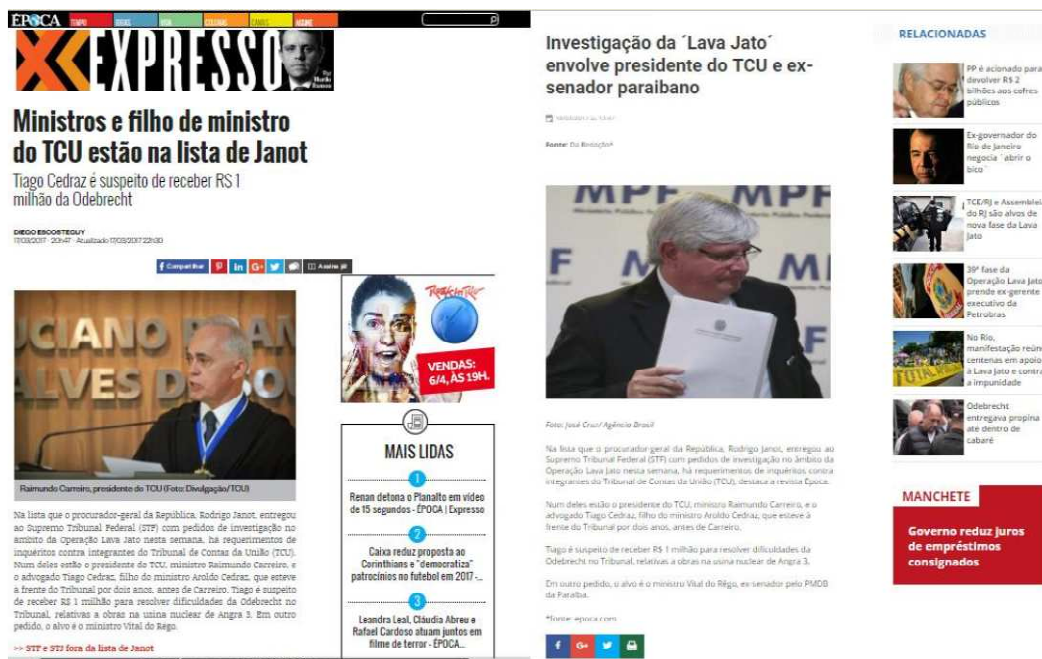
²⁰ https://paraibaonline.com.br/p_aparte/

escuta, sua função é gravar determinados programas jornalísticos, separar os clientes da empresa que forem citados, realizar a clipagem desse material e remeter, em CD, à redação. Em seguida, é realizada a transcrição de entrevistas feitas durante o programa, que são transformadas em matérias e enviadas à redação para então serem publicadas no site. Tal rotina de trabalho se coaduna perfeitamente à descrição de empacotamento de notícias já citado no capítulo 1. As matérias, segundo o mesmo, são produzidas de acordo com informações que são concedidas em entrevista no programa de rádio. Os funcionários da área da equipe jornalística da empresa agem como empacotadores de notícias, agentes limitados a colocarem as informações no modelo requisitado pelo site. De acordo com informações concebidas por fonte interna do site, raramente ocorrem reuniões de pauta, e a equipe de reportagem dificilmente sai à campo para realizar coberturas próprias. Ainda segundo a fonte, em uma semana de trabalho, cada colaborador do site pode chegar a produzir até 40 matérias apenas via prática de rádio-escuta.

Foram selecionadas amostras do site Paraíba Online para verificar se este adota comportamentos similares ao de seres vivos em um ecossistema, utilizando definições da Ecologia como metáfora para as relações de veículos jornalísticos entre si, como foram descritos no capítulo anterior. O critério da escolha foi apenas a de ser um veículo independente, não integrante de um grande grupo jornalístico.

Foram selecionadas 4 notícias publicadas pelo Paraíba Online, todas com chamadas na *homepage* do site no dia 18 de março de 2017, dentro de um intervalo de tempo entre 13h50m e 14h10m.

FIGURA 1: Revista Época como fonte



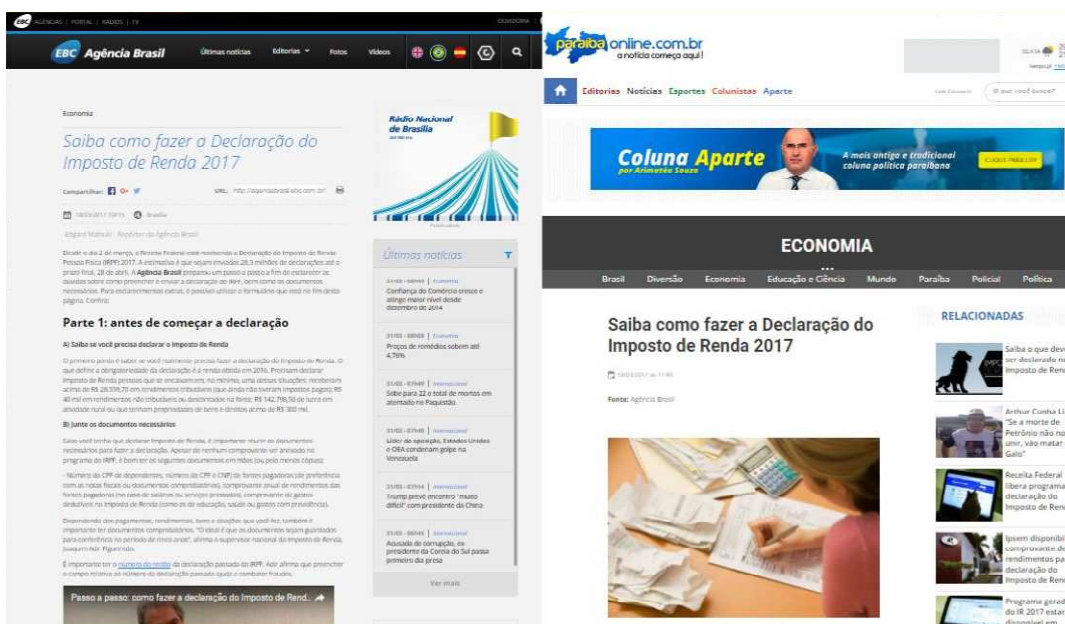
Fonte: Capturas de tela realizadas pelo autor

Na matéria “Investigação da ‘Lava Jato’ envolve presidente do TCU e ex-senador paraibano”²¹, a informação foi retirada integralmente de um artigo publicado no site da revista Época, sob o título “Ministros e filho de ministro do TCU estão na lista de Janot”²², com assinatura do jornalista Diego Escosteguy, com data de publicação em 17/03/2017 e última atualização às 22h30. A Matéria foi reproduzida no Paraíba Online, no dia 18/03/2017, às 13:47, praticamente na íntegra, adicionando apenas a referência à revista Época e a informação do antigo cargo do ministro Vital do Rêgo, na última linha, além de alterações na formatação do texto, acrescentando espaçamento entre os parágrafos. A fotografia utilizada também sofreu alteração, sendo utilizada uma imagem do acervo da Agência Brasil. No site do Paraíba Online consta apenas as informações que foram retiradas da Época, porém não indica *link* nem o autor da matéria original. Nesse caso, de acordo com os modelos de interação entre seres vivos utilizados na Ecologia, corresponde a um comportamento parasitário, uma vez que só há benefício para um dos envolvidos nessa relação entre os dois veículos jornalísticos, no caso, o Paraíba Online, devido a não haver *link* que leve o internauta diretamente para a fonte original da notícia.

²¹ Disponível em <https://paraibaonline.com.br/investigacao-da-lava-jato-envolve-presidente-do-tcu-e-ex-senador-paraibano/>

²² Disponível em <http://epoca.globo.com/politica/expresso/noticia/2017/03/ministros-e-filho-de-ministro-do-tcu-estao-na-lista-de-janot.html>

FIGURA 2: Agência de notícias como fonte



Fonte: Capturas de tela realizadas pelo autor

A matéria “Saiba como fazer a Declaração do imposto de Renda 2017”²³ é a reprodução de conteúdo original da Agência Brasil²⁴, agência de notícias nacional, publicada em 18/03/17 às 10h15. Foi reproduzida no Paraíba Online na mesma data, às 11h49, citando a fonte. As únicas alterações detectadas foram a adição de uma fotografia abaixo do título, sem indicação de autoria, a exclusão das três últimas linhas de texto da matéria e o último vídeo. Uma Agência de Notícias é uma empresa jornalística cujo objetivo é elaborar e transmitir informações para veículos de comunicação em geral. Como a Agência Brasil, criada pelo governo federal em 2007, oferece notícias nacionais por meio da licença Creative Commons, que permite a cópia gratuita de conteúdo. Devido à natureza da Agência Brasil, nesse caso destacado há uma relação de simbiose mutualística com o Paraíba Online. Ambos os veículos se beneficiam na relação, especialmente a agência, por estar cumprindo sua principal finalidade, a distribuição gratuita de notícias.

²³ Disponível em <https://paraibaonline.com.br/saiba-como-fazer-a-declaracao-do-imposto-de-renda-2017/>

²⁴ Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2017-03/passos-como-fazer-declaracao-do-imposto-de-renda-2017>

FIGURA 3: Assessoria de comunicação como fonte



Fonte: Capturas de tela realizadas pelo autor

Na matéria sobre o “Cine Sesi percorrerá 40 cidades da Paraíba”²⁵, o site Paraíba Online publicou quase em sua totalidade release da empresa SESI, publicado no site da FIESP²⁶, apenas excluindo as informações referentes à programação da sexta-feira por já ter ocorrido na data em que foi reproduzida. A data da publicação original é 15/03/17 e a da reprodução, 18/03/17, às 13h56. Nesse caso, ambas as empresas se beneficiaram dessa relação, podendo ser então classificada como uma relação de protocooperação. A assessoria de comunicação do SESI ganhou um veículo extra para divulgar seu projeto e o Paraíba Online pôde disponibilizar uma informação de interesse social para o público que acessa sua página regularmente. Nesse tipo de relação, ambos os envolvidos se beneficiam, ainda que a relação não seja essencialmente imprescindível para a sobrevivência de ambos.

²⁵ Disponível em <https://paraibaonline.com.br/cine-sesi-percorrera-40-cidades-da-paraiba-2/>

²⁶ Disponível em http://www.fiepb.com.br/noticias/2017/03/15/cine_sesi_percorrera_40_cidades_da_paraiba

FIGURA 4: Rádio como fonte

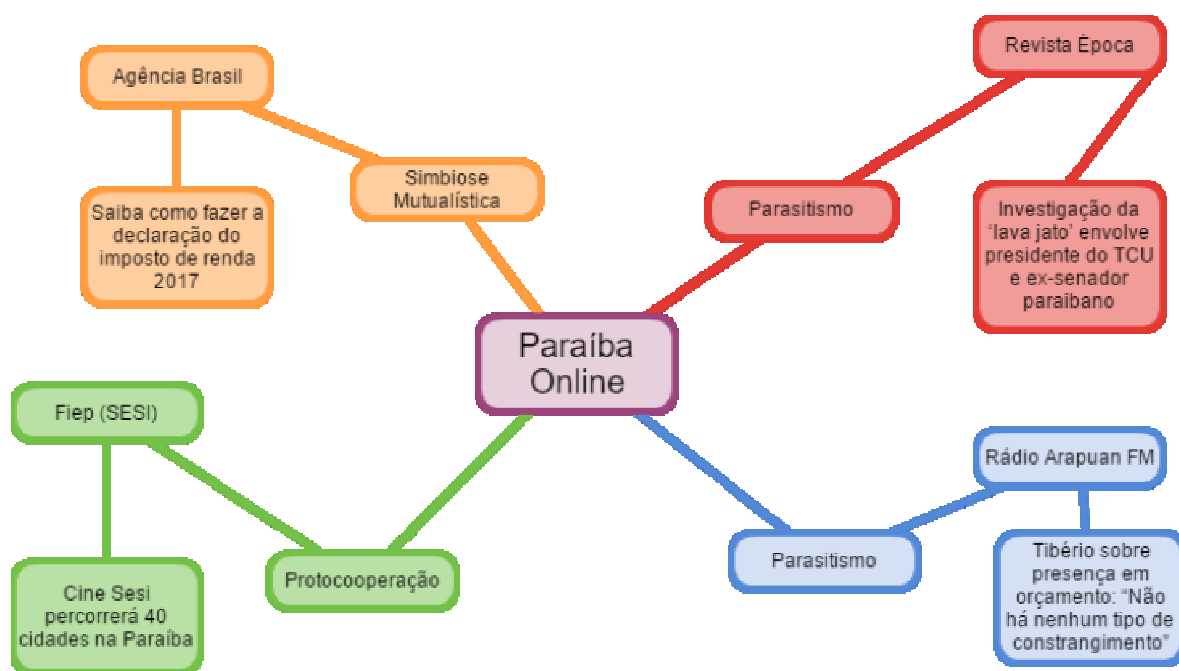


Fonte: Captura de tela realizada pelo autor

A prática da rádio escuta ocorre na matéria “Tibério sobre presença em orçamento: Não há nenhum tipo de constrangimento”. Apesar de constar no início da matéria a informação “Fonte: da redação”, ao final do texto consta “As informações foram concedidas à Rádio Arapuan FM”. Na empresa, há funcionários dedicados integralmente à prática da rádio escuta, seja na redação do Paraíba Online ou trabalhando em domicílio. É um tipo de relação parasitária, uma vez que apenas um dos veículos se beneficia do trabalho do outro. O Paraíba Online se apropria do trabalho jornalístico da rádio Arapuan, realiza a gravação e seleção das informações e as empacota em um formato adequado ao ambiente web.

O organograma abaixo apresenta de forma simplificada as relações do Paraíba Online com veículos jornalísticos regionais e nacionais na produção das quatro notícias utilizadas como amostra nesta pesquisa:

FIGURA 5: Organograma



Fonte: Produzido pelo autor

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observando o desenvolvimento e expansão da internet pelo mundo, notamos que seus efeitos transformadores no tangente ao jornalismo foram e continuam intensos, mas operando de formas diferentes a depender do veículo jornalístico, especialmente de poder financeiro de cada um, refletindo no número de profissionais nas redações e suas rotinas de produção. Em veículos menores, como um site regional, a figura do jornalista funciona como um bot²⁷ coletor de informações disponíveis na própria rede.

Nas matérias do Paraíba Online utilizadas como amostra deste artigo, foi constatado que o site não realizou apuração jornalística própria. Seus colaboradores se utilizaram do recurso da rádio escuta, atividade realizada em suas residências ou na redação da empresa, para selecionarem e redigirem suas notícias, além de outros veículos jornalísticos, como a revista Época, a assessoria de comunicação do Sesi e a Agência Brasil. Tais táticas de elaboração de conteúdo encontram similaridade nas interações entre seres vivos dentro de um ecossistema, como parasitismo, protocooperação e simbiose mutualística, os quais foram tomados como metáfora para ilustrar tais procedimentos.

²⁷ Programa de computador cuja função é executar de forma automática e repetitiva uma tarefa menor.

Os dados aqui apresentados ressaltam a fragilidade do processo de apuração jornalística na redação do veículo analisado, no qual o jornalista assume a função de empacotador de notícias, nunca ou raramente se distanciando do computador durante esse processo, levantando também ponderações acerca de até que ponto tais práticas, especialmente a do parasitismo, podem ser tóxicas para o jornalismo em si. Os métodos de apuração e produção das notícias destacadas encontram paralelo ainda nas características da Primeira e Segunda gerações do jornalismo digital, devido à prática da transposição e da atualização diária.

Este artigo não se propõe a apontar os motivos deste tipo de metodologia de trabalho adotado pelo veículo em questão, nem a delimitar a extensão dessa prática, sendo necessárias outras pesquisas para se aprofundar no fenômeno, assim como verificar se tais práticas adotadas pelo Paraíba Online são utilizadas também por outros veículos independentes ou até mesmo por grandes conglomerados de mídia, em maior ou menor grau, levando a uma expansão do modelo de ecossistema aplicado ao universo do jornalismo e suas possíveis consequências.

REFERÊNCIAS

AMABIS, José Mariano e MARTHO, Gilberto Rodrigues. **Biologia Das Populações**. São Paulo: Moderna, s.d.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Online: dos sites noticiosos aos portais locais**. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-online.pdf>> Acesso em 12 de novembro de 2016.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. In CANAVILHAS, João (Org.). Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis. Portugal: Labcom, 2013.

BASTOS, Helder. **A Diluição do jornalismo no Ciberjornalismo**. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf>> Acesso em 12 de novembro de 2016.

CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 Características que marcam a diferença**. Portugal: Labcom, 2014.

CORREIA, Maria Alice de Carvalho. **Desconstrução do modelo industrial da produção jornalística: o poder da tecnologia como divisor de águas**. Disponível em <<http://www.bibliotekevirtual.org/index.php/2013-02-07-03-02-35/livro/2017-livros/978-85-67818-68-1/20712-desconstrucao-do-modelo-industrial-da-producao-jornalistica-o-poder-da-tecnologia-como-divisor-de-aguas.html>> Acesso em 06 de janeiro de 2017.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2008.

GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo (org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LINHARES, Sérgio e GEWANDSZNAJDER, Fernando. **Biologia Hoje Vol.3**. São Paulo. Ática, 2013.

LOPES, Sônia. **Bio Volume Único**. São Paulo. Saraiva, 2006.

MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. **Manual de Jornalismo na Internet**. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/manual/Cap1.pdf>> Acesso em 12 de dezembro de 2016.

MARCONI, Marina de Andrade Marconi e LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5 Ed. São Paulo. Atlas. 2003.

MELO, Rafael de Araújo; SILVA, Fernando Firmino da (org). A multimidialidade nos portais de notícias da Paraíba. **Transmutações no Jornalismo**. Disponível em <<http://www.uepb.edu.br/download/ebooks/Transmutacoes-no-Jornalismo.pdf>> Acesso em 05 de janeiro de 2017.

MIELNICZUK, Luciana . **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web.** Disponível em < <https://sueytemporal.wordpress.com/artigos/outros-autores/sistematizando-alguns-conhecimentos-sobre-jornalismo-na-web/>> Acesso em 05 de janeiro de 2017.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A Apuração da Notícia.** 3. Ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação on-line.** São Paulo: Summus, 2003.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo.** Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PUCCININ, Fabiana. **Jornalismo online e prática profissional: Questionamentos sobre a apuração e edição de notícias para web.** Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/puccinin-fabiana-jornalismo-online-pratica-profissional.pdf>> Acesso em 12 de novembro de 2016.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.