



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**O JORNALISMO E A INTERNET: O BLOG COMO FERRAMENTA DA NOTÍCIA**

**MANUELLY MEIRA DE ALMEIDA**

**CAMPINA GRANDE - PB**

**2013**

MANUELLY MEIRA DE ALMEIDA

**O JORNALISMO E A INTERNET: O BLOG COMO FERRAMENTA DA NOTÍCIA**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), apresentado ao Departamento de Comunicação Social, da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, como requisito para obtenção do título de Bacharelado em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof<sup>o</sup> Ms. Hipólito de Sousa Lucena

CAMPINA GRANDE - PB

2013

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA SETORIAL CIA I – UEPB

A447j Almeida, Manuely Meira de.

O jornalismo e a internet: o blog como ferramenta da notícia.  
[Manuscrito]./ Manuely Meira de Almeida. – 2013.

57f. :il. color

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba,  
Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2013.

“Orientação: Prof. Ms. Hipólito de Sousa Lucena,  
Departamento de Comunicação Social”.

1. Jornalismo. 2. Internet. 3. Blog. I. Título.

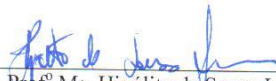
21. ed. CDD 070.4

MANUELLY MEIRA DE ALMEIDA

O JORNALISMO E A INTERNET: O BLOG COMO FERRAMENTA DA NOTÍCIA

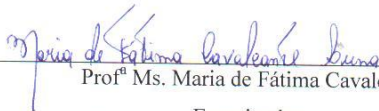
Aprovada em 03 de Setembro de 2013

BANCA EXAMINADORA



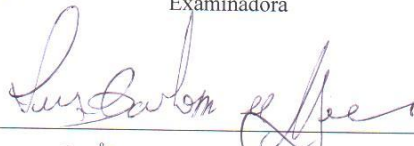
Prof<sup>o</sup> Ms. Hipólito de Sousa Lucena

Orientador



Prof<sup>a</sup> Ms. Maria de Fátima Cavalcante Luna

Examinadora



Prof<sup>o</sup> Ms. Luiz Barbosa de Aguiar

Examinador

Campina Grande - PB  
2013

Dedico esse trabalho a Deus, que foi quem me permitiu alcançar mais uma vitória, e a minha família que nunca desistiu de acreditar em meu potencial.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, pela vida.

Aos amigos, pelo apoio de sempre;

Aos meus pais e irmãos, principalmente à minha mãe por ter sido meu referencial de vida, dando-me educação, amor e caráter;

Ao meu amor, Adriano Vito, sem o qual eu não teria conseguido “desengavetar” este sonho;

Ao orientador Professor Hipólito Lucena pela demarcação do caminho, orientação, apoio e cuidado;

E aos professores, pelo estímulo e confiança.

*O Jornalismo é a profissão que requer o conhecimento mais largo e profundo sem esquecer os mais firmes fundamentos de caráter (Joseph Pulitzer).*

## RESUMO

Com o crescimento da informação virtual, torna-se fundamental contextualizar as diversas possibilidades de se exercer o jornalismo diante dos avanços tecnológicos, buscando mostrar como a internet permite ao profissional jornalista ampliar a qualidade da informação e a capacidade de interação com o leitor. Desta forma, o presente Trabalho de Conclusão de Curso tem como principal objetivo analisar a relação da internet e o jornalismo, buscando mostrar a importância do blog como ferramenta virtual e interativa no processo de construção da notícia. Mais especificamente, pretende-se realizar um breve estudo sobre a trajetória do jornalismo, mostrando a sua atual realidade. Além disso, buscou-se caracterizar a importância da internet no contexto jornalístico, demonstrando os diversos recursos no auxílio da difusão da informação jornalística, dando ênfase ao blog. Para alcançar os objetivos propostos foi utilizada uma pesquisa bibliográfica com características exploratórias e análise qualitativa dos dados coletados em fontes primárias e secundárias de diversos autores, dentre eles Sousa (2008), Gomes (2005), Crucianelli (2010), Murad (2003), Canavilhas (2004) entre muitos outros que abordam assuntos inerentes ao tema escolhido. Ao final, constatou-se que as mudanças ocorridas ao longo do tempo forçaram o jornalismo a se adaptar a chegada dos novos meios de comunicação, como o Rádio e a TV e, atualmente, a Internet. Com relação à Internet, diversas são as ferramentas disponíveis para a utilização do jornalismo, dentre elas, está o blog, que revolucionou a linguagem jornalística e trouxe definitivamente uma notícia que não se restringe à sua divulgação, mas, vai além, dispõe ao leitor a oportunidade de questionar, auxiliar e até transformar o sentido da notícia em tempo real.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Internet. Blog.



## **ABSTRACT**

With the growth of virtual information, it becomes essential to contextualize the various possibilities to practice journalism in the face of technological advances, trying to show how the Internet allows the professional journalist to expand the quality of information and the ability to interact with the reader. Thus, this work Completion of course is meant to examine the relationship of journalism and the internet, trying to show the importance of the blog as a virtual and interactive tool in the process of building the news. More specifically, we intend to conduct a brief study of the history of journalism, showing your current reality. In addition, we sought to characterize the importance of the Internet in journalistic context, demonstrating the various features to aid the diffusion of journalistic information, emphasizing the blog. To achieve the proposed objectives was used with a literature search features exploratory and qualitative analysis of data collected in primary and secondary sources of various authors, including Sousa (2008), Gomes (2005), Crucianelli (2010), Murad (2003), Canavilhas (2004) among many others that address issues inherent in the chosen topic. At the end, it was found that changes over time has forced journalism to adapt to the arrival of new media such as radio and TV and currently the Internet. Regarding the Internet, there are several tools available for use in journalism, among which is the blog, which revolutionized the language of journalism and brought news that definitely is not restricted to its disclosure, but goes beyond, provides the reader opportunity to question, and even help make sense of the news in real time.

**Key-works:** Journalism. Internet. Blog.

## LISTA DE FIGURAS E QUADRO

<b>Figura 01.</b> Exemplares: “Gazeta do Rio de Janeiro” e “Correio Braziliense”, de 1808 .....	15
<b>Figura 02.</b> Pirâmide Invertida.....	25
<b>Figura 03.</b> Pirâmide deitada .....	27
<b>Figura 04.</b> Interfase do portal Globo.com.....	33
<b>Figura 05.</b> Ferramenta de interação: Orkut.....	37
<b>Figura 06.</b> Ferramentas de interação: Messenger .....	38
<b>Figura 07.</b> Ferramenta de interação: Twitter .....	39
<b>Figura 08.</b> Ferramenta de interação: Facebook.....	39
<b>Figura 09.</b> Ferramentas de Interação: blogs.....	40
<b>Figura 10.</b> warBlog (Back to Iraq). .....	44
<b>Figura 11.</b> Blog Portal (Blog do Noblat) .....	46
<b>Figura 12.</b> Blog Coluna (Blog Notas Musicais) .....	47
<b>Figura 13.</b> Blog Híbrido (blog Tiago Doria Weblog) .....	49
<b>Quadro 01.</b> Classificação dos portais .....	31

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	13
2.1 O JORNALISMO COMO FONTE DE INFORMAÇÃO: BREVE RELATO NA HISTÓRIA.....	13
2.2 A REALIDADE ATUAL DO JORNALISMO.....	17
2.3 INTERNET: NOVOS RUMOS PARA O JORNALISMO.....	19
2.4 WEBJORNALISMO: A NOVA LINGUAGEM DO JORNALISMO .....	23
<b>2.4.1 Pirâmide Invertida X Pirâmide Deitada: Caminhos do Webjornalismo</b> .....	24
2.5 RECURSOS DA INTERNET PARA O WEBJORNALISMO .....	29
<b>2.5.1 Os Portais</b> .....	30
<b>2.5.2 Redes Sociais Virtuais</b> .....	34
2.6 O BLOG JORNALÍSTICO: UM NOVO MODO DE FAZER NOTÍCIA .....	41
<b>2.6.1 Fatores para o Surgimento do Blog Jornalístico</b> .....	42
<b>2.6.2 Caracterização Tipológica dos Blogs Jornalísticos</b> .....	45
2.6.2.1 Blog Portal .....	45
2.6.2.2 Blog Coluna.....	46
2.6.2.3 Blog Híbrido .....	48
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	50
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA .....	50
3.2 COLETA DE DADOS .....	50
3.3 ANÁLISE DE DADOS .....	50
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	51
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	53

## 1 INTRODUÇÃO

O jornalismo é uma das mais antigas profissões existentes no mundo civilizado. Trata-se de uma atividade que envolve principalmente a difusão das informações e fatos de relevância para a sociedade. Desde o princípio, quando as notícias eram ainda transmitidas de forma oral, a grande finalidade do profissional jornalista era fazer com que as pessoas tivessem acesso aos acontecimentos, estimulando uma reflexão crítica dos fatos.

Neste aspecto, pode-se constatar que o jornalismo, como atividade de produção e divulgação de informações, colabora de certa forma até hoje na aquisição de conhecimento, complementando as funções culturais próprias da ciência e da arte que se centram, respectivamente, no particular e no universal. Portanto, no cumprimento da sua função social, a disponibilização dos dados para a sociedade sempre foi feita de forma ética, de qualidade e democrática, atendendo ao interesse público. De acordo com Bucci (apud GOMES, 2005, p. 02), “o jornalista é um trabalhador intelectual a serviço da democracia e do direito à informação”.

Inicialmente, nas atividades jornalísticas, as informações eram repassadas de forma precária e para uma pequena parte da sociedade burguesa, mas, com a invenção do tipógrafo, no início do século XIV, o jornalismo passou a ter uma importância maior, as notícias começaram a ser impressas em papel e em forma de panfletos eram distribuídos pelas praças e bares das cidades, evoluindo assim, de acordo com as transformações da sociedade. Já no século XVII, os primeiros jornais foram publicados e eram denominados *Gazetas*, a partir de então houve um avanço considerável, tendo o jornalismo impresso o seu ápice a partir do século XIX com o advento do telégrafo, inventado por Samuel Morse.

No Brasil, o jornalismo impresso iniciou suas atividades no século XIX, mais precisamente no ano de 1808, com a criação da *Gazeta do Rio de Janeiro* e do *Correio Braziliense*.

Ao longo do tempo, novos meios de comunicação surgiram e o jornalismo, como uma atividade dinâmica, teve que se adequar às novas linguagens redacionais. Em 1887, com o advento do Rádio, é implantado o jornalismo radiofônico, no qual as notícias eram narradas, surge assim, o Radiojornalismo, que tem a característica de amplitude e uma relação mais direta com o leitor. Mais tarde, com o aparecimento da Televisão (1940), o jornalismo adquire além da voz, a imagem e é denominado Telejornalismo.

Com o surgimento da internet, como rede de transmissão de dados, o jornalismo teve que se ajustar novamente, desta vez à nova linguagem informativa, o webjornalismo, o qual

proporcionou a possibilidade de dispor as notícias quase em tempo real, atualizando-as para um melhor entendimento do leitor, que a partir de então também pôde interagir, ter a oportunidade de ampliar, criticar, informar e até contrapor as notícias dispostas.

Sendo assim, podemos também observar nesse novo cenário jornalístico, o início da relação entre a mídia tradicional (rádio, TV e jornal) e as ferramentas virtuais da internet, fazendo com que as informações jornalísticas fossem ampliadas ou completadas de acordo com a ideia disposta. Segundo Rodrigues (2006 apud SCHMITT, FIALHO, 2007, p. 13), “há vários casos de informações veiculadas na internet que são aproveitadas pelos meios de comunicação e há muitos sites que são observadores atentos da atividade jornalística”.

Atualmente, no jornalismo, as ideias de participação e de colaboração, a partir das possibilidades disponíveis na internet estão sendo assimiladas de forma ampla, gerando uma maior interação entre o meio de comunicação e o público, resultando num maior respeito ao leitor. Além disso, na visão de Crispino (2010), as ferramentas digitais como os Portais e as Redes Sociais impulsionaram o jornalismo para o interativismo, essa nova realidade impôs ao profissional jornalista uma capacidade de expor as informações de maneira mais estruturada com relação à apuração, à redação e à velocidade de publicação das notícias, passando o profissional de jornalismo a atender a necessidade do “webleitor”.

Hoje, é principalmente através de instrumentos como Facebook, Twitter, blogs entre outros, que o jornalismo busca tornar a notícia mais acessível para o público, além de se beneficiar com informações que são divulgadas nesses ambientes e que servem como complemento da mensagem.

Dentre os ambientes virtuais utilizados pelo profissional jornalista, o blog se destaca devido à facilidade de construí-lo e a maneira habitual de usá-lo. Além disso, há um ingrediente que é pertinente tanto para o jornalismo como para a internet, é a possibilidade de o leitor poder dar a sua opinião através de comentários positivos ou negativos a cerca da matéria divulgada, dentro de um contexto generalizado.

Por esse motivo, será realizado um estudo que tem como tema: “O Jornalismo e a Internet: O Blog como Ferramenta da Notícia”, que busca demonstrar a importância da internet para o jornalismo, principalmente com a utilização do blog, relevante para os profissionais jornalistas que pretendem se inserir no universo da internet e aproveitar as oportunidades que são dispostas neste segmento.

Além disso, torna-se fundamental contextualizar as diversas possibilidades de se exercer o jornalismo diante dos avanços tecnológicos, buscando mostrar como a internet

permite ao profissional jornalista ampliar a qualidade da informação e a capacidade de interação com o leitor.

Desta forma, faz-se necessário levantar a seguinte questão: qual a importância do Blog como ferramenta para a construção da notícia, dentro do cenário atual do jornalismo inserido no mundo globalizado em que a internet é o centro das atividades mundiais?

No intuito de responder a referida questão, o presente estudo tem como objetivo geral analisar a relação da internet e o jornalismo, buscando mostrar a importância do blog como ferramenta virtual e interativa no processo de construção da notícia. Mais especificamente, objetiva-se realizar um breve estudo sobre a trajetória do jornalismo; mostrar a atual realidade do jornalismo; caracterizar a importância da internet no contexto jornalístico; e, por fim, demonstrar os diversos recursos da internet no auxílio da difusão da informação jornalística, dando ênfase ao blog.

Diante desta proposta, será realizado o referencial teórico construído a partir das bases metodológicas do trabalho, caracterizando-se como uma pesquisa bibliográfica, de caráter exploratório e de abordagem qualitativa, buscando, principalmente atingir os objetivos propostos.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O jornalismo é classificado como uma prática social que envolve fundamentalmente as esferas da produção, circulação e recepção de notícias. Dentro do contexto das ciências humanas e sociais, o jornalismo está voltado para o conhecimento científico e suas práticas em suas conexões com a sociedade (ROMANCINI, 2005).

Desta forma, as mudanças de formato e linguagem os quais consolidaram o jornalismo como um meio de comunicação e uma fonte de informação confiável e popular, foram primordiais para compreender a sua trajetória até os dias atuais. Desde o período analógico até a era digital, com o advento da internet, o jornalismo vem transitando de forma sempre atuante e atualizada, buscando se adaptar às intempéries sociais, culturais e econômicas.

Sendo assim, propõe-se a realização de um levantamento bibliográfico sobre a trajetória do jornalismo como fonte de informação, buscando sempre disponibilizar o acesso dos fatos que norteiam a história da sociedade até os dias atuais. Além disso, faz-se necessário mostrar a importância da Internet como uma nova linguagem do jornalismo, dando ênfase ao blog como ferramenta para a formação da notícia.

### 2.1 O JORNALISMO COMO FONTE DE INFORMAÇÃO: BREVE RELATO NA HISTÓRIA

O jornalismo tem sua conceituação ligada aos fenômenos acontecidos no cotidiano da vida humana. Sua principal finalidade é transmitir de forma representativa os fatos e concepções sucedidas, os quais são repassados para outrem, gerando informação. Portanto, o jornalismo é peça importante no desenvolvimento da história. De acordo com Sousa (2008, p. 05), “o jornalismo é uma representação discursiva da vida humana na sua diversidade de vivências e ideias”.

De acordo com o autor, a origem do jornalismo relaciona-se aos tempos imemoriais em que os seres humanos começaram a transmitir informações e novidades e a contar histórias, quer por uma questão de necessidade, pois a sociedade sempre precisou de informação, quer por entretenimento ou para salvaguardar sua memória para gerações futuras, assegurando a imortalidade dos fatos simbolizados (SOUSA, 2008).

Foi na Idade Média que teve início o que se pode conceituar de pré-jornalismo, a partir do século XIV. Ele caracterizava-se como uma atividade basicamente oral, pois as informações, novidades e ideias dependiam muito da oralidade para serem divulgadas, apesar de existirem documentos escritos considerados informativos como, por exemplo: as

crônicas, as cartas informativas e os relatos de viagens que, após escritas, eram lidas para realza nos palácio e também em praça pública (SOUSA, 2008).

A partir dos acontecimentos renascentistas, do final do século XIV ao século XVI, a informação em papel passa a adquirir uma importância superior à cultura oral, tomando um novo rumo com a difusão crescente de materiais manuscritos e até impressos através do extraordinário invento de Johannes Gutenberg (1400-1468), o tipógrafo (BARBER, 2002).

A partir do século XVII é iniciada a era do jornalismo moderno ainda atrelado aos inúmeros acontecimentos renascentistas que movimentaram o século XVI, alavancado pela necessidade de informação que a sociedade, sujeita a transformações, instabilidade e mudanças, almejava cada vez mais. Por isso, havia não só receptividade para as notícias, mas também matéria-prima informativa suficiente para sustentar o aparecimento dos primeiros jornais “eminentemente jornalísticos”, chamados de *Gazetas*<sup>1</sup>.

Essas primeiras versões jornalísticas, na sua essência, correspondem a uma evolução do jornalismo como notícia, tornando-se uma publicação mais frequente, muito menos volumosa, de menor custo e mais atualizada.

O século XVIII, também denominado como “Século das Luzes”, devido ao período Iluminista, consolidou e ampliou o sistema jornalístico, pois, o clima de mudança aumentou a necessidade de informação dos cidadãos. No entanto, o conteúdo dos jornais focalizava assuntos mais locais e a censura era algo normal, os jornais raramente podiam abordar eventos que pudessem incitar o povo a uma atitude de oposição. Só a partir de 1766, na Suécia, foi aprovada uma lei que garantia a proteção à liberdade de imprensa (BARBER, 2002).

De acordo com Sousa (2008, p. 92):

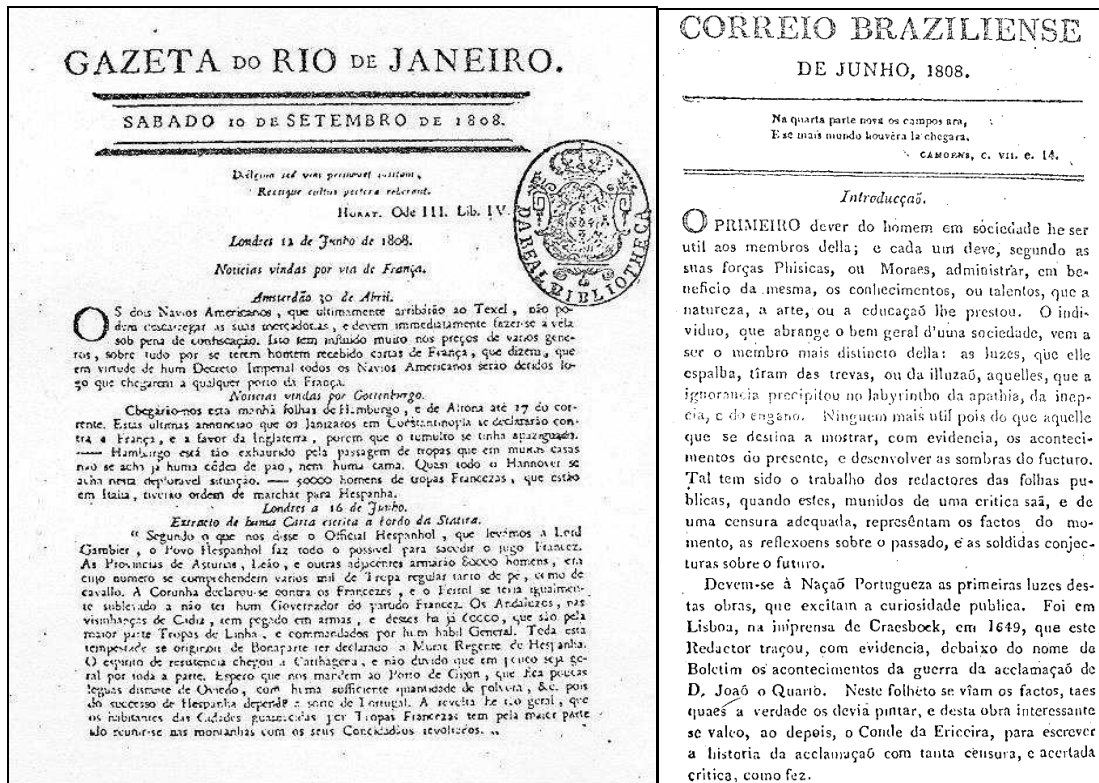
Os jornais do século XVIII eram, na realidade, restritos no acesso, na utilidade e mesmo no interesse à burguesia, que os consumia e deles se beneficiava, podendo usá-los para intervir na vida pública e nas discussões racionais sobre o governo, os negócios e o estado.

No Brasil, o jornalismo surge, no século XIX, através das militâncias políticas que editava suas primeiras páginas através da “Gazeta do Rio de Janeiro” e do “Correio Braziliense” (figura 01), este sendo confeccionado em Londres e enviado para o Brasil – com forte opinião e informação política (PORTILHO, 2008).

---

<sup>1</sup> Nome que deriva da moeda veneziana “gazeta”, quantia paga para se ouvirem as notícias das folhas volantes e dos primeiros jornais em atos de leitura pública (SOUSA, 2008).





**Figura 01.** Exemplos: “Gazeta do Rio de Janeiro” e “Correio Braziliense”, de 1808.

Fonte: Oliveira, 2008.

Na metade do século XIX (1844), a invenção do telégrafo, por Samuel Morse transformou a imprensa escrita, com relação à transmissão das informações no mundo. Através dessa tecnologia, as notícias se espalhavam rapidamente, permitindo relatos mais atuais e relevantes.

O telégrafo mudou o conceito de atualidade jornalística. Com o seu uso como meio de comunicação, os jornais disseminaram uma rede de correspondência através de colaboradores que se espalhavam sobre os territórios nacionais, surgindo assim, as agências de notícias, responsáveis pela proliferação das notícias, promovendo a diferença entre o acontecimento e o comentário que alicerçou o conceito de objetividade jornalística (SOUSA, 2008).

No Brasil, o telégrafo foi introduzido em 1852, porém, sua utilização era restrita ao Palácio Real da Quinta da Boa Vista e ao Quartel General do Exército, ou seja, o público não tinha acesso a esse meio de comunicação. O jornalismo só foi contemplado em 1874, quando foi instalado um cabo submarino que partia de Londres e chegava a Recife, permitindo assim que os jornais das maiores cidades brasileiras recebessem informações sobre os principais acontecimentos do mundo no mesmo dia em que ocorriam (ANJ, 2008).

Segundo Mesquita (2004), com o advento do telégrafo surgiram novas formas da linguagem jornalística, pois a transmissão telegráfica exigia o encurtamento das frases e

abreviações de palavras comumente utilizadas, configurando as formas de expressão jornalísticas difundidas pelas agências de notícias. Desta forma, essa nova linguagem jornalística imbuída de expressões estritamente denotativa substituía o caráter conotativo que passava emoção ao leitor.

Nesse crescente avanço do jornalismo, como fonte de informação e transmissão de acontecimentos pelo mundo, com o advento do telégrafo, houve o surgimento do rádio que já tinha sua invenção pré-anunciada com a descoberta da propagação das ondas eletromagnéticas feita pelo alemão Henrich Hertz, em 1887 (ROMANCINI; HORTA, 2007).

No entanto, o Rádio como importante meio de comunicação, só teve seu apogeu no século XX, quando se iniciou a “Era do Rádio”. Segundo Barber (2002), a invenção do rádio na década de 1920, trouxe ao jornalismo mudanças em sua linguagem. Era o retorno à oralidade e o início de um novo modo de transmitir notícias, denominado Radiojornalismo.

O salto tecnológico do jornal impresso para o rádio foi gigantesco, sendo necessário que os responsáveis pelo jornalismo escrito fossem levados a rever seu papel como principal fonte de informação da sociedade. Sendo assim, o jornalismo teve de se adaptar ao rádio como novo meio de comunicação de massa.

Após o fim da Primeira Grande Guerra, o rádio se popularizou como transmissor de notícias mundial. Sua chegada ao Brasil, em 1922, surgiu de forma muito conveniente, pois a maioria da população brasileira era analfabeta e não podia acompanhar os jornais – considerados um meio de comunicação das elites. O profissional que divulgava as informações no rádio passou a ser chamado de radialista – que seria o jornalista do rádio – e a linguagem empregada denominou-se de radiojornalismo, que servia como instrumento para levar a informação aos ouvintes (SOUSA, 2008).

Para o Brasil, o Rádio foi e ainda é, uma importante ferramenta para o jornalismo. Sua chegada, em 1922, foi através do empresário Edgard Roquette-Pinto. Inicialmente, eram limitadas a programas de entretenimento, contudo, sua função jornalística logo foi implantada e as Rádios passaram cada vez mais a veicular publicidade de notícias (ANJ, 2008).

Mais tarde, na década de 1940, surge a Televisão como o mais novo meio tecnológico de comunicação jornalística e a mais completa fonte de informação, pois inseria em sua transmissão não só a emissão da fala, mas a apresentação de imagens.

Neste contexto, vale salientar que o jornalismo mais uma vez teve que se reciclar e absorver mais essa mudança de linguagem de informação. No jornalismo televisivo, denominado Telejornalismo, o profissional jornalístico passa a se chamar telejornalista, nele é utilizada não só a sua imagem, mas todo o contexto em que a notícia acontece. Na televisão o

desafio era maior, o de transmitir a notícia de acordo com o que a imagem mostrava, diferente do tipo de transmissão de informações do rádio e do jornal que buscava na imaginação do leitor a compreensão dos fatos ocorridos (ROMANCINI; HORTA, 2007).

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, o jornalismo diversificou-se cada vez mais, o volume, bem como a atualização das informações, geraram oportunidades para que nele houvesse uma convergência e as informações fossem disponíveis de diversas formas para todo tipo de público.

## 2.2 A REALIDADE ATUAL DO JORNALISMO

Atualmente, existe uma vasta opção para se obter a informação desejada, não necessariamente tendo de recorrer aos veículos tradicionais de comunicação. A área jornalística está repleta de alternativas – rádio, jornal, revista, televisão e mais recentemente a internet, que através dos portais de notícias entre outras ferramentas, disponibilizam para o leitor um vasto material jornalístico, com uma melhor dinâmica informativa.

No entanto, jornalismo, na sociedade capitalista, tornou-se um empreendimento comercial que, muitas vezes, coloca o interesse mercadológico à frente de sua real função social.

Em outras palavras, o jornalismo atual não apenas utiliza meios de comunicação como instrumentos informativos à sociedade, mas, na sua grande maioria, serve aos interesses privados, levando as pessoas a absorver informações de maneira mecânica e serem induzidas ao consumismo através dos inúmeros anúncios que preenchem cada vez mais os espaços jornalísticos. Sabe-se que a veiculação de anúncios é necessária para a manutenção de qualquer meio de comunicação, mas, muitas vezes há um exagero, principalmente quando cortam matérias importantes à sociedade para dar mais espaço à publicidade ou, pior, quando pautam as reportagens visando legitimar certos anúncios (GOMES, 2005).

Vale salientar que esse fato não diz respeito à vontade do jornalista, mas serve ao interesse dos proprietários dos meios de comunicação que cede aos apelos capitalistas de produção financeira. Certos jornalistas, muitas vezes, sentem-se constrangidos e cerceados das suas atribuições de levar a informação ao grande público, devido ao método autoritário herdado da antiga estrutura dos meios de comunicação que restringe as

possíveis visões individuais de transmissão da informação, reduzindo, muitas vezes, a capacidade do público de refletir sobre o que foi publicado.

De acordo com Bucci (apud GOMES, 2005, p. 02), “o jornalista é um trabalhador intelectual a serviço da democracia e do direito à informação”. No entanto, os meios de comunicação tradicionais, atualmente, levam o profissional do jornalismo a uma limitação, pois o mesmo não tem a liberdade de produzir argumentos consistentes que envolvam todas as dimensões do acontecimento.

Segundo Tucci (2011), com o advento da era digital, mais especificamente com o surgimento da internet (Rede Mundial de Computadores), o jornalismo volta a alcançar sua finalidade maior que é transmitir a informação, agora, de forma imediata e mais facilmente assimilada por todos os indivíduos. É a partir da internet e através dela, que o jornalista tem a possibilidade de expressar livremente suas opiniões, facilitando o entendimento do papel do jornalismo. A comunicação digital, como ficou conhecida a nova linguagem da informação, é um período de inovações e interatividade, que vem trazendo à tona um jornalismo independente, sem vínculos com padrões e nem dirigidos a públicos privados.

Como afirma o autor, as informações obtidas através dos meios digitais são diversas, o que fez com que o jornalismo tradicional deixasse de ser a fonte central da notícia. Sendo assim, o jornalismo clássico vem sendo substituído pelas diversas ferramentas virtuais, que disponibilizam a informação em tempo real, onde as matérias jornalísticas precisam ser atualizadas a cada minuto, desta forma, o jornalismo teve que adaptar-se a esta nova realidade, onde fatos e acontecimentos escorrem de nossas mãos e nada mais é privilegiado e reservado a poucos (TUCCI, 2011).

No entanto, o verdadeiro profissional do jornalismo não se desvirtuou de seu papel ético, pelo contrário, utilizou os recursos virtuais como diferencial para garantir sua participação neste novo contexto. Para Tucci (2011), ele pode “ser ético”, mesmo neste processo inovativo, destacando-se através de um trabalho sério e respeitado. Mas, fica o desafio de não ser somente palavras que garantam tal posição, mas atos que confirmem tais palavras e escolhas.

### 2.3 INTERNET: NOVOS RUMOS PARA O JORNALISMO

Ao ser criada na década de 1960, nos Estados Unidos, a Internet era utilizada pelos militares como dispositivo de comunicação voltado para a defesa aérea contra possíveis ataques nucleares soviéticos. O Departamento de Defesa dos Estados Unidos formou uma equipe de profissionais da área tecnológica (programadores e engenheiros eletrônicos) para desenvolver mecanismo de transferência de informações através de rede de computadores sem controle central, evitando a interrupção de dados mesmo com a iminência de ser atingido por arsenal bélico (MURAD, 2003).

Até então, esta era uma tecnologia restrita aos centros de pesquisa americanos, mais especificamente ao exército, que utilizava este novo recurso da informática para fins militares. Só a partir da década de 1970, é que se iniciou a abertura deste instrumento tecnológico aos outros setores, como o governo e as universidades, estimulando as trocas de experiências e informações entre redes diferentes (BARAN, 2006).

Num curto período de tempo, a internet se popularizou com o advento World Wide Web (WWW) que, em português, significa *Rede de Alcance Mundial* que possibilitou uma abertura mais ampla dos dados constantes nas redes interligadas, utilizando interface gráfica baseada em hipertexto<sup>2</sup> e recursos multimídia. Tal rede foi organizada em torno do preceito de que seria o usuário o captador das informações que seriam inseridas na rede mundial de computadores. Segundo Murad (2003, p. 36), “esse princípio demandou um mecanismo que possibilitasse essa busca, sendo desenvolvido, assim, o navegador ou *browser*”.

A Internet ou Web, como hoje se costuma denominar esse meio de comunicação, trata-se de uma associação mundial de redes interligadas unindo milhões de pessoas por meio de computadores que gerenciam a absorção de textos, imagens e som utilizando a tecnologia digital, através de recursos com fibra ótica, linhas de telefone, satélite e rádio que disponibilizam serviços de informação de diversas formas (FELZ, 2007).

Atualmente, a Internet representa a mais avançada evolução da comunicação humana. Considerada a rede mundial de computadores, vem revolucionando o mundo das comunicações como nenhuma invenção foi capaz de fazer antes. Segundo Gilmor (2004 apud SCHIMITT; FIALHO, 2007), no campo da comunicação, seu impacto só é comparável ao aparecimento da imprensa de Gutenberg.

---

<sup>2</sup> É o texto estruturado em rede, constituído de nós (elementos de informação, parágrafos, páginas, imagens) e de ligações entre esses nós (que permitem a passagem de um nó a outro; links (Lévy, 1996, p. 44)).

[...] é, de uma vez e ao mesmo tempo, um mecanismo de disseminação da informação e divulgação mundial e um meio para colaboração e interação entre indivíduos e seus computadores, independentemente de suas localizações geográficas (FELZ, 2007, p. 19).

Devido essa diversidade de funções disponibilizadas de forma acessível às pessoas, a internet cresce continuamente, deste modo, foi inevitável a adesão do jornalismo a essa nova linguagem.

Segundo Fidalgo (2009), a internet revolucionou o jornalismo da mesma maneira que revolucionou outros setores da atividade humana, no que diz respeito às ferramentas de comunicação, pois foram criados portais e sites direcionados para a distribuição da notícia.

Desta forma, a partir da década de 1980 aconteceram as primeiras experiências do jornalismo na Internet. O provedor *American On Line* (AOL) disponibilizou material jornalístico de forma pontuada que foram bem assimiladas pelo público de acesso à internet – os internautas. A partir de então, houve uma ampliação de sites voltados para a divulgação de notícias (MURAD, 2003).

Esse é o novo rumo tomado pelo jornalismo – a Internet –, com conteúdos de acesso livre, de acesso pago ou condicionado, no qual podem ser vinculados aos vários meios de comunicação, como jornais impressos, a televisão e o rádio, que aumentaram o interesse para difundir os seus conteúdos a partir do meio virtual, ou seja, mesclar a prestação de seus serviços de maneira online com o meio tradicional de informar, almejando promover a interatividade e um maior envolvimento do consumidor (SOUSA, 2008).

Lemos (1999 apud MURAD, 2003, p. 17) afirma que a internet é um:

Ambiente propício à proliferação de novas formas midiáticas, bem como à adaptação das antigas formas de mídia. A Rede, como o próprio nome indica, é um ambiente entrelaçado permeado de instrumentos de comunicação.

Nesse ambiente favorável, foi constatado através de estudos realizados pelo consultor norte-americano Eric K. Meyer, que atualmente a demanda de sites que disponibilizam conteúdos jornalísticos aumenta de acordo com a popularização que internet alcança. Além disso, observou-se que a notícia está cada vez mais acessível em tempo real e que o jornalismo tornou-se mais dinâmico, pois ele interage com os demais segmentos de comunicação (MURAD, 2003).

[...] a Internet mostra-se um veículo de difusão contínua. A informação no meio digital pode e deve ser revista após a sua distribuição. Estabelece-se nova relação com o tempo: o jornalismo digital “cassa a cronologia e permite reutilizar ao infinito as informações, atualizá-las, corrigi-las, completá-las” (GUISSANI, 2001, p. 172).

O ambiente criado pela internet possibilita que o jornalista realize o transporte de informação com formato de moldura que mostra a ideia principal das notícias, deixando abertos os caminhos para a captura no espaço digital, da cena, como um fragmento dos acontecimentos disponibilizados. Desta forma, o leitor pode adquirir a informação especificada, permitindo que o mesmo possa ponderar sobre o conteúdo disposto (DEL BIANCO, 2004).

Sendo assim, os Jornalistas da Web tem o compromisso de difundir a prática do jornalismo digital, por um lado noticiando o fato e, por outro, discutindo e buscando sempre um comentário não só dele mesmo, mas dos internautas, caracterizando a interatividade da informação (GUISSANI, 2001).

Além disso, a internet propiciou uma gama de oportunidades para a atividade jornalística, no que diz respeito à produção e difusão da notícia, que utilizam as tecnologias digitais e as redes interativas, para obter acesso a uma variada quantidade de informações procedentes de fontes diversas, dando assim a oportunidade do jornalista avaliar o conteúdo, apurando todas as informações para disponibilizá-las da melhor forma possível.

Segundo Murad (2003), no ambiente da Web, o jornalista tem a seu dispor recursos como textos, fotos, imagens, mapas e áudio que podem ser integrado à mesma mensagem, além da conexão a partir do hipertexto e o material informativo dos diversos acervos disponíveis no próprio portal ou em outros sites, que dão oportunidade de veicular a notícia de forma prática e completa.

Com relação ao hipertexto, segundo Giussani (2001, p. 21), o “hipertexto é o motor dessa diversificação da informação”, que satisfaz os diversos tipos de interesse do leitor, do superficial ao profundo, associando os fatos, informações, fontes e mídias.

De acordo com Moherdaui (2001, p. 40):

O avanço do jornalismo on-line propiciou novas formas de editar notícias. Os recursos digitais disponíveis conduzem a um novo planejamento da redação jornalística. Na realidade, o texto na Web não é alterado, o que muda é a relação com o seu entorno.

No Brasil, a internet teve seu início através das telecomunicações na década de 1990. Dava ênfase à transferência de dados via rede de acesso restrito utilizadas em áreas específicas como bancos, companhias de aviação e empresas multinacionais, além do governo que, assim como os Estados Unidos, fazia uso através de alguns órgãos estratégicos (CARVALHO, 2006).

No entanto, sua efetiva utilização se deu na década de 1990 através da Rede Rio, de iniciativa da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro em convênio com o CNPq, após anos de estudos e conflitos entre os interessados no projeto.

A Rede Rio entrou em operação, de forma experimental, no início de 1992, e foi oficialmente inaugurada no dia 22 de maio, em cerimônia ocorrida no auditório do NCE, com a presença da imprensa e autoridades (da UFRJ e do Governo do Estado), na qual o acesso à Internet (também a 64 Kbps, o que era muito para a época) fez bastante sucesso perante o público presente (CARVALHO, 2006, p. 105)

A partir deste acontecimento, a comunicação digital teve uma evolução bastante significativa no Brasil, apesar dos tropeços e intempéries que surgiram ao longo do tempo. A Internet brasileira tem um caminho árduo trilhado desde 1996, mas, atualmente, é possível vislumbrar uma mídia Web mais criativa, pois cada profissional, de sua própria maneira, consegue desempenhar bem essa função (FAGGION, 2001).

Nesse panorama fantástico da evolução da Web em nossas vidas, coube ao jornalismo brasileiro se incorporar a esse novo universo de informação e conexão rápida com o mundo inteiro, conhecido como globalização. Devido à capacidade de adaptação dos meios de comunicação brasileiros ao jornalismo, eles souberam aproveitar esse novo cenário, buscando maior eficiência técnica e gerencial do espaço disponibilizado pelas diversas ferramentas.

Isso é verificado no pioneirismo do Jornal do Brasil que instalou seu site totalmente voltado à informação em tempo real. Através do endereço eletrônico <http://www.jb.com.br>, que a partir de 1995 passou a oferecer a cobertura completa dos fatos jornalísticos através da Rede Mundial de Computadores – Internet, dá-se início então o jornalismo on-line no Brasil (MURAD, 2003). A partir de então, os grandes jornais brasileiros foram aderindo paulatinamente a esse modelo de jornalismo na Web, sempre pautado no desenvolvimento deste segmento em outros países.

Além disso, com esse crescimento do jornalismo on-line no Brasil, as empresas de comunicação passaram a utilizar os portais e sites segmentados para distribuir o conteúdo de



notícias e também agregaram a integração entre diversos meios de comunicação, combinando jornal, TV, rádio e Internet, criando assim, uma nova diretriz para o jornalismo.

Diante do exposto pode-se comprovar que a partir de sua inserção ao mundo digital, mais especificamente à internet, o jornalismo tem um novo rumo em sua história dando início à comunicação digital, aproveitando as melhorias para o acesso de informações, bem como maior espaço disponibilizado para as matérias e melhores condições de interatividade com o usuário leitor.

Segundo Crucianelli (2010, p. 10), para o jornalismo “a Internet é um gigantesco centro de recursos já que pode conter uma quantidade enorme de fontes de documentação jornalística em todos os formatos: texto, gráfico, oral, visual e multimídia”.

#### 2.4 WEBJORNALISMO: A NOVA LINGUAGEM DO JORNALISMO

Com a ampliação das tecnologias digitais e a tendência interativa entre comunicação, informática e telecomunicações, as mudanças da atividade jornalística foram inevitáveis, atingindo principalmente a produção e a difusão da informação, possibilitando outras formas de relacionamento entre leitor e jornalista e estabelecendo uma redefinição das técnicas e do perfil do profissional do jornalismo (CANAVILHAS, 2004).

Desta forma, mais uma vez, o jornalismo teve que se adaptar a essa nova fase evolutiva da informação. A era digital da comunicação, mais precisamente a internet, foi sendo inserida de diversas maneiras no mundo jornalístico. A partir da popularização da Rede Mundial de Computadores, surge um espaço que absorve qualquer informação divulgada, verdadeira ou não, mas que as pessoas são atraídas e acolhem as mensagens, relutam, comparam, contextualizam e decidem segundo as suas próprias convicções, diferente da imposição dos grandes meios de comunicação de massa que ditava a maneira de interpretar o mundo (FAGGION, 2001).

Com o surgimento das mídias digitais interativas, instauradas na internet, o jornalismo ganhou outros recursos e novos métodos para os processos de coleta e produção da notícia. Deste modo, corroborou para que várias características já consolidadas no telejornalismo, radiojornalismo e no jornalismo impresso passassem a sofrer rupturas e potencializações no webjornalismo (PALACIOS apud CORREIA, 2010, p. 66).

Desta forma, a Internet possibilitou que o acesso à informação se tornasse muito mais fácil, pois a missão dos Jornalistas da Web é, desde o início, difundir a prática do jornalismo

digital e das novas mídias. Noticiar por um lado, discutir pelo outro, buscando sempre um registro do meio (PINHO, 2003).

Com a implantação do jornalismo na web ocorreu um novo segmento da comunicação como meio informativo, o denominado webjornalismo ou jornalismo online, que tem como principal recurso à atualização das notícias em tempo real. Desta forma, não há a necessidade de esperar pelo jornal impresso ou o horário do noticiário televisivo ou radiofônico para obter os principais acontecimentos do dia.

No jornalismo desenvolvido para a Web ou o Webjornalismo, são apontados cinco elementos característicos: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. Acrescenta-se a estas uma sexta característica, a instantaneidade (PALACIOS, 1999 apud MIELNICZUK, 2002).

De acordo com Moherdau (2000), outro fator importante é que, no webjornalismo, a notícia não apenas está disposta em tempo real na *Home Page* do veículo de comunicação, mas, também através de sites de publicações, que transportam as suas edições em forma dos chamados *links*, arquivos vinculados que funciona como um porteiro para acesso de uma determinada informação. Sendo assim, a notícia transita por toda a rede e também é anunciada em outros endereços que redireciona quem se interessar, para a *Home Page* de origem da informação. Com esse artifício, o webjornalismo tem a possibilidade de explorar todas as potencialidade da Internet, oferecendo um produto completamente novo, que denomina-se webnotícia (PINHO, 2003).

No entanto, a linguagem utilizada no webjornalismo se difere do jornalismo impresso no que diz respeito à textualização das notícias. Enquanto a notícia é divulgada no jornal impresso numa forma técnica conhecida como “pirâmide invertida”, no webjornalismo utiliza-se um conjunto de pequenos textos hiperligados entre si, ou seja, vários blocos de texto ligados através de *links*. Um primeiro texto introduz o essencial da notícia estando os restantes blocos de informação disponíveis por hiperligação.

#### **2.4.1 Pirâmide Invertida X Pirâmide Deitada: Caminhos do Webjornalismo**

A técnica do jornalismo utilizada em uma redação que segue uma sequência informativa, disponibilizando as partes mais importantes em primeiro lugar, para depois dispor os diversos elementos menos interessantes do fato, caracteriza-se como “pirâmide invertida”.

De acordo com Canavilhas (2007), a “pirâmide invertida” trata-se de uma metodologia em que o jornalista elabora a notícia disponibilizando a informação de forma que a parte mais

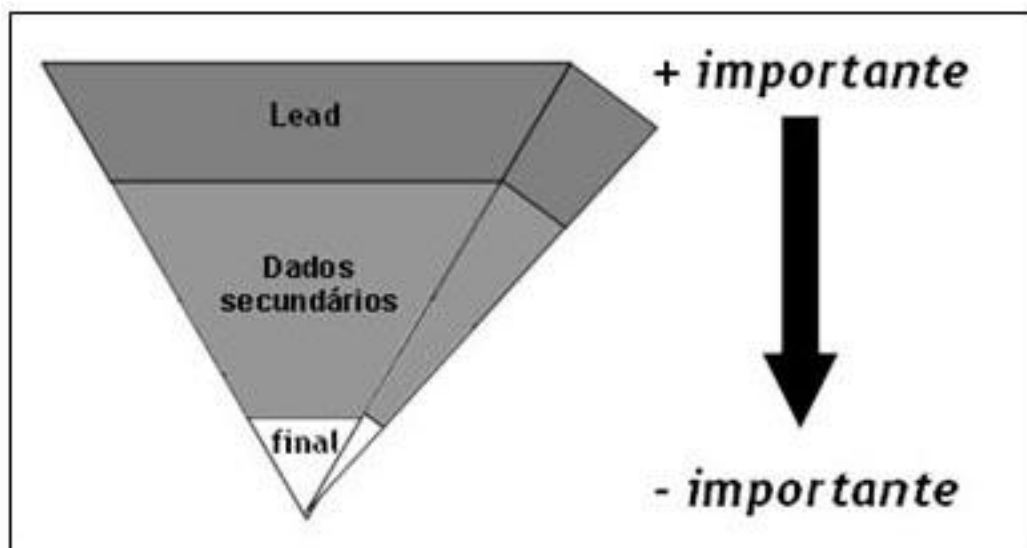
importante esteja no início e o menos importante no final, fazendo com que o leitor faça a leitura seguindo o roteiro definido pelo jornalista.

Historicamente, a “pirâmide invertida” originou-se durante a Guerra da Secessão norte-americana no século XIX (de 1861 e 1865), quando os jornalistas utilizavam o telégrafo para enviar as notícias da guerra, foi então criada uma metodologia, a qual cada jornalista poderia emitir apenas um parágrafo de cada vez, havendo assim uma sequência de parágrafos. Desta forma, a emissão da notícia ficou fracionada em partes, obrigando os repórteres a enviar as informações essenciais em primeiro lugar (FONTCUBERTA, 1999 apud MIELNICZUK, 2002). No Brasil, essa técnica se espalhou gradativamente, tendo chegado exatamente em 1950, pela iniciativa do jornalista Pompeu de Sousa.

Segundo Franco (2002), a estrutura da “pirâmide invertida” é composta dos seguintes elementos: o lead; o material que explica e amplifica o lead; parágrafos de contextualização; material secundário ou menos importante.

O *lead*, palavra inglesa que significa “conduzir”, caracteriza-se por ser o texto inicial que se encontra já no primeiro parágrafo, dando oportunidade para o leitor se informar sobre questões fundamentais como: O que, quem, quando, onde, por que e como (GRADIM, 2000).

Logo após de expostas as informações principais, são disponibilizados materiais secundários que ampliam o panorama com dados menos importantes servindo como complemento da notícia. Ao final, o jornalista pode dar sua opinião sobre o assunto ou mesmo fechar com uma fala de um participante da notícia (CANAVILHAS, 2007).



**Figura 02** – Pirâmide Invertida.  
**Fonte:** CANAVILHAS, 2007.

Conforme se observa na figura 01, a técnica do jornalismo que utiliza a “pirâmide invertida” como método, expõe a notícia enfatizando inicialmente os fatos mais importantes e depois, complementa-se com informações menos importantes.

Esse modelo de jornalismo é adotado até hoje pelos jornais impressos, pois resolve o problema de espaço, quando na confecção das páginas, caso houver o corte no final da folha, não há o perigo de excluir a informação essencial.

Além disso, a “pirâmide invertida” é considerada a técnica mais eficiente para elaborar a notícia, pois consegue não só a atenção imediata do leitor, mas, também, cumpre plenamente a função de emitir de forma mais rápida as informações essenciais. No entanto, com a chegada do webjornalismo, a técnica da “pirâmide invertida” ficou ameaçada, pois a linguagem utilizada na internet difere consideravelmente da linguagem dos jornais impressos (MIELNICZUK, 2002).

A utilização de uma nova técnica jornalística, fez com que houvesse novas exigências e mudanças que auxiliam a forma de busca, leitura e recepção da informação. O jornalista ou webjornalista teve que encontrar uma nova maneira de escrever, estabelecendo as relações entre o tempo e o espaço. Segundo Canavilhas (2004), o desenvolvimento de linguagem própria deve contemplar não só formas diferentes de repassar as informações, como também modos de como disponibilizá-las para o público, quando em forma de texto.

Sendo assim, a linguagem webjornalística faz uso de textos esquadriháveis (*scannable text*) e suas regras são definidas da seguinte forma, de acordo com Nielsen e Morkes, (1997 apud CANAVILHAS, 2004):

- a) Destacar palavras-chave através de hiperligações ou cores, por exemplo;
- b) Utilização de subtítulos;
- c) Expressar uma ideia por parágrafo;
- d) Ser conciso;
- e) Usar listas sempre que a notícia o permita

A flexibilidade dos meios online permite organizar as informações de acordo com as diversas estruturas hipertextuais. Cada informação, de acordo com as suas peculiaridades e os elementos multimídia disponíveis, exige uma estrutura própria (SALAVERRIA, 2005, 108).

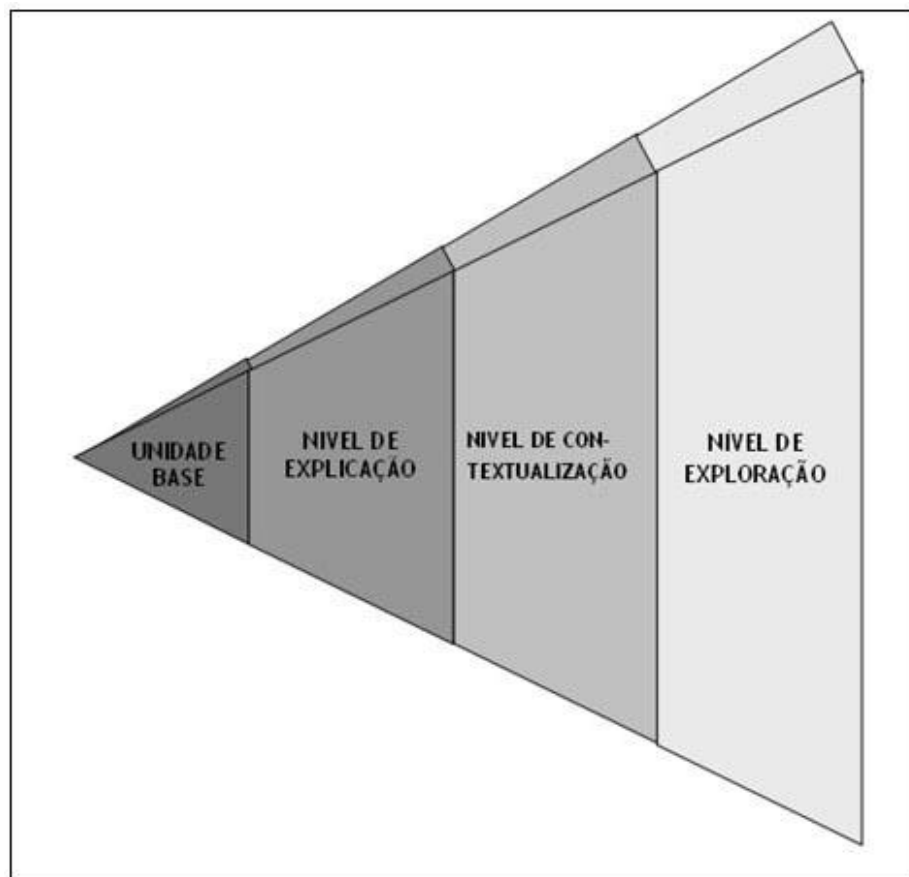
Ao dispor dessas regras, o jornalista busca utilizar as bases de dados disponíveis de forma menos extensa possível, distribuindo a notícia em um mosaico informativo de pequenas notícias sobre o tema. Devido à importância atribuída ao acontecimento, as informações são

pormenorizadas, dando, de acordo com as atualizações online, uma visão mais detalhada sobre o fato (CANAVILHAS, 2004).

Desta forma, o webjornalismo adota um padrão que difere da técnica da pirâmide invertida, enquanto nesta última o vértice superior significa a parte mais importante da notícia, o modelo online procura fugir desta hierarquia disponibilizando de forma variável as informações, com o acontecimento a desenvolver-se de um nível com menos conteúdo para sucessivos níveis de informação mais aprofundados e variados sobre o tema em análise.

Sendo assim, a técnica do webjornalismo ou jornalismo online sugere uma nova formação gráfica, através de uma arquitetura denominada “pirâmide deitada”. Na técnica da “pirâmide deitada” não há uma organização dos textos em função da sua importância informativa, mas uma tentativa de assinalar pistas de leitura.

Segundo Canavilhas (2007), diferente da “pirâmide invertida”, a metodologia utilizada na “pirâmide deitada” deixa que o leitor crie seu próprio foco de leitura, sem a ideia central da história. Porém, neste modelo é oferecida a possibilidade de seguir apenas um dos eixos de leitura ou navegar livremente dentro da notícia (figura 2).



**Figura 03.** Pirâmide deitada.  
**Fonte:** CANAVILHAS, 2007.

Segundo Luna (2007), as diversas etapas da notícia na Pirâmide Deitada utilizada no webjornalismo têm funções específicas e complementares que se distinguem e são definidas da seguinte forma:

- **Unidade Base:** é a essência da informação, ou seja, todos os dados que identificam a notícia de forma resumida e, dependendo dos acontecimentos, pode haver um desdobramento para níveis mais aprofundados após ser exposta a apresentação da informação. A Unidade Base se assemelha ao Lead na Pirâmide Invertida, pois nela estão contidas indagações como: “Quê”, “Quem”, “Onde?”, “Quando?”, “Como?” e “Por quê?”;
- **Nível de Explicação:** essa condição da notícia vem logo após a Unidade Base, complementando a informação inicial, esclarecendo o “Por quê?” e o “Como” sobre o acontecimento.
- **Nível de Contextualização:** são oferecidas mais informações, sendo que, neste momento, são utilizadas em diferentes formatos como som, vídeo ou infografia multimídia dando uma dinâmica.
- **Nível de Exploração:** O Nível de Exploração, o último, liga a notícia ao arquivo da publicação ou a arquivos externos.

Desta forma, a Pirâmide Deitada tem uma semelhança com a tradicional Pirâmide Invertida, no entanto, a notícia apresentada na web tem seu formato mais abrangente e com possibilidades amplas de inserção de novos dados que podem enriquecer o acontecimento fazendo com que, a cada atualização, o leitor fique melhor informado. Neste sentido, Palácios afirma que:

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 (multi) midiáticos, abre-se a possibilidade de disponibilização online de toda a informação anteriormente produzida e armazenada, através de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação de informação (PALÁCIOS, 2004, 25)

Sendo assim, o webjornal ao noticiar que “Houve um grande incêndio em São Paulo”, a informação em si, no início tem contornos indefinidos, com múltiplas hipóteses em aberto. Não está claro que tipo de incêndio foi, se acidental ou criminoso, se houve ou não vítimas, se o local do incêndio refere-se à cidade ou ao Estado de São Paulo etc.

No entanto, no decorrer das inúmeras atualizações que são realizadas no ambiente virtual, são disponibilizados complementos informativos que permitem que o leitor recorra a ele, dentro de um esquema mental de percepção da notícia. Segundo Canavilhas (2004, p. 04), “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”.

Com relação ao som, ao vídeo e outras ferramentas disponíveis, pode-se afirmar que são ferramentas utilizadas no webjornalismo como fontes de informação e que dão um caráter de realidade à notícia. Ao introduzir novos elementos não-textuais, o webjornal permite ao leitor explorar a notícia de uma forma pessoal, o jornalista passa a ser um produtor de conteúdos multimédia do jornalístico – o webjornalista, exigindo do leitor uma leitura multilinear (CANAVILHAS, 2004).

É, portanto, o webjornalismo, como nova linguagem do jornalismo, uma ferramenta de comunicação social que difere em alguns aspectos do jornalismo impresso. Apesar de ambos serem jornalismo, a elaboração e conclusão das edições são realizadas em espaço de tempo diferentes, enquanto o webjornalismo não se compromete com a finalização da notícia, pelo contrário, a informação vai sendo inserida de acordo com as mudanças realizadas, por isso não tem horário de fechamento, pois a notícia é atualizada a cada cinco minutos em média, alimentando a página com novas informações incluídas no site, o jornalismo impresso só terá uma nova edição após 24 horas àquela já divulgada, o que não caracteriza desatualização, mas influi bastante sobre o interesse da população.

## 2.5 RECURSOS DA INTERNET PARA O WEBJORNALISMO

De acordo com estudos realizados, as mídias digitais conectadas em rede são comprovadamente, ferramentas de informação de grande valor informativo, além de serem utilizadas na exploração de novos mercados, estabelecendo formas mais eficientes de fixar uma marca comercial, através de uma relação mais direta com seus usuários. “O resultado é que o universo de conteúdo disponível hoje está crescendo mais rápido do que em nenhuma outra época.” (ANDERSON, 2006, p. 52).

Desta forma, cabe ao profissional de jornalismo que se insere nos caminhos da web, exercer sua função, utilizando e aproveitando todas as ferramentas disponíveis, indo mais longe possível para informar os acontecimentos dentro de uma sociedade globalizada,

contextualizando a notícia nas diferentes linguagens, propiciando ao leitor uma análise crítica dos fatos disponibilizados nos diversos recursos da internet.

Segundo Crucianelli (2010), saber utilizar as ferramentas dispostas na internet através da nova lógica de comunicação, consolidada pela Revolução Digital, não é apenas importante para os jornalistas atualmente, como também, de fundamental relevância para o desenvolvimento da atividade jornalística.

As ferramentas digitais abriram um novo caminho para jornalistas do mundo inteiro, com um profundo impacto na forma de contar as notícias. Para nós que exercemos o jornalismo, [...] a grande quantidade de recursos online à nossa disposição constituem dois suportes básicos do método de trabalho. É preciso conhecê-los e dominá-los, já que desse aproveitamento pode depender em grande medida a qualidade do nosso trabalho (CRUCIANELLI, 2010, p. 11).

Sendo assim, constata-se que a Internet possui recursos que acumulam uma quantidade enorme de fontes, contribuindo para o processo de documentação jornalística em todos os formatos: texto, gráfico, oral, visual e multimídia.

### **2.5.1 Os Portais**

Ao analisar os portais como ferramenta de desenvolvimento e divulgação de informação na Rede, precisa-se compreender, inicialmente, o que é exatamente esse instrumento disponibilizado na internet. Segundo Camargo e Becker (1999 apud FAGGION, 2001, p. 27), portais “são páginas da Web, que centralizam diversos serviços gratuitos online, informações gerais e especializadas e produtos diversos, como e-mail, chats e lojas virtuais”.

Sabe-se que o conceito definitivo para o portal ainda não existe, mas de acordo com Sochats e Robins (2002), o portal notabiliza-se por ser um conjunto de serviços em Rede que promovem o acesso a informação e a hiperligações especializadas e focalizadas, ao mesmo tempo em que filtram informações paralelas, sendo customizado para o utilizador individual.

Os portais ganharam esse nome porque a partir da página principal do website, pode-se acessar várias outras páginas interligadas através de links e hiperlinks que viabilizam o trânsito dos usuários dentro do universo online. Atualmente, os portais têm uma grande importância no desenvolvimento das atividades jornalísticas, tendo como



objetivo principal disponibilizar em tempo real as notícias diárias, bem como aquelas que já foram destaque (GOUVEIA, 2007).

Segundo Gouveia (2007), a designação “Portal” abrange desde o simples catálogo on-line, até sites de empresas que dispõem de diversos produtos, incluindo nesse universo os grandes jornais, sempre com uma característica principal de ser ponto de partida para algo, oferecendo uma entrada para a utilização de serviços na Internet.

De acordo com Faggion (2001), os portais relacionados ao jornalismo estão associados a mecanismos de busca e, através de manchetes, mostram as principais notícias do dia, sobretudo dos grandes veículos de comunicação, cotações de ações, meteorologia, placar de esportes, viagens e turismo, entrada para salas de bate-papo, bibliotecas virtuais etc.

Os portais são divididos em canais, tornando-se ferramentas que dinamizam e divulgam a informação de diversas formas. De acordo com Gouveia (2007), os portais possuem uma classificação que direciona o usuário de acordo com a sua necessidade, conforme se observa no quadro 01 a seguir.

<b>TIPOS DE PORTAIS</b>	<b>FINALIDADE</b>
Portais Públicos	Reunir informações e serviços de interesse geral.
Portais Privados	De acesso restrito a um grupo de utilizadores dentro de uma organização.
Portais verticais	Focalizados numa indústria ou comunidade com interesses específicos.
Portais horizontais	Tentam fornecer aos seus utilizadores todos os serviços de que eles necessitam.
Portais Transacionais	Proporcionar uma plataforma que possibilite a venda de produtos e serviços on-line.
Portais Informativos	Fornecedores de conteúdos que disponibilizam uma grande diversidade de informação aos visitantes.

**Quadro 01.** Classificação dos portais.

**Fonte:** GOUVEIA, 2007.

Os portais públicos são disponibilizados em qualquer local da Internet e têm acesso irrestrito. Toma-se como exemplo, os portais de endereçamento como o da Listel ([www.listel.org](http://www.listel.org)), no qual se pode buscar qualquer informação pertinente a endereços e telefones no Brasil.

Com relação aos portais privados, estes são direcionados para os usuários que possuem senha de acesso (intranet) e, geralmente, neles estão contidas informações

sigilosas dos clientes, como por exemplo, o portal da CESED/FACISA ([www.cesed.br/portal/](http://www.cesed.br/portal/)), no qual diversos conteúdos só são disponibilizados através da senha do aluno.

No caso dos portais verticais, são conhecidos como *e-Vortals*, caracterizam-se como o segundo mais importante da categoria, disponibilizando conteúdos e serviços vocacionados para um domínio ou comunidade específica. Os *e-Vortals* estão voltados para comunidades profissionais ou com interesses comuns, como o catho ([www.catho.com.br](http://www.catho.com.br)), que tem como foco básico a oferta de empregos (GOUVEIA, 2007).

Já os portais horizontais, são considerados os mais comuns na internet, o objetivo deste tipo de portal é induzir os usuários a adotarem-no como homepage, ou seja, como a sua página de entrada na internet, como o UOL ([www.uol.com.br](http://www.uol.com.br)) que disponibiliza uma gama variada de informação, serviços e outros recursos.

No que diz respeito aos portais transacionais, possibilita que os clientes absorvam informação, comparem preços, questionem sobre produtos e, principalmente, comprem através do serviço on-line. Um exemplo deste tipo de portal é o Mercado Livre ([www.mercadolivre.com.br](http://www.mercadolivre.com.br)).

E, finalmente, os portais informativos, que buscam desenvolver conteúdos relevantes atraindo assim, o máximo de visitantes possível e, assim, gerar o máximo de receitas. Seu objetivo principal é propor, ao usuário, acesso fácil à informação, descrita como sendo a mais relevante. Segundo Gouveia (2007, p. 311), “os portais informativos devem fornecer este tipo de informação de uma forma superior àquela que seria proporcionada pelos motores de pesquisa tradicionais”.

Diante do exposto, ressalta-se que o conteúdo jornalístico geralmente está presente em todos os tipos de portais, contudo, aqueles que têm seu conteúdo totalmente direcionado para a notícia, são considerados portais jornalísticos apesar de também serem interessantes àqueles nos quais o jornalismo tem um aspecto secundário (LEITE; BECKER, 2010).

No Brasil, os portais jornalísticos estão ligados, geralmente a grandes empresas de comunicação regionais e, principalmente, nacionais que migraram seus serviços para a internet, seguindo uma tendência mundial. O formato jornalístico utilizado nos portais atrai cada vez mais usuários, pois trata-se de um serviço que disponibiliza as informações em tempo real, de forma completa e facilitada, no qual pode-se utilizar as diversas tecnologias existentes no mercado como: Computador, Ipod, Iped, celular etc.

Um dos mais acessados e conhecidos portais brasileiros é o Globo.com (figura 04), trata-se do portal de uma das maiores empresas de comunicação nacional, assim como outros grandes portais, ele tem como estratégia jornalística a interatividade com os outros meios de comunicação do grupo, disponibilizando um conteúdo que complementa as informações e notícias repassadas em seus programas televisivos e radiofônicos.

The image shows a screenshot of the Globo.com website. At the top, there is a navigation bar with categories: 'noticias', 'esportes', 'entretenimento', and 'videos'. Below this is a search bar and a main headline: 'São Paulo vence Palmeiras e dispara de vez'. The main content area is divided into several sections: 'noticias' (with a sub-section 'Lobo-marinho é achado na praia de Santos'), 'esportes' (with 'Na prorrogação, Brasil perde para a Argentina'), and 'entretenimento' (with 'Festa Pufffity se destaca ao apresentar magrinhos'). There are also promotional banners for 'ItaúCard' and 'Você muda, a Globo.com também'. On the right side, there are sections for 'planão', 'rádios ao vivo', 'músicas de Brasil', and 'ego atual'. The bottom of the page features a 'programação' section.

**Figura 04.** Interfase do portal Globo.com.

Fonte: Portal Globo.com, 2012.

De acordo com as especificações de cada portal, cabe ao jornalista ser bastante diligente com relação à notícia disponibilizada para o leitor, buscando sempre a linguagem ideal para transmitir a informação de forma atrativa, deixando de lado a parcialidade, fazendo um

complemento através de um depoimento científico sobre o assunto e, por fim, deixar uma lacuna aberta para que o leitor possa dar a sua opinião sobre o fato ocorrido.

Sendo assim, o jornalista na web, ao utilizar os portais, tem a possibilidade de trabalhar com as conexões entre o conteúdo jornalístico e os serviços, através da utilização de links. Além disso, de acordo com Barbosa (2003, p. 8), através do portal, “o público tem à sua disposição uma diversidade de canais de notícias, advindas de diferentes fontes num só lugar”, e acrescenta que “há a possibilidade de confrontar a informação, de vê-la tratada de diferentes ângulos, comentada e contextualizada”.

Portanto, os portais são um recurso que deve cada vez mais ser utilizado pelo webjornalismo devido à profunda relação entre o usuário e a notícia, tendo o jornalista a incumbência de transmitir de forma clara e precisa as informações pertinentes ao fato.

### **2.5.2 Redes Sociais Virtuais**

A Internet tornou-se uma via de acesso para diversos mecanismos que envolvem a informação. Com o advento das Redes Sociais virtuais na sociedade, muitos jornalistas se renderam a este processo de evolução da notícia devido à liberdade de expor o fato de maneira menos pragmática e mais atrativa.

Para uma dinâmica singularizada, as Redes Sociais Virtuais passaram simplesmente a serem tratadas apenas como Redes Sociais, no entanto, cabe esclarecer que esta denominação na verdade está se referindo aos sites de Redes Sociais, nos quais nelas são formadas as verdadeiras redes sociais de pessoas (MUNDIM, 2011).

Segundo Mendonça (2007), esses sistemas funcionam através da interação social, buscando conectar pessoas e proporcionar sua comunicação. As pessoas levam em conta diversos fatores ao escolher conectar-se ou não a alguém. As organizações sociais geradas pela comunicação mediada por computador podem atuar também de forma a manter comunidades de suporte que, sem a mediação da máquina, não seriam possíveis porque são socialmente não-aceitas. No entanto, há um amplo panorama para o desenvolvimento dessas ferramentas com relação às finalidades e benefícios que podem promover no meio virtual, tanto nas relações sociais, como também em outras áreas que determinam o interesse dos usuários da web (FARIAS, 2008).

De acordo com Gonçalves (2009, p. 03):

[...] Rede Social define-se como uma forma de compartilhar ideias com outros grupos, com vista a proporcionar discussão entre indivíduos. Com temas de interesse para ambas as partes e com pontos de vista em comum, ou pelo contrário, com ideias diferentes, o importante mesmo é proporcionar a discussão de assuntos de forma a enriquecerem os seus conhecimentos acerca de determinado tema.

Essa interação entre os usuários das chamadas “redes sociais”, abriu as portas para a colaboração na apuração de informações. O público busca aproveitar essas ferramentas para desenvolver pensamentos próprios, trazendo um tremendo impacto no campo das comunicações. Este foi, sem dúvida, um avanço na interação entre pessoas comuns e contribuiu bastante para trazer dados que pudessem ser úteis para o grupo em si.

Desta forma, de acordo com Crucianelli (2010), pessoas comuns podem fazer contribuições reveladoras, trazendo dados que expõem fatos desconhecidos ou abrindo as portas de bancos de dados que contêm registros documentais de interesse inestimável para os jornalistas.

Sendo assim, constata-se um crescimento considerável das Redes Sociais no Brasil nos últimos anos. “À medida que cresce o número de usuários dessas redes sociais, os jornais buscam formas para se aproximar desse público e atraí-lo para sua plataforma digital” (QUADROS; MASSIP, 2010, p. 09). Sendo assim, essas ferramentas são de grande importância devido ao contato entre pessoas que compartilham interesses por meio da participação de comunidades virtuais, que vão desde música, filosofia, negócios, programas de TV e divulgação de material jornalístico.

Segundo Roberto (2009), mais de 90% dos usuários da internet no Brasil buscam as Redes Sociais como Orkut, Facebook, Twitter e blogs, as quais são utilizadas como ferramentas para ambiente corporativo.

Através delas os usuários interagem com pessoas do mundo todo, fazendo novas amizades, mantendo vínculos, reencontrando colegas de escola, trabalho. É importante notarmos que nesta ferramenta os usuários também estão na vitrine da Web, onde além de espaço para mensagens, há o álbum (características do fotolog) e as comunidades virtuais, que vão desde assuntos mais fúteis como “Eu odeio perder a ponta do duxex” a assuntos como Música, Informática, Empregos, Serviços, informações etc. (MENDONÇA, 2007, p. 44)

De acordo com artigo escrito pelo jornalista Cleyton Carlos Torres, com relação ao jornalismo na internet ou ao Webjornalismo, as Redes Sociais atraem cada vez mais o

interesse dos profissionais deste setor, apesar de, na prática, ainda ser um grande desafio para os mesmos. A relação entre Redes Sociais e o jornalismo deve ser observada, necessariamente de forma estratégica, levando em conta o comportamento por parte dos diversos segmentos da comunicação.

Acrescenta ainda o jornalista, que varias empresas de comunicação utilizam as principais fontes de tráfego de informações da internet, que são: a opção de busca, o contato por e-mail e, finalmente, as redes sociais, sendo que esta última oferece um maior volume de interatividade e participação do usuário com tais empresas, levando em conta a atuação comportamental dentro deste meio (TORRES, 2011).

Desta forma, através de levantamentos, foram comprovados nos últimos anos que há uma disseminação de assuntos diversos, considerados notícias ou enfoques noticiosos dentro das diversas Redes Sociais, principalmente quando tem como origem a mídia tradicional. Sendo assim, as Redes Sociais servem como uma ferramenta de discussão sobre artigos originados na imprensa comum. Pode-se constatar, portanto, que vem surgindo uma nova maneira de acesso, produção, compartilhamento e discussão sobre as reportagens e matérias jornalísticas.

Dentre as redes sociais mais conhecidas pelos usuários da internet, estão: Orkut, Messenger, Twitter, Facebook que serão especificadas a seguir.

- **Orkut:** Rede social que faz parte do Google Inc., já foi uma das maiores incorporações virtuais do mundo. Nos últimos anos, se tornou muito popular entre os internautas do mundo inteiro, mas, atualmente encontra-se em desuso. Por se tratar de uma network<sup>3</sup>, busca, especificamente, que o usuário crie novas amizades e mantenha contato com diversas comunidades (figura 05). Foi criada nos Estados Unidos pelo engenheiro, doutor em ciência da computação Orkut Büyükkökten em 2004 (MOCELLIM, 2008).

O setor jornalístico percebeu o potencial do Orkut e explorou tal rede social para adquirir informações que os auxiliassem em suas reportagens. No entanto, por ser uma rede social aberta, o Orkut apresenta problemas para o jornalista, no que diz respeito às informações contidas e repassadas, pois, nele há inúmeros dados falsos e/ou idealizados como verdadeiros. Portanto, cabe ao profissional realizar uma pesquisa mais profunda sobre o assunto para que possa utilizar as informações em suas matérias (GUERREIRO, 2007).

---

<sup>3</sup> Rede de relacionamentos.

No Brasil, esta Rede Social já teve mais de trinta milhões de usuários, mas, foi ultrapassado pelo líder mundial, o Facebook.



**Figura 05.** Ferramenta de interação: Orkut.

**Fonte:** Mendonça, 2007.

- **Messenger:** Criado em 1999, pela Microsoft Corporation, o MSN como é mais conhecido, era um similar ao ICQ, seu significado era um trocadilho para “I seek you” (quero encontrar você) e é praticamente a pronúncia inglesa para ICQ (COSTA, 2011).

Para o jornalismo, o *Messenger* serviu como uma ferramenta de intercâmbio social, além de servir também para adquirir material de enquetes que pudessem ser realizadas através da interação pessoal em diversos grupos ou comunidades, identificando tendências e opiniões sobre assuntos que diziam respeito a temas polêmicos que permeavam a sociedade. Sendo assim, para o jornalismo, o *Messenger* serviu, principalmente, como ferramenta de interação onde se podia adquirir ou repassar informações em tempo real sobre os assuntos de interesse jornalístico (AGUIAR, 2009).

No dia 09 de Janeiro de 2013, a Microsoft comunicou o encerramento do serviço deste programa e informou que as contas dos usuários seriam migradas para o Skype, que pertence à companhia. No dia 27 de maio de 2013, o serviço foi desativado em definitivo.



**Figura 06.** Ferramentas de interação: Messenger  
**Fonte:** Mendonça, 2007.

- **Twitter:** Fundado em 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone, nos Estados Unidos, o *Twitter* (em inglês: pios de pássaro) apresenta-se como a mais atual Rede Social de envio de mensagem e visualização das atualizações de outros contatos. Ele foi criado com o objetivo inicial de responder a pergunta “O que você está fazendo?”, o que pode ser respondido em 140 caracteres. Segundo Leszkowicz (2009, p. 07), “o Twitter, embora seja muito simples, se for bem usado, é um excelente aplicativo para todas as pessoas que estão interessadas em aumentar e expandir seus contatos”.

A característica principal do Twitter é a velocidade de propagação da informação. Uma notícia pode ser repassada por qualquer cidadão por computador ou celular. A rapidez com que a ferramenta repassa as informações pode dar ao profissional jornalista dados que podem ser transformados em notícias, após devidamente averiguados, é evidente, estas informações passam a ser elementos importantíssimos para o contexto jornalístico, desde que sejam manipuladas de forma séria e honesta (LESZKOWICZ, 2009).





**Figura 07.** Ferramenta de interação: Twitter  
**Fonte:** Leszkowicz, 2009.

- **Facebook:** É mais uma Rede Social muito procurada pelos usuários da internet. Foi criada pelos estudantes de Harvard Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin (brasileiro) e Chris Hughes, em 2004. Ferramenta similar ao Orkut, sua importância está voltada diretamente para a aquisição de novos amigos, além de expor seu cotidiano da forma que lhe é desejado.

Com relação ao papel do Facebook, trata-se de uma plataforma para os jornalistas que podem acompanhar, em tempo real, os fatos que ocorrem no mundo através de informações repassadas pelos contatos, que são fontes valiosas para o desenvolvimento de uma reportagem (CANAVILHO, 2004).



**Figura 08.** Ferramenta de interação: Facebook  
**Fonte:** Leszkowicz, 2009.

- **Blogs:** Os Blogs fazem parte da segunda geração da Internet, ou seja, Web 2.0. Caracteriza-se pela forma de interação entre os seus usuários. São espécies de diários virtuais que contém textos, fotos, espaço para comentários entre outros acessórios que permitem amplas abordagens. Os assuntos discutidos nesta rede social contemplam qualquer assunto, como por exemplo, poesia, literatura, humor, arte e etc. Com relação à sua construção, uma vantagem apresentada é o fato de não requerer conhecimento técnico especializado, o que chama bastante a atenção dos internautas. A maioria dos provedores disponibiliza os serviços de blog gratuitamente, mas também existem serviços especializados pagos (FERREIRA, 2008).

Existem blogs com diversos fins: pessoais, de homenagens a ídolos, divulgação de bandas, de pessoas que compartilham idéias, experiências, gostos e atividades diversas, jornalísticos etc. Entre os servidores dos blogs, destacam-se o *blogger* e o *wordpress*.

O jornalismo blogueiro, dedicado à postagem de notícias atualizadas, transformou a comunicação no espaço cibernético. O blog é visto como uma nova maneira de informar na Internet; A linguagem subjetiva e a ligação com outros links e assuntos relacionados, assemelham-se com uma coluna jornalística. Como a informação sempre é colocada de modo a acrescentar o que já foi dito anteriormente, o formato do blog dá uma ideia de fluidez no texto, por isso, hoje são considerados fontes alternativas e complementares de informação.



**Figura 09.** Ferramentas de Interação: blogs  
**Fonte:** Mendonça, 2007

## 2.6 O BLOG JORNALÍSTICO: UM NOVO MODO DE FAZER NOTÍCIA

Apesar de ser uma página pessoal na internet, com um formato de diário, na prática, o blog tem um significado mais amplo. É considerada uma ferramenta informativa excelente no meio jornalístico, sendo responsável pelo aumento do interesse dos usuários pela notícia.

Segundo Orduña et al (2007 apud AUGUSTINHO), “os blogs são um novo meio que chegou para cobrir algumas funções melhor do que outros meios tradicionais, o que por sua vez gera novas funcionalidades que não existiam antes”. Eles têm disponível um instrumento de interação muito popular; Trata-se da inserção de comentários dos usuários, permitindo que os mesmos expressem sua opinião sobre o conteúdo da matéria do *post* publicado pelo autor do blog.

No caso do blog jornalístico, a notícia não se encerra com a publicação do *post*, mas abre um espaço de comunicação para os leitores, estimulando a discussão e o diálogo. Sendo assim, o sistema de interação permite aos usuários que utilizam o blog (blogueiros) criar novos debates, através da exposição de seus pensamentos que serão analisados de maneira coletiva, participando ativamente da discussão (PRIMO; RECUERO, 2007).

Com relação à possibilidade de desenvolvimento jornalístico através do blog, Ferreira afirma que:

Os blogs, apesar de serem ferramentas individuais, com uma proposta de expor opiniões subjetivas, ao longo de sua trajetória passaram a ter evidência com propósitos mais específicos, tornando-se um meio de transmitir informações com características jornalísticas (FERREIRA, 2008, p. 05).

Essa tendência vem modificando o fluxo das informações jornalísticas que, com a utilização do blog, insere um processo participativo, no qual os próprios usuários da internet tomam parte, reconstruindo a notícia publicada (MACHADO; LOHMANN; HAGUENAUER, 2009).

Neste aspecto, Dreves (2004) afirma que o blog é uma porta aberta para qualquer pessoa, inclusive os jornalistas:

Amplia a possibilidade das informações serem jogadas na rede mundial de computadores a qualquer instante, sobre todo e qualquer assunto. É um mundo virtual portador de cultura, beleza, tristeza, narcisismo, linguagens estranhas, informações científicas, contextualizadas ou não (DREVES, 2004, p. 13).

Segundo a autora, ao analisar o fenômeno que se tornaram os blogs, compreende-se que tais ferramentas passaram a ser bastante úteis para o profissional do jornalismo devido ao poder de disponibilizar as informações da maneira mais rápida e acessível possíveis. Por isso, muitos jornalistas mantêm blogs, apesar de estarem em plena atividade nos jornais tradicionais, pois os blogs oferecem uma versão maximizada de suas notícias, já o jornal não disponibiliza o espaço necessário para este fim. Portanto, enquanto as notícias no jornal são editadas antes, havendo vários cortes, para só depois serem expostas, os blogs possibilitam o desenvolvimento da ideia na íntegra e no tempo necessário (DREVES, 2004).

### **2.6.1 Fatores para o Surgimento do Blog Jornalístico**

Com relação ao surgimento do blog direcionado para o jornalismo, constata-se que os três fatores principais que aproximaram os jornalistas a essa ferramenta digital são, segundo Dreves (2004):

- 1) O crescimento da utilização do blog a partir dos anos de 1999-2001;
- 2) A aceitação do blog na prática profissional jornalística a partir principalmente de 2003; e, por fim,
- 3) A inclusão definitiva do blog ao jornalismo, causada pela boa adaptação dos profissionais, surgindo assim o weblog jornalístico.

Com relação à aceitação dos blogs a partir do final da década de 1990, um fator importante foi a liberdade de expressão proporcionada por essa ferramenta, oferecendo uma visibilidade muito grande na internet e possibilitando uma elaboração mais apurada dos textos a serem postados, sem se preocupar com tamanhos específicos (GALDINO; MACIEL, 2008).

A partir de 2003, com a aproximação dos profissionais do jornalismo ao blog, alguns autores presumiram que este acontecimento pudesse fazer com que houvesse uma substituição do jornal on-line, o que não aconteceu. Na verdade, os blogs jornalísticos tornaram-se numa nova forma de transmissão de informação, uma extensão da notícia publicada no Jornal. Como afirma SILVA (2003), a ideia foi de que ambos se

complementassem, formando uma poderosa ferramenta de interatividade entre todos os elementos que utilizassem a informação, ou seja, emissor e leitor.

Essa visão de complementaridade entre o jornal on-line e o blog, foi o fator preponderante para que o jornalismo se tornasse cada vez mais ativo no ambiente da internet, proporcionando a diversificação e a apuração da informação. Ao utilizar o blog, os jornalistas uniram a intimidade da sua finalidade inicial, que era a de diário pessoal, com o compromisso de uma narrativa séria e jornalística da informação, pois o texto exposto, geralmente, está vinculado às empresas jornalísticas tradicionais (DREVES, 2004).

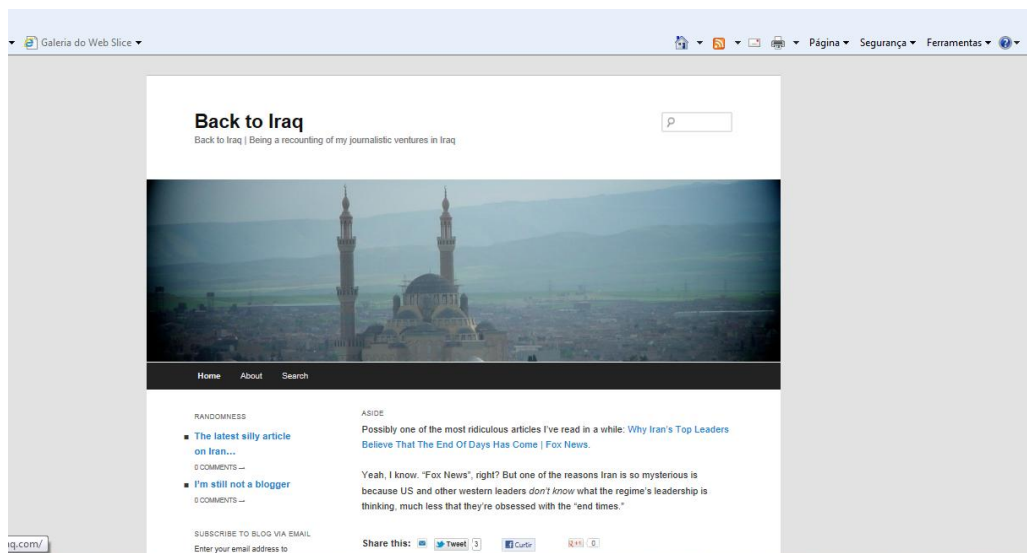
Esse modelo de jornalismo integrado está bastante evidente nos chamados warblogs (war = guerra; blogs = Diários), no qual seu conteúdo era voltado para as notícias das guerras. Os warblogs são blogs jornalísticos que divulgavam notícias das guerras em que os Estados Unidos estavam envolvidos, como a guerra do Afeganistão em 2001 e a guerra do Iraque em 2003. Suas características principais são: a personalização da informação, informação opinativa, contextualização da informação (RECUERO, 2003).

- **Personalização da informação:** Presente não apenas no conteúdo e na assinatura do autor, mas, também na estrutura do blog, ou seja, no formato dos links disponibilizados, na foto do autor ou mesmo em banners. Sendo assim, toda notícia postada no blog busca sempre causar impacto que leve à discussão. Desta forma, o que é escrito é a informação correspondente ao relato, mas na visão ou na opinião do autor sobre o evento. De acordo com Recuero (2003, p. 06), “essa característica refere-se, deste modo, a uma possibilidade de customização do conteúdo que seja específica para o leitor”.
- **Informação Opinativa:** É quando a informação postada estimula a discussão e o debate, através da análise e opinião dos usuários. Normalmente, são levantadas questões que já foram publicadas de outras mídias, numa tentativa de discutir com os leitores através dos comentários, dispondo pensamentos diversos. Segundo Recuero (2003), essa característica não é só utilizada pelos warblogs. Os jornais online, através de colunas, também dão espaço para que o leitor opine sobre determinado assunto e saia da neutralidade.

- **Contextualização da Informação:** É na verdade coletar, pesquisar e publicar as informações. Esse processo pode acontecer através de várias abordagens, nas diferentes fontes sobre a informação. Através do warblog, o leitor pode, além de conhecer as opiniões sobre a guerra, visitar, diretamente, a fonte da informação que o autor postou (RECUERO, 2003).

Observa-se, portanto, que, todas as características do warblog propõem uma interatividade com o leitor, seja ela direta ou indireta, assim como, em geral, é a proposta do blog jornalístico que busca dinamizar as notícias, não permitindo que as informações fiquem estáticas. Contudo, é importante salientar que alguns warblogs se apresentam com uma maior mobilidade, enquanto outros não.

Além disso, outras características, como a parte gráfica do blog, também podem ser indicativos de personalização como mostra o warblog *Back to Iraq 2.0* (figura 10), do jornalista Chistopher Albritton. Esse warblog procura descrever o cotidiano do front de batalha não só em Bagdá, mas em todo território iraquiano de forma sólida e independente. No entanto, o blog foi criado com a finalidade de angariar fundos que servem para manter os serviços do jornalista no país e, em contrapartida são dispostas informações diárias sobre o clima de guerra nestes territórios (RECUERO, 2003).



**Figura 10.** warBlog (Back to Iraq).

**Fonte:** by WordPress.

Com relação ao Brasil, segundo Foletto (2009), o primeiro warblog, com interação jornalística, foi o blog *Diário de Bagdá*, criado por Sérgio Dávila e Juca Varella que realizava uma cobertura jornalística da Guerra do Iraque, fora dos padrões tradicionais dos grandes portais.

No entanto, esse blog já não mais está no ar, porém, são expostas várias matérias no site “Folha UOL”, onde o mesmo era hospedado. Além disso, foi lançado em 2003, um livro com o mesmo título do blog, nele são relatados momentos da Guerra.

Atualmente, a maioria dos jornais online adota o blog como suplemento jornalístico, oferecendo um refinamento das notícias através de textos de profissionais em suas áreas de especialização como: economia, política, cultural etc. Como exemplo, podemos citar os blogs no Jornalismo de todos os columnistas da edição impressa de *O Globo Online*, a partir de 2003 (MENDES, 2007, p. 19).

## **2.6.2 Caracterização Tipológica dos Blogs Jornalísticos**

A tipologia dos blogs jornalísticos, partindo de uma análise dos aspectos redacionais, está pautada basicamente em blog portal, blog coluna e blog híbrido. Tais tipos apresentados divergem no seu desenvolvimento, tendo em seu contexto especificidades direcionadas à necessidade de cada leitor.

### **2.6.2.1 Blog Portal**

O Blog Portal tem características análogas às do Portal jornalístico on-line. De acordo com Barbosa (2003 apud FOLETTO, 2009, p. 82) é uma ferramenta de “dinâmica mais ágil e de consolidação do modelo de notícias em tempo real ou tempo quase real”. No entanto, as especificações encontradas no blog usual, nele estão presentes principalmente no que diz respeito à ordem cronológica inversa das notícias postadas e os comentários feitos pelos leitores, que criticam ou corroboram com o jornalista.

O conteúdo é apresentado de forma objetiva e equilibrada para que muitas pessoas o compreendam, assim como acontece em um jornal impresso de grande tiragem ou em um telejornal com grande audiência. [...] um dos grandes valores comunicativos do meio weblog é o de estabelecer conversações (BARBOSA, 2003, p.166).

Além deste perfil, nos Blogs Portais há uma variação de gêneros jornalísticos divididos em notícia, comentário, editorial, charge, crônica, reportagem etc. Contudo, há uma divisão específica entre os diversos gêneros. Como se observa no *Blog do Noblat* (Figura 11), o assunto é identificado na parte de cima da postagem, seja ele um comentário, um artigo, uma crônica ou uma seção do blog, esse formato faz com que o leitor tenha conhecimento do tipo de informação que vai ler (FOLETTTO, 2009).

The image shows a screenshot of the 'Blog do Noblat' website. At the top, there is a navigation bar with 'O GLOBO PAÍS' and a search bar. Below this is a secondary navigation bar with various categories like 'CAPA', 'PLANTÃO', 'MEU GLOBO', etc. The main header features a profile picture of Ricardo Noblat and the title 'Blog do NOBLAT'. The main content area displays a post titled 'O mais ausente em plenário' by Ricardo Noblat, dated 28.7.2009. A red circle highlights the link 'LEIA EM O GLOBO' above the post title. The right sidebar contains an 'ENQUETE' section with a poll question: 'O que Lula fará daqui por diante em relação a Sarney?'.

**Figura 11.** Blog Portal (Blog do Noblat).  
Fonte: O Globo.

Com relação ao exposto, pode-se acrescentar que o blog portal está sempre ligado a um portal de webjornal, ou seja, é uma ferramenta oficial mantida pela grande mídia da internet, sendo assim, possível o acesso de diversas fontes de informação, como de agências ou outros jornais on-line que fazem parte do grupo jornalístico a qual pertence o profissional jornalista, autor do blog.

#### 2.6.2.2 Blog Coluna

Como o nome já indica, o blog coluna trata-se de um tipo de weblog com um estilo semelhante a uma coluna on-line e características iguais às colunas encontradas em outros meios de comunicação, ou seja, uma estrutura baseada em um mosaico de informação e

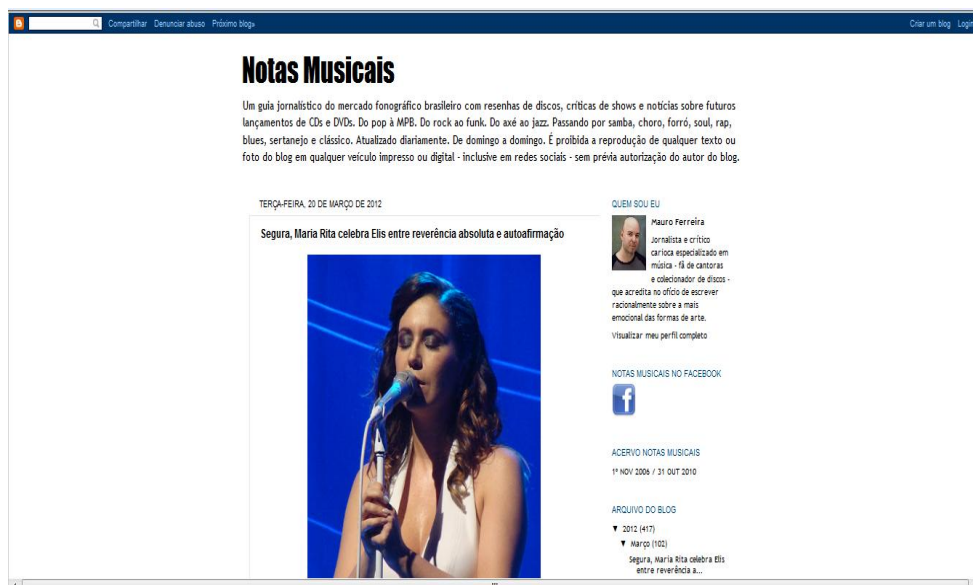


opinião, destacado pela agilidade e pela abrangência das postagens, tanto em forma de notícias, como em forma de comentários (FOLETTTO, 2009).

A ideia de aproximar o blog de uma coluna on-line surgiu a partir dos primeiros blogs jornalísticos, na década de 1990. Isto acontece devido à identificação desses espaços cibernéticos, principalmente pela estrutura semelhante deste tipo de weblog com a coluna jornalística, além do caráter de personalização que ambos têm e que permite um estilo de texto mais livre e pessoal do que o noticiário comum (FOLETTTO, 2009).

No entanto, essas duas ferramentas se diferem pela atualização contínua e pela possibilidade dos leitores inserirem comentários no blog coluna. A esse respeito, Bradsham (2008) afirma que “o blog coluna proporcionou o espaço e a tecnologia para expansão em caminhos que a impressão e as redes de radiodifusão não tinham permitido” (FOLETTTO, 2009, p. 78).

Além disso, outro detalhe que caracteriza os blogs colunas, é o fato de apesar de serem blogs jornalísticos, raramente há links que dão acesso a outras páginas da web, a não ser os do próprio grupo midiático no qual estão inseridos.



**Figura 12.** Blog Coluna (Blog Notas Musicais).  
Fonte: Blogger.

Um dos blogs que se identifica como do tipo coluna é o *Notas Musicais* (figura 12), criado pelo jornalista Mauro Ferreira, que o apresenta como um “Guia Jornalístico do Mercado Fonográfico”, ele traz em seu conteúdo resenhas, notas e notícias de shows, discos e DVDs de artistas da música brasileira, numa periodicidade que varia de quatro a sete postagens diárias (FERREIRA, 2006 apud FOLETTTO, 2009).

De acordo com Foletto (2009, p. 81),

A ideia de estabelecer uma conversação com um público amplo e de estabelecer um produto jornalístico aberto e não-finalizado parece não ser o foco do Notas Musicais e de diversos blogs semelhantes que podem ser encontrados na blogosfera brasileira.

### 2.6.2.3 Blog Híbrido

O blog do tipo híbrido dá liberdade ao editor para juntar vários gêneros dentro do mesmo ambiente, não distinguindo de forma organizada os textos postados. Stovall define a forma usual de uma postagem num blog híbrido, como sendo uma mistura das características de um gênero tradicional (FOLETTTO, 2009).

Suas especificidades o apontam como um novo modelo de Jornalismo na web, revitalizando a antiga seção “opinião do leitor” no Jornalismo tradicional. Apresenta como uma de suas características, a ideia de que o ponto alto da notícia postada estará ao longo da postagem, e não apenas na abertura do blog.

De acordo com Robinson (2006 apud FOLETTTO, 2009, p. 86), no blog híbrido:

O texto pode ser linear e respeitar os cânones da linguagem jornalística, pode também ser não-linear, sem lide de abertura, baseado em uma narrativa pessoal e opinativa, com o texto aberto aos acréscimos e correções do usuário e com o uso do link como forma de dar credibilidade aquilo que se fala.

Dentro deste contexto, no blog *Tiago Doria Weblog* (figura 13), hospedado no portal Ig, os texto são utilizados de acordo com o título indicado, referenciando também, a origem das informações usadas, indicando assim, o caminho que a informação percorreu até ser publicada, ilustrando os dados abordados no post (MIELNICZUK, 2003 apud FOLETTTO, 2009).



**Figura 13.** Blog Híbrido (blog Tiago Doria Weblog).

**Fonte:** Portal Ig.

Além disso, o texto é usado normalmente através de comentário do autor de reais fatos ocorridos, dando mostras do compromisso com a veracidade, tal qual acontece no Jornalismo convencional. Por fim, pode-se constatar que no blog jornalismo híbrido, não há uma ideia de padronização de estilo, mas, sim um interesse pela informação a ser adquirida.

Sendo assim, o blog, como uma ferramenta jornalística, com sua tipificação determinada, busca mostrar uma nova maneira de se fazer notícia, possibilitando a todos uma participação construtiva, fazendo com que o leitor e o autor da informação transformem-se em emissores de opiniões que possam dar um novo panorama ao fato ocorrido e/ou a ideia proposta. É, na verdade, um centro de emissões de conceitos, sugestões, conflitos e debates, dando oportunidade a todos de forma aberta de, ao ser criada a polêmica, expor seu pensamento.

### 3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste estudo tem como base a realização de uma pesquisa, a qual os instrumentos estão classificados dentro das normas exigidas para os trabalhos científicos, ou seja, sua natureza, sua abordagem de problema, seus objetivos e seus procedimentos técnicos, devendo-se, ainda, indicar os instrumentos a serem usados e o plano de análise da mesma (MARCONI; LAKATOS, 2001).

#### 3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

A referida pesquisa é classificada como bibliográfica, exploratória e qualitativa, pois busca aumentar o conhecimento sobre o tema e a confirmação de informações com base em literatura e pesquisas feitas anteriormente.

Com relação à pesquisa bibliográfica, buscou-se realizar uma análise de documentos científicos como artigos científicos, dicionários, livros, periódicos, ensaios críticos e publicações diversas. Segundo Gil (2002, p. 44), “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

Além disso, a pesquisa teve caráter exploratório, para proporcionar maior familiaridade com o tema, com vistas a torná-lo mais explícito (GIL, 2002). No que diz respeito à abordagem qualitativa, segundo Minayo (2007, p. 36) “são as capazes de incorporar a questão do significado e da intencionalidade como inerentes aos atos, relações, estruturas sociais, sendo estas compreendidas como construções humanas significativas”.

#### 3.2 COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados da pesquisa bibliográfica, foram utilizadas fontes primárias e secundárias conseguidas através de pesquisas em publicações escritas e virtuais, como livros, teses, dissertações, artigos de jornais ou de revistas e artigos em mídia eletrônica, publicados acerca da temática, na língua portuguesa e língua inglesa.

#### 3.3 ANÁLISE DE DADOS

O processo de análise dos dados coletados foi realizado através de uma leitura do material para qualificação das informações que foram utilizadas na temática abordada.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou demonstrar a importância da internet para o jornalismo, tendo como parâmetro, as diversas ferramentas virtuais com potencial jornalístico, além de mostrar as várias formas de construir a notícia utilizando o ambiente virtual blog.

No levantamento histórico, verificou-se que, para a humanidade, o jornalismo teve como principal característica a participação em todas as fases evolutivas do mundo moderno. Além disso, foi constatado que ele, como fonte de informação e difusão dos fatos ocorridos em todos os setores da sociedade, tem uma história marcada por diversas mudanças que envolvem principalmente o tipo de linguagem que o profissional jornalista utilizou para transmitir as notícias. O jornalismo seguiu sua trajetória sempre avançando como instrumento de construção da sociedade.

A respeito disso, vale salientar que ao longo da história, o aparecimento de diferentes meios de comunicação social, introduziu novas rotinas e atividades ao jornalismo. O jornalismo escrito, o jornalismo radiofônico e o jornalismo televisivo surgiram com uma nova proposta no que diz respeito à transmissão da informação, adaptadas às características do respectivo meio.

Observou-se também que com o surgimento da internet, houve uma migração lenta, mas gradativa dos jornalistas para esse novo meio, tendo-se, no entanto, verificado uma leve alteração na linguagem. Esse fato se refere ao chamado "jornalismo online" ou "webjornalismo", caracterizado como a transformação dos jornalisimos escrito, radiofônico e televisivo para o jornalismo digital, trazendo consigo as técnicas já existentes e ampliando a qualidade da informação.

Além disso, através da Internet, o jornalismo renovou o conceito de credibilidade, fez-se valer uma nova forma de informação, mais rápida, com elementos compatíveis com os do rádio e TV, mas, disposto quase em tempo real, oferecendo aos leitores notícias em lotes, ou seja, parcializada, mas que podem ser atualizada a cada instante.

Neste sentido, constata-se que a internet revolucionou o jornalismo da mesma maneira que revolucionou outros setores da atividade humana, no que diz respeito às ferramentas de comunicação, assim foram criados portais e sites direcionados para a distribuição da notícia.

Dentre as ferramentas virtuais da internet, o blog é considerado uma das mais populares, por ser de livre acesso e de linguagem de fácil compreensão. Trata-se de um diário de atividades, tendo a possibilidade de além de ser lido, ser comentado através de postagem dos leitores. De acordo com Silva (2003), apesar dos blogs serem considerados por muitos

como simples diários pessoais, sua função é mais abrangente e vai além do entretenimento, ele é uma ferramenta flexível e mutante em sua essência, não sendo possível uma classificação rigorosa dessa produção em gêneros sedimentados.

O blog, voltado para assuntos jornalístico, tem como função principal o complemento da notícia, a qual, muitas vezes, não pode ser desenvolvida na íntegra nos outros meios de comunicação. O caráter jornalístico dos blogs se reflete no fato de que a maioria das publicações está voltada para abordagens específicas e tem sido feita sob a forma de artigos.

Diante disso, é notório o crescente número de blogs jornalísticos que, coletivamente, estão competindo com a mídia tradicional pela atenção dos leitores. O cenário atual indica que o modelo transformador na relação emissor-receptor, que surgiu com o advento do blog jornalístico, tornou o jornalista um profissional que tem o papel de selecionar e de analisar os acontecimentos relevantes do fato ocorrido.

Neste sentido, verifica-se que o jornalismo adotou definitivamente o novo modelo informativo baseado na participação do usuário, ou seja, na interatividade que o weblog proporciona. Estudos comprovam que a esmagadora maioria dos jornalistas (90,7%) aderiu à internet, principalmente ao weblog como meio de comunicação. Contudo, isso não significa dizer que os weblogs são substitutos das tradicionais formas de jornalismo, pelo contrário, há uma tendência cada vez maior para que os meios de comunicação tradicionais (Rádio, TV e Jornal) tenham uma interação permanente com a internet em prol da construção da notícia.

Percebe-se ao final desta pesquisa, que os weblogs jornalísticos ainda têm uma vida longa no ambiente virtual, mesmo este sendo dominado pelas grandes redes sociais. Eles conseguiram destaque na Blogosfera e tendem a crescer com a ajuda de sites como Facebook e Twitter, que só contribuem para que seu conteúdo chegue a um número cada vez maior de pessoas. Contudo, é preciso que os estudos a ele relacionados sejam mais explorados pelos jornalistas e teóricos, assim como já acontece atualmente com o jornalismo on-line.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Thales. **Comunicação Virtual**: As transformações dos símbolos lingüísticos através da interatividade dos usuários no MSN Mensseger. Artigo. Governador Valadares-MG: UNIVALE, 2009.
- ANDERSON, Cris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Trad. Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALISMO - ANJ. **Imprensa Brasileira**: dois séculos de história. 2008. Disponível em: <[http://www.anj.org.br/a-industria/arquivos-em-pdf/Imprensa\\_Brasileira\\_dois\\_seculos\\_de\\_historia.pdf](http://www.anj.org.br/a-industria/arquivos-em-pdf/Imprensa_Brasileira_dois_seculos_de_historia.pdf)>. Acesso em 22 out 2011.
- AUGUSTINHO, Rafael Barbosa. **Análise da publicidade em blogs e a sua utilização como mídia**. Monografia. Centro de Ciências Sociais e Aplicadas. Belo Horizonte-MG, 2008.
- BARAN, Paul. **On distributed communications: introduction to distributed communications network**. Trad. Hobbes Zakon Robert. 2006. Disponível em: <[http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research\\_memoranda/2006/RM3420.pdf](http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_memoranda/2006/RM3420.pdf)>. Acesso em: 12 nov 2011.
- BARBER, Phil. **A Brief History of Newspapers**: Historic Newspapers and Early Imprints. Trad. Elizabete Hart. Boston, 2002.
- BARBOSA, Suzana. Jornalismo de portal: novo formato e categoria para o jornalismo digital. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Org). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, pp.161-186, 2003
- BEZERRA, Valderiza; JOCA, Alexandra. **Conceitos de CHAT na Internet**. 2007. Disponível em: <<http://blog-espie2007.blogspot.com/2007/10/conceitos-da-palavra-chat-na-internet.html>>. Acesso em: 22 jan 2012.
- CANAVILHAS, João Messias **Webjornalismo**: Considerações gerais sobre jornalismo na web. Covilhã-Portugal: UBI, 2004.
- \_\_\_\_\_. **Webjornalismo: Da Pirâmide invertida à pirâmide deitada**. In: BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã-Portugal: UBI, 2007.
- CARVALHO, Marcelo Sávio Revoredo Menezes de. **A trajetória da internet no Brasil**: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança. Dissertação. Rio de Janeiro-RJ: UFRJ, 2006. Disponível em: <<http://www.nethistory.info/Resources/Internet-BR-Dissertacao-Mestrado-MSavio-v1.2.pdf>>. Acesso em: 12 nov 2011.
- CORREIA, B. A circulação da informação jornalística no ciberespaço: conceitos e proposta de classificação de estruturas. In: SCHWINGEL, C.; ZANOTTI, C. A. (Orgs.): **Produção e colaboração no jornalismo digital**. Florianópolis: Insular, 2010, p. 30-60.

COSTA, Juliane. MSN Messenger: **12 anos de história**. 2011. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia.html>>. Acesso em: 22 jan 2012.

CRISPINO, Ovidio Mota e Fabiana. **Blog: Uma Experiência Em Jornalismo e Educação**. 2010. Disponível em: <<http://www.unisuam.edu.br/semioses/pdf>>. Acesso em: 04 fev 2012.

CRUCIANELLI, Sandra. **Ferramentas digitais para Jornalistas**. Trad. Marcelo Soares. Califórnia - EUA: Knight Center for Journalism, 2010.

DEL BIANCO, Nelia Rodrigues. A Internet como fator de mudança no jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 1. a. 27, n. 1, jan/jun 2004.

DREVES, Aleta Tereza. **Blog e jornalismo on-line: Potencialidades profissionais na contemporaneidade tecnológica**. Monografia. 2004. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/dreves-aleta-blog-jornalismo-online.htm>>. Acesso em: 22 set. 2011.

FAGGION, Helber Guther. **História Digital e Jornalismo On-Line**. Ensaio. São Paulo-SP: Edit. Brasil: 2001.

FARIAS, Renan Curvello. **Redes Sociais e sua Importância em SEO**. 2008. Disponível em: <<http://www.brasilseo.com.br/social-media-marketing/redes-sociais-e-sua-importancia-em-seo>>. Acesso em: 25 jan 2012.

FELZ, Jorge. **Uma breve história da internet**. 2007. Disponível em: <<http://ciberjor.files.wordpress.com/2007/09/historia-da-internet.pdf>>. Acesso em: 12 nov 2011.

FERREIRA, Débora Branquinho. **Blog como ferramenta da comunicação empresarial**. Rio de Janeiro: UES, 2008.

FIDALGO, António. A resolução semântica no jornalismo online. In: BARBOSA, Suzana (org.). **Jornalismo digital da terceira geração**. Lisboa-Portugal: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2009.

FOLETTTO, Leonardo Feltrin. **O blog jornalístico: definição e características na blogosfera brasileira**. Dissertação. 2009. Disponível em: <[www.lapjor.cce.ufsc.br/home/index.php](http://www.lapjor.cce.ufsc.br/home/index.php)>. Acesso em: 22 set. 2012.

FRANCO, Guillermo. **Comience cada página con las conclusiones**. Artigo. 2002. Disponível em: <<http://www.univalle.edu.co/publicos/documentos/como-escribir2.html>>. Acesso em: 30 nov. 2001.

GALDINO, Décio Raniere de Brito; MACIEL, João Wandemberg Gonçalves. A crescente popularização dos blogs e suas implicações para o processo de letramento digital. **Anais do Encontro Nacional de Letramento**, João Pessoa-PB, 2008.



GALLUCCI, Marina e PORTELLA, Marina. **Orkut: ame-o ou deixe-o!** Palavra Digital – jornal laboratório online do curso de jornalismo da Unibrasil, 30 de novembro de 2006. Disponível em: <<http://jornal.unibrasil.com.br/cms>>. Acesso: 22 jan 2012.

GUERREIRO, Isabella Mendonça. **Orkut como fonte de informação para jornalistas: apuração na era da internet.** Monografia. 2007. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/2976302.pdf>>. Acesso em: 12 ago. 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIUSSANI, Bruno. **Révolution dans l'information. Le Monde Diplomatique.** Paris, 2001.

GOMES, Ingrid. **Jornalismo Contemporâneo Influências e heranças que marcam o jornalismo atual.** 2005. Disponível em: <<http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/4/47/GT1015.pdf>>. Acesso em: 24 set 2011.

GONÇALVES, Joana. Será que as redes sociais influenciam no jornalismo? Artigo. 2009. Disponível em: <[http://www.slideshare.net/Jo\\_ana/redes-sociais-e-jornalismo-1656032](http://www.slideshare.net/Jo_ana/redes-sociais-e-jornalismo-1656032)>. Acesso em: 12 set. 2011.

GOUVEIA, António Jorge Gonçalves de. Portais Web: enquadramento conceptual. **Anais da Conferência IADIS Ibero-Americana, 2007.**

GRADIM, Anabela. **Manual de Jornalismo.** Covilhã-Portugal: UBI, 2000.

LEITE, Wesley Dalcol; BECKER, Maria Lúcia. Webjornalismo Participativo e a Contribuição para a Cidadania da Pessoa Idosa. Artigo. 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2010/resumos/R5-1705-1.pdf>>. Acesso em: 16 set. 2013.

LESZKOWICZ, Adriano. **Utilizando o Twitter.** 2009. Disponível em: <<http://www.wellbeing-int.com/arquivos/twitter.pdf>>. Acesso em: 27 jan 2012.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** Trad. Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.

LUNA, Diógenes D'Arce Cardoso de. **Entre Links e Lexias da Hipermídia: Um estudo sobre a narrativa do jornalismo na web.** Monografia. 2007. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/luna-diogenes-entre-links-e-lexias.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2012

MACHADO, Mariana Martins; LOHMANN, Augusto de Freitas; HAGUENAUER, Cristina Jasbinschek. O Jornalismo na Web 2.0. **Revista Educaonline.** Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, jan/abr, 2009. Disponível em: <[http://www.latec.ufrj.br/revistaeducaonline/vol3\\_1/4\\_Jornalismo\\_na\\_Web\\_20.pdf](http://www.latec.ufrj.br/revistaeducaonline/vol3_1/4_Jornalismo_na_Web_20.pdf)>. Acesso em: 12 fev 2012.

MARCONI, Marina de A., LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico.** 3. ed. São Paulo; Atlas, 2001. 220p.

MENDES, Larissa de Moraes Ribeiro. **Outras práticas, outras narrativas: Jornalismo em transformação nos blogs jornalísticos.** Dissertação de Mestrado. Faculdade de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2007.

MENDONÇA, Marina Alves de. A relação entre as ferramentas de interação da internet e as mudanças na comunicação: análise no contexto da sociedade da informação. Monografia. 2007. Disponível em: <<http://www.repositoriobib.ufc.br/000003/000003BB.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2013.

MESQUITA, Mário. **Teorias e práticas do jornalismo: da era do telégrafo ao tempo do hipertexto.** Artigo. 2004. Disponível em: <<http://docs.google.com/intercom.org.br/>>. Acesso em: 10 nov 2011.

MIELNICZUK, Luciana. A Pirâmide Invertida na época do Webjornalismo: tema para debate. **Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002.** Disponível em: <<http://www.ericaribeiro.com/Arquivos/PiramideInvertidaWebJornalismo.pdf>>. Acesso em: 23 out 2011.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde.** São Paulo: Hucitec, 2007.

MOCELLIM, Alan. **Internet e Identidade: um estudo sobre o website Orkut.** 2008. Disponível em: <[www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)>. Acesso em: 14 jan 2012.

MOHENDAUI, Luciana. **Guia de estilo Web: produção e edição de notícias on-line.** São Paulo: Editora Senac, 2000.

MORAES, Cláudia Herte de. **Introdução ao Jornalismo.** 2007. Disponível em: <<http://www.introducaojornalismo.blog-se.com.br/blog/conteudo/home.asp?idblog=14668>>. Acesso em: 21 set 2011.

MUNDIM, Marcos. **Discutindo as redes sociais e o jornalismo na internet.** 2011. Disponível em: <<http://mdiaglobal.blogspot.com/2011/07/discutindo-as-redes-sociais-e-o.html>>. Acesso em: 29 jan 2012.

MURAD, Angèle. **Oportunidades e desafios para o jornalismo na Internet.** Vitória-ES: UFES, 2003.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate.** Artigo. 2004. Disponível em: <[http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4\\_f.htm](http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm)>. Acesso em: 21 out. 2011.

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

PORTILHO, Ruy. **A História do Jornalismo Brasileiro.** 2008. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/6883746/A-Historia-do-Jornalismo-Brasileiro>>. Acesso em: 10 nov 2011.

PRIMO, Alex . O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E- Compós (Brasília)**, v. 9, p. 1-21, 2007. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>>. Acesso em: 12 fev 2012.

QUADROS, Claudia; QUADROS, Itanel; MASSIP, Pere. **Webjornalismo**: da forma ao sentido os casos da Gazeta do Povo e La Vanguardia. 2010. Disponível em: <[www.compos.org.br](http://www.compos.org.br)>. Acesso em: 30 jan 2012.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Warblogs**: Os Blogs, a Guerra no Iraque e o Jornalismo Online. 2003. Disponível em: <<http://pontomidia.com.br/raquel/warblogs.pdf>>. Acesso em: 22 fev 2012.

ROBERTO, Laís Maciel. **A influência das redes sociais na comunicação organizacional**. Monografia. 2009. Disponível em: <[http://www.aberje.com.br/monografias/redessociais\\_comorganiz.pdf](http://www.aberje.com.br/monografias/redessociais_comorganiz.pdf)>. Acesso: 21 nov. 2011.

ROMANCINI, Richard; HORTA, Patrícia. **Rádio e História**: Da galena ao podcasting: o rádio no Brasil e no mundo. São Paulo: USP/NCE, 2007.

SALAVERRIA, Ramón (2005) **Redacción periodística en Internet**. Trad. Canavilhas. Pamplona: EUNSA

SCHMITT, Valdenise; FIALHO, Francisco Antonio Pereira. Cauda Longa e o jornalismo: Como a teoria da Cauda Longa se aplica no jornalismo. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. 2007. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/files/09ecompos09\\_Schmitt\\_Fialho.pdf](http://www.compos.org.br/files/09ecompos09_Schmitt_Fialho.pdf)>. Acesso em: 16 dez 2011.

SILVA, Jan Alyne. **Mãos na Mídia**: Weblogs, Apropriação Social e Liberação do Pólo da Emissão. 2003. Dissertação de mestrado defendida na UFBA.

ROBINS, David; SOCHATS, Ken. **Portais de internet**: History and Future Directions, Proceedings TI Conference 2002, Pittsburgh, June 4-5, 2002.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. Dissertação. Porto: UFP, 2008. 284 p.

TORRES, Cleyton Carlos. A importância das redes sociais no jornalismo. **Observatório da Imprensa**, a. 16, n. 679. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a\\_importancia\\_das\\_redes\\_sociais\\_no\\_jornalismo](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_importancia_das_redes_sociais_no_jornalismo)>. Acesso em: 21 jan 2012.

TUCCI, Flora. **Desafios do jornalismo na era digital**: novas considerações. Artigo. 2011. Disponível em: <<http://era.org.br/2011/12/desafios-do-jornalismo-na-era-digital-novas-consideracoes/>>. Acesso em: 12 nov. 2011.