

CONHECENDO AS LINGUAGENS E OS LEITORES

A produção de notícias no portal *www.cotidiano.ufsc*

Maria José Baldessar¹

Resumo:

Este artigo propõe traçar um perfil do leitor e das formas de produção de notícias do portal de jornalismo *Cotidiano*, desenvolvido na Universidade Federal de Santa Catarina pelo Núcleo de Estudos e Pesquisa Hiperídia aplicados ao Jornalismo. Pretendemos historiar a criação do Portal e a partir daí analisar os processos produtivos da notícia (seja ela em áudio, vídeo, texto ou hiperídia) e das mudanças neles a partir da hibridação e combinação de suportes num mesmo ambiente, tendo como referência o leitor.

Palavras-chave: Ciberjornalismo, notícia, linguagem jornalística, Internet.

Abstract: This article aims at establishing a profile of the reader and the forms of news production of the daily news journalism portal, developed at the Federal University Of Santa Catarina by the Center of studies and Hipermedia research applied to journalism. Our project is to follow the record of the portal writing its history from the very beginning, analyzing its processes of news production (audio, video, text and hipermedia) and their changes out of their interbreeding and support combination in the same environment, having the reader as reference.

Keywords: Ciberjournalism, news, journalistic language, Internet.

Desde a invenção do rádio e depois da televisão, discute-se se um ou outro desapareceria, dando lugar ao mais moderno. Numa análise detalhada veremos que eles não desapareceram, mas contribuíram na disseminação mútua e no desenvolvimento de suas linguagens – porque não dizer, na apropriação de suas linguagens. O mesmo

¹ - Doutora em Ciências da Comunicação, ECA/USP. Professora convidada do programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento/ EGC/UFSC. Professora do curso de Jornalismo da UFSC. Coordenadora/pesquisadora do Núcleo de Estudos e Produção Hiperídia Aplicados ao Jornalismo/UFSC

concorre na atualidade com a ascensão da Internet e do jornalismo na rede. Marshal McLuhan (CANAVILHAS, 2001, p.) "afirmava que os conteúdos de um *media* são sempre daqueles que foram substituídos", se referindo à apropriação da linguagem radiofônica pela televisão. Mas, McLuhan ignorou que novos *media* se constroem a partir de novas possibilidades de linguagens e características próprias., ainda porque o estudioso canadense focava suas previsões no desenvolvimento da televisão.

No caso da Internet, resolvidas questões técnicas – como velocidade e conexão, ela assume papel de mídia, é urgente definir qual sua linguagem e características materiais e imateriais enquanto mídia, de forma a agregar valor à cibernotícia e dar-lhe a consistência percebida na linguagem de outros meios como o impresso (jornal e revista) e os eletrônicos (rádio e televisão). Nesse sentido questionamos se, a partir de softwares (como o Flash) e novas ferramentas (como as de georeferenciamento - Google Earth) é possível definir a multimídia (convergência dos meios) como elemento principal da cibernotícia, bem como a possibilidade de leitura não-linear e única para cada leitor?

No caso específico desse artigo, relataremos os primeiros resultados da pesquisa “*Buscando uma linguagem para o jornalismo online: reconhecendo a internet como mídia*”, que tem como objeto as formas de fazer e o comportamento do leitor do Portal Cotidiano, desenvolvido pelo Núcleo de Estudos e Pesquisa Hipermídia Aplicados ao Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Catarina. Com base nos gráficos de análise do Google Analytics e das ferramentas de georeferenciamento, procuraremos mostrar o perfil do leitorado do Portal e de como ele se relaciona com as diversas possibilidades noticiosas oferecidas, tais como Especiais Hipermídia – numa combinação sinérgica de diversas linguagens e suportes, híbridas, como dois ou mais suportes – áudio e texto, texto/foto/áudio, ou puras – somente texto.

Será descrito o resultado da primeira análise do leitorado realizada entre março e maio de 2008, com a montagem de três *focals groups*, divididos na categorização de Santaella (2004) como leigos, novatos e expertos, de forma a identificar qual o percurso de leitura feita por estes usuários – linear ou não-linear, e sua familiaridade com a notícia em rede; depois, a partir da análise dos resultados dos *focals groups*, entender como a usabilidade de uma reportagem hipermídia pode ser determinante para uma leitura mais eficiente e se a convergência dos meios é fator decisivo para uma maior permanência/frequência de leitura ou para uma rejeição efetiva do conteúdo oferecido,

tendo como referencial Canavilhas (2001,2003,2004), Nielsen (2000), Rich (2000), McAdams (2004), Santaella (2006).

Por outro lado, tentaremos mostrar a rotina de produção e de como os produtores de conteúdo se apropriam delas para o estabelecimento de uma linguagem para o ciberjornalismo. Aqui procuraremos descrever as mudanças na rotina profissional e as adaptações ao novo modo de fazer e pensar a notícia, especificamente a necessidade de agregação de conhecimentos diferentes dos atribuídos ao jornalismo.

A proposta do Portal Cotidiano

O [http:// www.cotidiano.ufsc.br](http://www.cotidiano.ufsc.br)² foi desenvolvido pelo Núcleo de Estudos e Produção Hipermedia Aplicados ao Jornalismo, em parceria com o Núcleo de Televisão Digital Interativa, que desenvolveu a interface de acesso, ambos da Universidade Federal de Santa Catarina. A criação do Cotidiano se deu em função da necessidade de experimentação de novas linguagens e da percepção dos pesquisadores das possibilidades oferecidas pela internet para o desenvolvimento de uma linguagem jornalística específica que desse conta de suas potencialidades e agregasse valor a informação, em especial a noticiosa.

O Cotidiano tem uma equipe própria, composta por cinco alunos bolsistas e três voluntários, além da supervisão de dois professores. A linha editorial é marcada pela divulgação de material noticioso amplo, não buscando um público segmentado – embora boa parte dos quase 1.500 acessos diários, 65%, sejam ligados a comunidade acadêmica da Universidade Federal de Santa Catarina.

Todo o material produzido pelo Cotidiano é inédito e está dividido em editorias:

Notícia texto + foto ou ilustração + Infográfico

Notícia áudio + Foto ou ilustração

Notícia vídeo + vídeo e capa

Especiais Hipermedia

Resenhas + Ilustração³

² O [WWW.cotidiano.ufsc.br](http://www.cotidiano.ufsc.br) está classificado como projeto de extensão institucional do Departamento de Jornalismo e conta com a parceria da Pró-Reitoria de Pesquisa e Extensão (PRPE), que financia as bolsas acadêmicas.

³ - As resenhas se compõem de material básico das disciplinas curriculares e podem ser de qualquer temática: desde webjornalismo até literatura e poesia. Necessariamente devem ser indicadas para

Trabalhos de Conclusão de curso em todos os suportes (autorizados)⁴

Saliente-se que o material publicado é produzido pela equipe permanente do Portal, à exceção dos Trabalhos de Conclusão de curso e das resenhas que são de autoria diversa – provenientes de disciplinas curriculares obrigatórias do curso de Jornalismo.

O Portal entrou no ar em outubro de 2007, tem atualização diária em pelo menos 75% de seu conteúdo e utiliza as ferramentas do Google Analytics para contagem de acessos e outras aferições, tais como via de acesso, permanência, páginas de maior leitura, etc.

Entendendo os leitores/usuários

O Cotidiano tem, em média, 1.500 acessos/dia e, através do rastreamento dos IPs verifica-se que boa parte deles, 65% são de usuários/leitores pertencente a comunidade acadêmica da Universidade Federal de Santa Catarina. O restante, 35% tem procedência variada e nas assertivas das características da internet como rede, temos visitantes de cidades e estados brasileiros, bem como de diversos países como Portugal, Irlanda, Argentina, Austrália e Estados Unidos- estes elencados por ordem de volume de acessos.

Na tentativa de entender mais esses leitores e pensar e repensar nossa rotina de produção formulamos uma metodologia baseada em *focals groups* – três ao todo, cada um reunindo 15 pessoas, totalizando 45 usuários de Internet e não necessariamente leitores assíduos do Portal. Estes usuários foram classificados, admitindo-se como marco teórico as definições de leitor/usuário desenvolvido por Santaella (2004), que a autora classifica como sendo três: leigo, novato e experto.

O leigo utiliza o raciocínio indutivo, que funciona mais ou menos assim: a partir de um caso isolado e de um resultado verificado, chega-se à conclusão generalizada de uma regra. É por indução que um hábito se estabelece. Certas sensações são seguidas pela mesma reação, e uma associação se estabelece. É isso que ocorre quando o internauta internaliza um procedimento de navegação, repetido cada vez mais sob a ação de um hábito. Também se caracteriza pelo baixo conhecimento da rede e dos seus

publicação pelo professor da disciplina.

⁴ - Os trabalhos de conclusão do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina podem ser desenvolvidos em diversos suportes: trabalho acadêmico (monografia), trabalhos jornalísticos: grande reportagem em áudio, texto, vídeo ou hipermídia ou ainda documentários, livros-reportagens, etc.

instrumentais.

Já o novato, utiliza o raciocínio abduutivo para navegar - ato de levantar uma hipótese explicativa para um fato novo. É um instinto racional. Nesse caso, o novo é apreendido por adivinhação. Esse tipo de raciocínio é próprio do novato, que pratica a tentativa/erro. Ele vai clicando meio sem rumo em um campo de possibilidades abertas. Sua experiência é típica de um explorador.

Finalmente, o experto é aquele que se utiliza um raciocínio dedutivo. Nele parte-se de uma regra geral e de um caso isolado observado e, deduz-se disso uma propriedade. O usuário experto, por ter internalizado as regras do jogo da navegação, tem sua mente sob o domínio de hábitos ou associações que fazem com que regras gerais suscitem reações correspondentes. Tem grande afinidade com a rede e seus instrumentais. Percorre caminhos diversos e se utiliza de todas as indicações possíveis para reduzir caminhos e percursos transversais.

Ainda, na tentativa de entender os hábitos de leitura do leitor/usuário, consideramos os estudos realizados pelo Instituto Poynter, dos Estados Unidos, dentro da projeto Eyetrack⁵, que procuram entender o comportamento cerebral dos navegadores. No relatório da pesquisa referente ao ano de 2007⁶ está a afirmativa de que os internautas são leitores mais detalhistas do que os de jornais impressos: eles leram 77% do texto das notícias publicadas online enquanto os leitores de jornais tamanho standard , 62%, e os dos tablóides, 57%.

Canavilhas (2001) relata pesquisa desenvolvida em Portugal para estabelecer quais os percursos de leitura estabelecidos pelos usuários/leitores daquele país. De acordo com o autor, foi preparada uma notícia com 10 páginas de web ligadas através de links em menu e embutidos nos textos. Aos pesquisados, alunos da Universidade da Beira, 39 no total, foi explicado que deveriam ler como sempre o faziam. Os resultados mostraram até 55 possibilidades de leitura.

Finalmente, na Espanha, a Associação para Investigação dos Meios de Comunicação⁷ também buscou respostas para os padrões de leitura e navegação no

⁵ - O projeto Eyetrack usa um sofisticado equipamento eletrônico que acompanha o movimento do globo ocular de uma pessoa enquanto ela lê um texto. Esta é a primeira vez que o mesmo sistema é usado em jornais impressos, o que permitiu a comparação.

⁶ - Seiscentas pessoas, que leram um total de 9.000 minutos em sessões de 15 minutos, participaram dos testes que serviram de base para o relatório 2006/2007, o mais amplo de todos os quatro informes publicados até agora neste projeto cujo objetivo é verificar se a maioria das regras sobre organização e leitura de textos tem ou não base na realidade. Consulte o site: <http://www.nngroup.com/>. Acesso em 29 de maio de 2008

⁷ - http://www.alt64.com/eyetrackingmedia/patron_de_navegacion.php . Acesso em 21 de maio de 2008

cirbejornalismo. Descobriu que são dois: um masculino e outro feminino, parecidos, mas não iguais. Enquanto os homens lêem em forma de ziguezague, as mulheres lêem de forma vertical. Em ambos os casos o que chama a atenção dos leitores são os conteúdos gráficos, distraindo a leitura.

Esses resultados mostram a diferença intrínseca entre o texto jornalístico impresso e o eletrônico: no impresso a preocupação é a dimensão do texto e os recursos de estilo para traduzir a informação em determinado espaço; já no segundo caso, a preocupação é por conta da organização das informações, ou da arquitetura da informação.

O leitor do Cotidiano

Para entender o comportamento do leitor/usuário – e, diga-se, de forma preliminar, pois este é apenas o primeiro momento da pesquisa que estamos realizando, apresentamos aos voluntários dos *focals groups* o Portal Cotidiano e pedimos que eles fizessem a navegação de acordo com sua percepção de importância da notícia, curiosidade, interesse particular, e outros.

Nos dias de aplicação dos testes (04, 09 e 11 de abril de 2007) repetimos a mesma apresentação visual e de conteúdo, atualizando somente a data. Para análise, colocamos a disposição dos voluntários o seguinte conteúdo: (1) Especial Hipermídia sobre os manguezais da Ilha de Santa Catarina, com links para o Youtube e leis municipais de proteção ambiental; notícia texto+ slide-show, acerca da prostituição nos arredores do mercado público de Florianópolis; notícia áudio+ fotografia, sobre as expectativas da comunidade universitária com a nova administração; resenha do livro “A teoria da cauda longa”, de Chris Anderson; crônica sobre as mudanças na língua a partir da reforma ortográfica; e três notas factuais: um sobre o roubo de um carro no campus, outra se referindo a uma pesquisa de vacina do HPV e outra noticiando uma possível greve no transporte coletivo.

- Perfil dos *focals groups* e recolhimento dos dados

A partir de uma amostragem aleatória⁸, partindo-se do princípio da qualidade analítica, selecionamos 45 voluntários (de um total de 135 entrevistados) que foram divididos em três grupos: novato, leigo, experto. Para determinar a colocação em cada

⁸ - O modelo pode ser encontrado em Bauer&Gaskell (2003).

grupo foi feito um questionário sobre as habilidades e uso diário do computador e da internet – a inserção em cada grupo foi o número de respostas afirmativas nas sete questões propostas anteriormente, a saber:

- (1) Tem computador em casa?
- (2) Usa a internet todo dia?
- (3) A atividade laboral exige o uso de computador?
- (4) Lê notícias na internet?
- (5) Acessa os infográficos disponíveis na Internet?
- (6) Costuma baixar arquivos (sonoros, vídeo, foto, programas) da Internet?
- (7) Entende termos como usabilidade, interatividade, hardware, software, e outros?

Grupo dos Leigos: 15 pessoas, idade variando entre 35 e 50 anos, composto basicamente por servidores administrativos da UFSC e freqüentadores das oficinas voluntárias do Núcleo de Preparação para a Aposentadoria. Escolaridade: maioria segundo grau completo. Responderam afirmativamente a pelo menos duas questões das questões formuladas.

Grupo dos Novatos: 15 pessoas, com faixa etária ampla – variando de 19 a 50 anos, composto por artesãos que comerciam nos arredores da Universidade, agentes e segurança e empregados de serviços como reprografia, lanchonete, etc. Escolaridade: maioria segundo grau completo; oito graduados, mas não praticantes da profissão escolhida. Responderam afirmativamente quatro das questões formuladas.

Grupo dos Expertos: 15 pessoas, com faixa etária ampla – variando entre 17 e 56 anos, composto por estudantes, professores e freqüentadores do Núcleo de Preparação para a Aposentadoria. Escolaridade: graduandos de diversos cursos, superior completo com pós-graduação e segundo grau completo. Responderam a mais de cinco das questões formuladas, especialmente a de número 7.

Para fins de análise e comparação, para cada voluntário foi disponibilizado um computador⁹, previamente ligado e com o Portal aberto e dado a ele o tempo de 50 minutos para navegação. O acompanhamento e recolhimento dos dados foi feito por

⁹ - Utilizamos a estrutura do LabUFSC que tem três salas de estudo informatizadas (reservados) cada uma contendo 20 computadores. O LabUFSC totaliza 150 computadores disponíveis 24 por dia para estudantes e comunidade em geral.

nove alunos, integrantes do grupo de estudos hipermídia, distribuídos nas três salas. O planilhamento dos dados foi feito através programa Ephi-Data, cedido pelo Núcleo de processamento de dados, que também separou e bloqueou a navegação dos *focals groups* dos demais usuários/leitores do Portal, estabelecendo uma subpágina de agrupamento de dados no Google Analytics.

Primeiras indicações de resultados

Os primeiros resultados da pesquisa convergem para as conclusões de Santaella (2004), estabelecendo perfis bem diferenciados de cada leitor/usuário e de suas percepções da Internet. Percebem-se, inclusive no grupo dos Expertos, os resquícios da cultura da leitura linear, do folhear página a página e, do passar os olhos pela notícia e detectar possibilidade de interesse.

Analisando os dados, verificamos que os *Leigos*¹⁰ se mostraram curiosos: entraram em todas as janelas disponíveis. No entanto, boa parte fixou a leitura na notícia texto, não percebendo links disponíveis e nem o slide-show- que exigia um clique para iniciar. Do total, apenas dois ousaram clicar no Especial Hipermídia, não indo além da segunda página. Nenhum percebeu as janelas oferecidas pelos mouse-overs incluídos. A notícia áudio foi aberta, mas apenas três clicaram no play para ouvi-la. Os demais leram o texto de apresentação e voltaram à página principal. As demais páginas foram visitadas, mas não chamaram a atenção do grupo. Tempo médio gasto na navegação: 45 minutos. Menor tempo de navegação: 36 minutos.

Já os *Novatos*¹¹, embora tenham afirmado certa familiaridade com o computador, a internet e o jornalismo online, se aventuraram na notícia texto, alguns perceberam o slide-show e clicaram para assisti-lo (cinco de 15), fizeram menção a não adequação do texto da resenha – “coisa chata”, “parece um livro”, “prefiro ver figuras”. Desconsideraram a notícia áudio e, fixaram atenção nas notas rápidas e factuais. Alguns (6) navegaram no Especial Hipermídia, sendo que cinco deles acessaram os vídeos (que estão no terceiro nível da estrutura de navegação). No entanto, percebeu-se uma não familiaridade com as ferramentas disponíveis como o “fechar” e o voltar para o “Início”. Três deles, inclusive, solicitaram aos pesquisadores ajuda para voltar ao Portal. Tempo médio gasto na navegação: 31 minutos (máximo); menor tempo: 23 minutos.

¹⁰ - Grifo meu.

¹¹ - Grifo meu

Quanto aos *Expertos* se percebeu que estes não só navegam com facilidade, como entendem a lógica da usabilidade do Portal. Todos ignoraram a entrada nos itens TCC e Resenha e se fixaram na notícia texto, inclusive com visita ao slide-show e no Especial Hipermídia. Fizeram uma leitura escaneada das notas rápidas e factuais: a maioria se contentou com a leitura da manchete e do lead apresentados na capa. No entanto, sete dos pesquisados, clicaram automaticamente na foto para acessar o conteúdo, sem utilizar o “saiba mais”, mostrando familiaridade com esse tipo de modelo de apresentação de conteúdo.

Outro dado importante: a maioria dos integrantes do grupo entrou nos links externos (outras páginas) e voltaram para o Portal para terminar a navegação através de atalhos – mostrando familiaridade e uso constante destes no uso da Internet. Os *expertos*, através das planilhas de observação, mostraram que gostam da complexidade oferecida pela linguagem hipermídia e dos recursos audiovisuais oferecidos como o mouse-over, o áudio e vídeos. Mas, contraditoriamente, lêem o todo da notícia para em seguida fazerem os percursos de navegação. Esse comportamento, no entanto, pode ter sido induzido e não necessariamente representa a realidade.

As diferenças percebidas nos leitores dos três grupos nos levam a fazer diversas suposições: (1) embora o senso comum explicita o uso cotidiano do computador, ele serve, em muitos casos, somente para contatos pessoais – participação em redes sociais; (2) a falta de usabilidade fácil (sendo redundante) prejudica a compreensão e aprofundamento; (3) O leitor/usuário assíduo se interessa por coisas pontuais e procura exatamente o que lhe interessa. Diferente do novato e do leigo – que ousam mais; (4) para muitos, a possibilidade de vários acessos dificulta a escolha e reduz as opções - tempo médio gasto; (5) a cultura de assistir televisão (vídeo) não se reproduz no meio online. Muitos ainda não percebem essa possibilidade; (6) E, finalmente, para uma boa parte dos novatos e leigos - e em alguns casos para *expertos*, a leitura linear parece a mais confortável, a mais segura.

Diferenças nas rotinas de produção e uma nova formação profissional

A experiência do portal Cotidiano tem nos mostrado a necessidade de mudar alguns padrões nas rotinas diárias de produção da notícia, bem como a exigência de uma

formação profissional diferenciada para quem quer se estabelecer nesse meio.

A primeira questão se centra no tempo de produção da notícia. Se no impresso tínhamos o tempo de escrever/editar/publicar compreendido pelos dias de publicação: diário, semanal, quinzena ou mensal, na internet esse se reduz, mas, contraditoriamente, exige mais tempo e preparação. Embora já se tenha softwares de uso fácil, a preparação de um infográfico ou mesmo de um slide-show é maior que o de uma foto impressa. O texto, que antes era eivada de boxes, hoje não só exige os links – como nos faz indicar ao leitor onde ele poderá ler mais sobre o assunto, publicações anteriores, etc. Note-se que não estamos nos referindo ao modelo transpositivo¹² – do impresso para a internet com pequenos ajustes. Mas, de materiais produzidos com uma linguagem específica para a internet, considerando-a mídia.

A outra, é claro, é a não territorialidade da rede. Embora se possa estabelecer um público a partir da segmentação da informação ou da utilização de redes sociais de divulgação - como Orkut, MSN e outros, a Internet e os produtos jornalísticos nela inseridos não tem território geográfico demarcado. Isso exige uma escritura diferenciada, situada no tempo e no lugar – embora muitas vezes estejamos falando para o local.

Finalmente, as considerações sobre a mudança no perfil profissional que o novo meio exige. Se na televisão, no rádio e no impresso o que precisávamos era boa expressão visual e oral e uma boa expressão escrita, o novo meio exige aquilo que 1996 – nos primórdios do jornalismo online do Brasil, Lage já preconizava:

“(…) O domínio de um ou mais idiomas, além, é claro, o domínio do português no referente a leitura, compreensão e redação. Além disso, domínio de técnicas profissionais de redação, com capacidade de: apurar informações em diferentes áreas do conhecimento e atuação humana; de contextualizar fatos, formular questões, codificar e decodificar mensagens para os diversos meios; de identificar e equacionar problemas éticos

¹² - Para Pavlick (1997) o modelo transpositivo – shoveware, “é integrante dos três estágios do desenvolvimento de conteúdos para Web, a saber: (1) transpositivo - transposição do conteúdo analógico para o digital – com pequenas ou nenhuma modificação; (2) adaptativo, que tem como característica a integração das linguagens dos meios tradicionais com as novas possibilidades da rede e (3) onde “um original conteúdo noticiosa, desenhado especificamente para a Web como um novo meio de comunicação” vai fluir. Esse terceiro estágio seria caracterizado também pela “aceitação de repensar a natureza de uma comunidade online, mais, aceitação de experimentar novas formas de contar uma história”.

de jornalismo; de avaliar e analisar produtos jornalísticos; de planejar e efetivar projetos; de utilizar novas tecnologias e criar novos produtos...”.¹³ (LAGE,1996, p.11)

Para Corrêa (1998, p.64) esse momento- *ou se quisermos, ciber-momento*¹⁴, desafia os jornalistas. Para a autora já não basta dar ênfase às competências, mas acrescentam-se quesitos como “conhecimento de linguagens e softwares para edição de textos e imagens para Web, lógica para navegação, relações com o mercado, gerenciamento de produto, língua estrangeira, postura generalista, iniciativa própria, capacidade de decisão sob pressão, autonomia e segurança, dentre outras”.

Refletindo sobre as afirmações desses pesquisadores e sobre a nossa percepção diária no fazer o jornalismo online, no perfil dos leitores e na sua relação com o computador enquanto ferramenta/mídia podemos afirmar que a resposta para várias questões será facilitada se tivermos claro que o jornalismo esteve ligado ao desenvolvimento das tecnologias. Que a cada novo invento a profissão modificou suas práticas, desenvolveu linguagens, criou novas formas de mostrar o mundo através da informação. A assimilação desse fato facilita o vislumbre do profissional necessário para a atualidade e o produto resultante dessa prática – objeto direto do nosso principal interessado: o leitor.

Referências bibliográficas

BAUER, Martin e Gaskell, George. **Pesquisa qualitativa com texto imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2003.

BOCZKOWSKI, Pablo J. **Digitalizar las noticias. Innovación em los diários online**. Buenos Aires: Manantial, 2006.

BOLTER, J. David e GRUSIN, Richard. **Remediation. Understanding New Media**. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 1999.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide **deitada**.

Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. 2001. Acesso em 23 de maio de 2008.

¹³ - Extraído do Boletim Informativo do provão. Exame Nacional de Cursos – Jornalismo. Editado pelo MEC, em março de 1996.

¹⁴ - Grifo meu.

KNOBLOCH, S, et all. **Affective News : effects of discourse structure in narratives on suspense, curiosity, and enjoyment while reading news and novels.**

Communication Research. 31:3 .(June) 259-287, 2004

MURRAY, Janet. **Hamlet on the Holodek. The future of narrative in cyberspace.**

Cambridge, Mass.: MIT Press, 1997.

NIELSEN, Jakob .**Inverted Pyramids in Cyberspace.** Em

<http://www.useit.com/alertbox/9606.html>, 1996. Acesso em 17 de abril de 2008.

PAVLICK, John. **The future of Online Journalism. Journalism: a guide to who's doing what.** Columbia Rewiew, jun/ago: 1997.

PATERSON, Crhis. DOMINGO, David. **Making online news: the ethnography of new media production.** NEW YORK: Peter Lang Publishing Inc, 2008.

PEREIRA, Fábio. MORAES, Francilaine. **Mas, afinal, a Internet é mídia?** Artigo apresentado do XXVI Congresso das Ciências da Comunicação. Belo Horizonte, 2003.

Disponível em [\[rp.com.br/bibliotecavirtual/comunicacaovirtual/0221.pdf\]\(http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunicacaovirtual/0221.pdf\). Acesso em 23 de abril de 2008.](http://www.portal-</p></div><div data-bbox=)

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e Artes do Pós-humano. Da cultura das mídias à cibercultura.** São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço.** São Paulo: Paulus, 2004.

WARD, Mike. **Jornalismo Online.** São Paulo: Roca, 2007.

ZAMITH, Fernando. **Pirâmide invertida na cibernotícia: a resistência de uma técnica centenária.** Disponível em

www.comunicacao.org.br/jk/component/option,com_docman/task,doc_download/gid,732/Itemid,186. Acesso em 16 de maio de 2008.