



# Notícias no Ciberespaço: na fronteira entre quantidade e qualidade\*

Milena Ferreira Hygino Nunes\*\*

## Resumo

O rápido avanço das tecnologias tem provocado mudanças bruscas no setor das comunicações. Esse cenário dominado pela internet, com inúmeros recursos tecnológicos e redes sociais, alterou, de forma significativa, as rotinas de produção e veiculação jornalísticas. Os processos passaram a ser mais flexíveis, rápidos e dinâmicos. Mas que notícia é essa que vem sendo produzida no meio on-line? O presente trabalho tem como objetivo refletir criticamente sobre as peculiaridades do jornalismo on-line, principalmente quanto à instantaneidade das notícias veiculadas. Ao final, conclui-se que o avanço tecnológico possibilita uma maior produção de notícias, mas não garante uma melhor qualidade do produto jornalístico.

Palavras-chave: Jornalismo on-line. Ciberespaço. Discurso jornalístico.

## 1 Introdução

Na segunda metade da década de 1990, a disseminação da internet, que alterou vários aspectos da vida humana, também fez com que os jornais migrassem para o ambiente virtual – chamado ciberespaço, que se caracteriza como um espaço real, território que assume ou é assumido por uma nova cultura, que antes da informatização não era conhecida – e mudassem todo o seu processo de produção e veiculação de notícias.

No jornalismo on-line, as formas de apuração e verificação de informações passam pela própria internet, o que possibilita um jornalismo muito mais ágil. Como se verá neste artigo, “[...] nenhuma inovação tecnológica produziu tantas alterações no ambiente

---

\* Este artigo foi apresentado no VI ENLETRARTE (Encontro Nacional de Professores de Letras e Artes), no IFF campus CAMPOS CENTRO, em junho de 2015. Foi desenvolvido sob a orientação do prof. Dr. Carlos Henrique Medeiros de Souza e da profª. Drª. Analice de Oliveira Martins.

\*\* Doutoranda em Cognição e Linguagem, UENF. E-mail: milena.hygino@gmail.com.

jornalístico desde o surgimento da imprensa há 400 anos quanto o uso combinado do computador e da internet na veiculação de informações” (CASTILHO, 2005, p. 240). Mas essas mudanças trouxeram apenas benefícios, conforme disseminam e nos fazem acreditar?

É importante avaliar até que ponto o ciberespaço e as suas características intrínsecas, principalmente a questão da atualidade, colaboram com o exercício do jornalismo, sem atrapalhar o resultado de um trabalho bem elaborado e criterioso, com a verdadeira apuração dos fatos, evitando, assim, que sejam geradas notícias “prematuras” nos veículos on-line, decorrentes da pressa própria do meio e da disputa acirrada pelos internautas. Refletir criticamente sobre essas peculiaridades do jornalismo on-line é o que se pretende neste artigo.

## **2 As peculiaridades do jornalismo on-line**

As mudanças na produção e na veiculação de notícias, possibilitadas pelo ambiente virtual, são nítidas. Pierre Lévy (1999) explica que “[...] esse novo meio [ciberespaço] tem a vocação de colocar em sinergia e interfacear todos os dispositivos de criação de informação, de gravação, de comunicação e de simulação” (LÉVY, 1999, p. 95) e aposta que “[...] a perspectiva da digitalização geral das informações provavelmente tornará o ciberespaço o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade a partir do início do próximo século” (LÉVY, 1999, p. 95). Porém, é preciso ver essas mudanças com ressalvas.

Ferrari (2008) afirma que, no caso específico das redações on-line, a produção deixou de ser um item do exercício do jornalismo, porque

[...] adotou-se apenas a produção de notícias, ou, como se diz no jargão jornalístico, de “empacotamento” da notícia. Empacotar significa receber um material produzido, na maioria das vezes, por uma agência de notícias conveniada, e mudar o título, a abertura, transformar alguns parágrafos em outra matéria para ser usada como link correlato, adicionar foto ou vídeo, e por aí afora (FERRARI, 2008, p. 44).

Essa prática de empacotamento ocorre, certamente, pela necessidade de atualização constante imposta pelo meio. “Na internet, o ‘tornar consumível’ ou a ‘disponibilização’ rivaliza com o próprio impacto do que é divulgado” (HERNANDES, 2012, p. 255), para dar a sensação de máxima atualidade, o que acaba resultando em imprecisões e erros.

Por trazer mudanças profundas,

[...] não podemos encará-la [*a internet*] apenas como uma mídia que surgiu para viabilizar a convergência entre rádio, jornal e televisão. A internet é outra coisa, uma outra verdade e conseqüentemente uma outra mídia, muito ligada à tecnologia e com particularidades únicas (FERRARI, 2008, p. 45).

A seguir, serão analisadas as peculiaridades do jornalismo on-line:

## **2.1 Multimídia**

Também chamada de convergência de mídias, caracteriza-se pela combinação de diversos formatos dos meios de comunicação tradicionais – jornal, rádio e televisão – para o relato do fato jornalístico. Aguiar (2009) explica que, no meio on-line, há “[...] a inter-relação entre texto, imagem e som, não sendo apenas uma soma dessas três matrizes midiáticas, e sim uma produção discursiva disponibilizada de forma integrada e complementar pelo suporte web” (AGUIAR, 2009, p. 169). Ferrari (2008) corrobora a afirmação de Aguiar (2009), destacando que o jornalismo on-line envolve conteúdo cujos elementos “[...] vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa – textos, fotos e gráficos. Pode-se adicionar sequências de vídeo, áudio e ilustrações animadas” (FERRARI, 2008, p.39), o que torna a matéria mais atrativa e com possibilidade de aprofundamento do assunto abordado, tanto pelo recurso multimídia quanto pelo espaço virtual “infinito” disponível.

Canavilhas (2003) defende que, ao poder utilizar um recurso multimídia como o vídeo, mais do que citar, o jornal on-line pode oferecer o som original do citado, caminhando assim para um jornalismo mais objetivo (CANAVILHAS, 2003). Na visão do autor, “[...] o vídeo [...] empresta um caráter legitimador à informação veiculada no texto” (CANAVILHAS, 2003, p. 69). É o que Charaudeau (2009) chama de autenticação: fazer crer na coincidência, sem filtragem nem falsas aparências, entre o que é dito e os fatos descritos. “A autenticação nas mídias é a prova pelo ‘visto-dito-ouvido’ que deve atestar sem disfarce ‘o que é’” (CHARAUDEAU, 2009, p. 89). Deve-se levar em consideração, porém, que, se uma notícia é passível de desconfiança, independe o formato em que esteja – texto, vídeo, áudio, foto –, porque todos estão sujeitos à edição e, portanto, ao recorte do que interessa para o veículo jornalístico ser mostrado. Ou seja, tem-se a concepção de que o recurso multimídia é mais atrativo do que legitimador de discurso em um veículo, por também ser passível de edição.

O aspecto multimídia do jornalismo on-line afetou também os profissionais, suas funções e hábitos nas redações. Sem dúvida, a convergência dos meios de comunicação provocou uma reforma radical nas redações, com o surgimento de funções novas, inexistentes em todos os meios impressos e audiovisuais surgidos no século XX (CASTILHO, 2005). Porém, houve também redução de pessoal, pela obrigatoriedade de os jornalistas serem multifuncionais, por causa do meio on-line ser multimídia e também exigir produção e veiculação da notícia em um curto espaço de tempo.

Outra grande mudança ocorreu no processo de apuração, que passou a ser feito majoritariamente pela internet. “O fazer jornalístico está mudando, [...] raramente o repórter web sai à rua em busca de um fato. O fato vem até ele pela própria net” (FERRARI, 2008, p. 54), seja pela abrangência do meio, seja pela falta de tempo para uma apuração mais criteriosa em outras fontes.

Os veículos impressos também utilizam a internet para recolher informação atualmente. O problema do on-line é que, como o tempo de apuração, produção da notícia e veiculação é curto – diferentemente do impresso, que tem até 24 horas – muitas vezes a informação não é confirmada. E então são geradas imprecisões, que prejudicam a qualidade e a credibilidade do que é noticiado.

## **2.2 Hipertextualidade**

A hipertextualidade possibilita a interconexão de diferentes blocos informativos – textos, vídeos, áudio, fotos – através de links (AGUIAR, 2009). Ao utilizar links, um jornal on-line permite que o leitor decida e avance sua leitura do modo como quiser, sem ser obrigado a seguir uma ordem linear. “Na internet, não nos comportamos como se estivéssemos lendo um livro, com começo, meio e fim [ou seja, fazendo uma leitura linear]. Saltamos de um lugar para outro – seja na mesma página, em páginas diferentes, línguas distintas, países distantes etc.” (FERRARI, 2008, p. 42).

Pierre Lévy (1999) antecipa o pensamento de Ferrari (2008), ao considerar

[...] um hipertexto como um espaço de percurso para leituras possíveis, um texto aparece como uma leitura particular de um hipertexto. O navegador participa, portanto, da redação do texto que lê. Tudo se dá como se o autor de um hipertexto constituísse uma matriz de textos potenciais, o papel dos navegantes sendo o de realizar alguns desses textos colocando em jogo, cada qual à sua maneira, a combinatória entre os nós (LÉVY, 1999, p. 57).

É preciso esclarecer, porém, que também em um suporte impresso – seja livro, seja jornal – é possível fazer leitura não-linear, consultando o sumário ou o índice remissivo, como bem lembra Lévy (1999), ou pulando de uma matéria a outra, de uma página a outra, no jornal impresso. Entretanto, o suporte digital traz uma diferença considerável: a passagem de um nó [link] a outro é feita, no computador, com grande rapidez, da ordem de alguns segundos (LÉVY, 1999).

## 2.3 Interatividade

A multimídia e a hipertextualidade pressupõem interatividade, ao proporcionar ao leitor a possibilidade de ler as matérias do jornal on-line “na ordem que desejar” (FERRARI, 2008). Segundo Ferrari (2008), “[...] todo leitor web consegue reconfigurar a informação de acordo com suas preferências e hábitos de leitura” (FERRARI, 2008, p. 43), tornando-se um escritor enquanto lê.

Maingueneau (2008) concorda com Ferrari (2008), chamando atenção para o meio on-line, que proporciona essa interatividade, ao contrário do veículo impresso:

O monitor de um computador [...] conectado à internet oferece um texto heterogêneo e em perpétua reconfiguração, em função das decisões de seu ‘leitor’. O próprio monitor é apenas uma janela aberta de maneira instável sobre um ‘texto’ que é perfeitamente irrepresentável: é um ‘hipertexto’, uma enorme rede de relações virtuais que permite um número ilimitado de percursos distintos, podendo o ‘leitor’ navegar quase sem barreiras em um emaranhado de enunciados que ele faz aparecer ou desaparecer (MAINGUENEAU, 2008, p. 82).

Porém, é importante destacar que o “poder de decisão” e de “navegação livre” do leitor no meio on-line tem ressalvas. Pena (2008) explica que

[...] os emissores criam ícones e percursos de leitura e o usuário acredita que decide por onde navegar. O que poderia ser até viável, se não levássemos em conta que os links são preestabelecidos e podem nos levar a ‘caminhar’ em círculos, sempre de acordo com o interesse do produtor da mensagem (PENA, 2008, p. 100).

Se é link, se conduz o leitor – em vez de somente sugerir um caminho –, é algo predeterminado, formatado, limitado. Hernandez (2012) complementa: “Um portal não é um texto sem limites. O caminho hipertextual realizado pelo internauta também é consequência de uma estratégia enunciativa” (HERNANDES, 2012, p. 244).

A interatividade também abarca a oportunidade de maior interação entre leitor e jornal. Aguiar (2009) aponta diversos modos: envio de comentários sobre os fatos noticiados; participação em chats com jornalistas e entrevistados; troca de e-mails; presença nos fóruns de discussão; atuação como “repórter-cidadão” nas páginas de jornalismo colaborativo.

Canavilhas (2003) defende essa característica própria do meio on-line como uma grande vantagem sobre o impresso, que não a tem, ao afirmar que,

[...] numa sociedade com acesso a múltiplas fontes de informação e com crescente espírito crítico, a possibilidade de interação direta com o produtor de notícias [...] é um forte trunfo a explorar pelo webjornalismo. Num jornal tradicional, o leitor que discorda de uma determinada ideia veiculada pelo

jornalista limita-se a enviar uma carta para o jornal e a aguardar a sua publicação numa edição seguinte, tendo habitualmente que invocar a Lei de Imprensa para o conseguir. Por vezes, a carta só é publicada dias depois e perde completamente a atualidade. Outras vezes o jornalista não responde, ou fá-lo de forma a encerrar a discussão, fechando a porta a réplicas. No webjornal, a relação pode ser imediata. A própria natureza do meio permite que o webleitor interaja no imediato (CANAVILHAS, 2003, p. 65).

Sabe-se, entretanto, que também no meio on-line a participação é moderada, ainda que menos que no impresso. Nem todos os comentários enviados ao jornal on-line sobre 4 determinada matéria, por exemplo, aparecem na página do veículo. E, quando sim, não ocorre imediatamente após o envio, como descreve Canavilhas na citação acima. O que não se pode negar é que, no on-line, a interatividade entre leitor e jornal é potencialmente maior, seja pela dinâmica do meio – é mais rápido, acessível e prático –, seja também pelo espaço quase infinito disponível para publicação de comentários.

## **2.4 Atualidade**

Essa característica, também chamada de instantaneidade, é definida por Aguiar (2009) como “[...] a capacidade de transmissão imediata e contínua de informações atualizadas sucessivamente” (AGUIAR, 2009, p. 171), sendo muito forte nos veículos on-line, pela dinâmica mesma do meio, principalmente nos portais, como explica Hernandez (2012):

Qualquer jornal precisa fazer seu consumidor acreditar que as notícias divulgadas são atuais. [...] O “ineditismo” de um fato é um valor mais importante no portal do que em outros meios de comunicação. Serve para gerar o efeito de proximidade temporal entre enunciador e enunciatário (HERNANDES, 2012, p. 253).

Comparando os veículos impresso e o on-line, enquanto o primeiro tem uma atualização (ou periodicidade) de 24 horas – uma vez que o jornal tem uma edição por dia –, o outro tem uma atualização constante, medida em minutos.

A necessidade de se veicular a notícia o mais rápido possível, numa busca incessante pela atualização da informação, gera consequências preocupantes, uma vez que “[...] a velocidade é consumida como fetiche, pois ‘chegar na frente’ torna-se mais importante do que ‘dizer a verdade’” (MORETZSOHN, 2002, p. 120). Moretzsohn (2002) cita algumas delas:

Obriga o repórter a divulgar informações sobre as quais não tem certeza; reduz, quando não anula, a possibilidade de reflexão no processo de produção da notícia, o que não apenas aumenta a probabilidade de erro como, principalmente e mais grave, limita a possibilidade de matérias com ângulos diferenciados de abordagem, capazes de provocar questionamentos

no leitor; e, talvez mais importante, praticamente impossibilita a ampliação do repertório de fontes, que poderiam proporcionar essa diversidade (MORETZSOHN, 2002, p. 70).

Para compensar o curto espaço de tempo para apuração e produção das notícias, o computador torna-se a grande fonte de informações. Sobre isso, Pena (2008) faz um alerta pertinente: ao mesmo tempo em que o computador “[...] é capaz de, quase instantaneamente, fornecer ao editor de um jornal tudo que já foi publicado sobre determinado assunto, a diversidade das fontes torna o resultado final pouco confiável” (PENA, 2008, p. 60).

Castilho (2005) também critica o uso do computador como fonte primária, ao afirmar que “[...] a notícia deixa de ser um produto acabado para se transformar num processo contínuo de recombinação informativa” (CASTILHO, 2005, p. 234). Isso ocorre porque “[...] as inovações tecnológicas na informática [...] permitiram [...] que a notícia pudesse ser modificada infinitamente e de forma imediata” (CASTILHO, 2005, p. 240), trazendo como consequências a imprecisão nas informações divulgadas e, ao mesmo tempo, o excesso de informação – uma vez que o tempo de apuração é curto, por conta da necessidade de atualização constante no meio on-line, o que colabora para que sejam geradas notícias superficiais e perecíveis, e também porque é fácil modificá-las; além do apagamento de notícias, principalmente as que contêm erros.

## **2.5 Personalização**

Outra grande diferença entre a mídia tradicional – especificamente a impressa – e a on-line é que esta parte de um grupo grande para um grupo pequeno, e, por fim, para o indivíduo, enquanto a tradicional tem como objetivo falar com uma grande quantidade de 5 pessoas (FERRARI, 2008). A mídia on-line, graças aos avanços tecnológicos e à solidificação da era da informação, consegue atingir o indivíduo digital, que está habituado

[...] a janelas que se abrem para outros conteúdos, multitarefas, interatividade de sistemas e softwares cada vez mais amigáveis – todos os recursos que facilitam a propagação da nova mídia de massa, que já nasceu com forte apelo visual e concebida para ser direta, objetiva e sucinta. É um leitor que raramente lê jornal impresso (FERRARI, 2008, p. 53).

Aguiar (2009) explica que a personalização, também chamada de customização ou individualização do conteúdo, refere-se à opção feita pelo usuário para escolher e configurar os produtos jornalísticos de acordo com o seu interesse, fazendo com que se sinta parte do processo de produção da informação. “A tecnologia permite que o usuário realize a seleção e a hierarquização das notícias, criando páginas personalizadas de acordo com sua disposição

para o consumo de notícias” (AGUIAR, 2009, p. 170). Assim, “[...] o webjornal transformase num informativo pessoal que, embora disponibilize a informação mais importante a cada momento, garante uma primeira página onde se destaquem as áreas de interesse do utilizador” (CANAVILHAS, 2003, p. 71).

Mas, como bem alerta Serra (2003),

[...] o que se costuma chamar um “acesso personalizado à informação” não passa, na maior parte dos casos, ou da escolha mais ou menos aleatória de um determinado percurso hipertextual, dando origem a uma navegação mais ou menos errática e nomádica ou, então, de um percurso que segue um itinerário definido previamente à web, e em função de critérios também eles definidos exterior e previamente à rede, que é aqui mais um consequente do que um antecedente (SERRA, 2003, p. 45).

Em outras palavras, a crítica de Serra é que a personalização de conteúdo, ao destacar as supostas preferências de leitura do usuário numa rede de hiperlinks, não é nada mais do que uma forma de tolher a liberdade de acesso “vendido” como quase infinito que o ciberespaço possibilita ao leitor.

## 2.5 Arquivamento

Chamada também de armazenamento ou memória, a acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias. Aguiar (2009) explica que

[...] a tecnologia digital, por admitir ilimitada capacidade de memória, além de garantir a perenidade e a rápida acessibilidade, permite a disponibilização on-line de todas as notícias produzidas, que passam a ser armazenadas em bancos de dados com métodos sofisticados de indexação e recuperação da informação (AGUIAR, 2009, p. 170).

Fidalgo (2003), na afirmação a seguir, corrobora a facilidade de acesso do arquivo digital:

O arquivo de jornal era de algum modo um arquivo inerte, arquivo que só o jornal do dia podia de certa maneira ressuscitar também por um dia. Ora, o online e o hipertexto permitem o acesso aos jornais do arquivo como se de jornais do próprio dia se tratassem. Há aqui uma nova esfera do jornalismo, a ligação ao arquivo, possibilitada pelo online (FIDALGO, 2003, p. 2).

Palácios (2003), por sua vez, destaca o espaço ilimitado de armazenamento na web, mencionado também por Aguiar (2009) anteriormente:

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 midiáticos), abre-se a



possibilidade de disponibilizar online toda informação anteriormente produzida e armazenada, através da criação de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação da informação (PALÁCIOS, 2003, p. 82).

Porém, mesmo com toda a facilidade de armazenamento, acesso e espaço disponível, ainda assim o arquivamento de todas as notícias dos jornais on-line não é total, porque, quando erros muito graves são veiculados, matérias que os contêm são rapidamente excluídas do arquivo ou atualizadas. Mesmo que se tenha o link da matéria original, não se consegue entrar. Na parte da análise, este assunto será abordado com maior profundidade e exemplificado com objetos de análise.

Outro problema no arquivamento de jornal on-line é, como destaca Babo (2004), “[...] esta volatilização do papel a que se segue uma constante atualização dos documentos na rede 6 simultânea com uma certa precarização do acesso a sítios [sites], que desaparecem ou se desativam frequentemente” (BABO, 2004, p. 104).

Vê-se, assim, que o armazenamento do jornal on-line tem dois extremos:

Por um lado, a fixação perene, atemporal de textos e documentos, já que os sistemas de depósito virtual não estão sujeitos à usura do tempo nem à finitude do espaço; mas por outro lado, a produção textual mais efêmera, introduzindo na escrita uma dimensão de provisoriedade, de contingência, que esta, enquanto inscrição em suporte fixo, não possuía (BABO, 2004, p. 105).

## **4 Conclusão**

Observa-se que o avanço tecnológico e os benefícios trazidos por ele, como a facilidade de acesso às notícias, a personalização do conteúdo e a superação dos limites de espaço e tempo proporcionadas pela internet, não garantem “[...] uma melhor qualidade do produto jornalístico, pois o privilégio dado para a instantaneidade e a quantidade de notícias ocorre em detrimento do aprofundamento do noticiário” (AGUIAR, 2009, p. 171).

As condições de produção da notícia interferem na qualidade e na credibilidade desta, já que a produção do jornalismo on-line ocorre essencialmente no próprio ciberespaço, num prazo curto, medido em minutos, com poucas pessoas exercendo múltiplas funções.

Pensa-se que, das características do meio on-line, a instantaneidade é o grande entrave à qualidade e à credibilidade das notícias. Porque, mesmo que permanecesse a necessidade de produção excessiva no ciberespaço, se as matérias não tivessem que ser feitas em tempo recorde, poderiam ser, além de melhor apuradas e produzidas, contextualizadas, aprofundadas, aproveitando as potencialidades da internet, como a disponibilidade quase infinita de espaço para publicação, a

convergência de mídias, o acesso a arquivos de forma rápida, possibilitando uma oferta maior de leituras do ponto de vista qualitativo, e não apenas quantitativo.

## Referências

AGUIAR, Leonel. A validade dos critérios de noticiabilidade no jornalismo digital. In: RODRIGUES, Carla (Org.). *Jornalismo on-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed. PUCRio: Editora Sulina, 2009. pp. 163-182.

BABO, Maria Augusta. O hipertexto como nova forma de escrita. In: SÜSSEKIND, Flora (Org.). *Historiografia literária e as técnicas da escrita: do manuscrito ao hipertexto*. Rio de Janeiro: Vieira e Lent, 2004. pp. 104-111.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web. In: FIDALGO, António; SERRA, Joaquim Paulo (Orgs.). *Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online*. vol. 1. pp. 63-73. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior, 2003. Disponível em: Data do acesso: 15 dez. 2013.

CASTILHO, Carlos. Webjornalismo: o que é notícia no mundo on-line. In: RODRIGUES, Ernesto (Org.). *No próximo bloco... O jornalismo brasileiro na TV e na internet*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2005. pp. 231-256.

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

FIDALGO, António; SERRA, Joaquim Paulo. Apresentação. In: FIDALGO, António; SERRA, Joaquim Paulo (Orgs.). *Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online*. vol. 1. pp. 7-12. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior, 2003. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110829-fidalgo\\_serra\\_ico1\\_jornalismo\\_online.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110829-fidalgo_serra_ico1_jornalismo_online.pdf)> Data do acesso: 15 dez. 2013.

HERNANDES, Nilton. *A mídia e seus truques: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

MORETZSOHN, Sylvia. *Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

PALÁCIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. In: FIDALGO, António; SERRA, Joaquim Paulo (Orgs.). *Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online*. vol. 1. pp. 75-89. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior, 2003. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110829-fidalgo\\_serra\\_ico1\\_jornalismo\\_online.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110829-fidalgo_serra_ico1_jornalismo_online.pdf)> Data do acesso: 15 dez. 2013.

PENA, Felipe. *Teoria do jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2008.

SERRA, Joaquim Paulo. A transmissão da informação e os novos mediadores. In: FIDALGO, António; SERRA, Joaquim Paulo (Orgs.). *Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online*. vol. 1. pp. 13-48. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior, 2003. Disponível em: Data do acesso: 15 dez. 2013.