



O Site do *Jornal de Frutal*: Um Estudo de Caso¹

Lenise Ferreira²

Jociene Carla Bianchini Ferreira³

Universidade do Estado de Minas Gerais – Campus Frutal, Frutal, MG

Resumo

Este projeto visa analisar o *site* do *Jornal de Frutal*, impresso localizado na cidade de Frutal, estado de Minas Gerais. O *site* foi desativado no ano de 2002 por motivo de diminuição de vendas do jornal impresso, já que todo o conteúdo era disponibilizado na Internet. Assim, a direção do jornal preferiu desativar a página virtual. O artigo em questão pretende encontrar postostas viáveis para a reativação do *site* do *Jornal de Frutal*. Para tanto, foram realizados estudos acerca do tema, análises do conteúdo do jornal impresso e reflexão de como tais conteúdos deveriam ser disponibilizados na *web*, no intuito de atrair novos leitores e possuir um novo produto midiático, o *site* do *Jornal de Frutal*.

Palavras-chave: *webjornalismo*; arquitetura da informação; *Jornal de Frutal*; conteúdo digital.

Introdução

A cada dia a informação se torna uma fonte rica em rapidez e interação, isso faz com que inúmeros meios se modifiquem para se adaptar a essa nova realidade. O jornal impresso, há alguns anos, vem sofrendo uma cruel previsão sobre seu futuro, com a *internet* cada vez mais acessível, o cenário é mais do que visível: a Internet veio para ficar e o jornalismo digital se tornar uma nova fonte de informação.

Não há de se negar, porém, que a paixão pelo impresso faz desse veículo perdurar ainda nos dias de hoje, mesmo diante dessa realidade digital e virtual.

A informação é rápida e se renova a cada dia, um exemplo são os vários veículos de comunicação que se vê hoje em dia, cada qual com seu mérito e sua época de destaque.

A proposta deste trabalho é então a discussão sobre a transposição de informações, como fazer do *Jornal de Frutal* um veículo de informação digital atrativo considerando como base o conteúdo do jornal impresso? Uma questão que se resolve facilmente, se

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação Multimídia do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

² Estudante de Graduação 7º período do Curso de Jornalismo da UEMG-Frutal, e-mail: lenisealves_ferreira@hotmail.com

³ Orientadora do Trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UEMG-Frutal, e-mail: jocienecarla@hotmail.com



levado em conta o processo da produção da notícia, tanto no meio impresso quanto no meio digital, além da organização do *site*, para que o internauta navegue com facilidade no *site* do jornal. Para tanto, é essencial saber sobre arquitetura da informação e técnicas para o *webjornalismo*.

Webjornalismo

De acordo com ADGHIRNI e RIBEIRO (2000, p.1) o surgimento do *webjornalismo* aconteceu em 1995, com o *Jornal do Brasil*, do Rio de Janeiro. Surgia então um novo veículo de comunicação, com notícias rápidas, curtas e objetivas.

O grande desafio era produzir notícias instantâneas para um público sempre com pressa. Bastava um clique e a página já era alterada pelo internauta. A realidade de hoje ainda continua a mesma, produzir notícias para a *web* que atraia a atenção do leitor/internauta.

No caso específico dos jornais impressos, a implantação de departamentos exclusivos para produzir ou adequar a notícia para o meio Internet se tornou realidade. Mesmo assim, definir o padrão mais adequado a ser usado para todos os elementos fundamentais a outros veículos em um só espaço (texto, imagem e som) ainda se apresenta como um conjunto de possibilidades. Entretanto, o processo está em curso e no momento há várias experimentações em utilização, ainda que nem sempre de modo consciente e/ou sistematizado no jornalismo digital. (TORQUATO, 2005, p.14)

A *internet* se tornou um meio de comunicação indispensável para a informação nos dias de hoje. Estamos conectados a essa realidade 24 horas por dia. É um bombardeamento de notícias e fatos ocorridos no nosso dia-dia e é preciso muito cuidado para que tanta informação não seja produzida à toa.

Como todo veículo de comunicação, a *internet* também pode apresentar alguns problemas, contudo isso não impede da notícia trafegar normalmente na rede.

O sistema em rede de comunicação, criado com a *web*, permitiu que as informações chegassem ao seu destino mesmo que um dos componentes estivesse com problemas. Isto acontece porque as informações não são hierarquizadas, ou seja, cada ponto tem conexão com todos os outros pontos e a mensagem pode viajar por vários destes pontos chamados *backbone* ou espinha dorsal até chegar ao destino. Os *backbones* são grandes computadores que trabalham como provedores e servidores de conteúdo, normalmente ligados a instituições como a Rede Nacional de Pesquisa (RNP) no Brasil. (TORQUATO, 2005, p.22)

Já para MACHADO e PALACIOS (2003, p.3) é importante ressaltar a falta de uma regra chave para a efetivação desta nova notícia, já que assim como o próprio meio de



comunicação, não há formulas precisas e regras para serem seguidas, é um atalho em construção diária.

O *webjornalismo* explora todas as potencialidades que a *internet* oferece e está sempre em manutenção para o melhor desenvolvimento da notícia, divulgando um produto completamente novo e diferente a cada dia: a *webnotícia*.

De acordo ainda com os autores citados acima, os elementos mais discutidos no *Webjornalismo* são a multimídia, interatividade, hipertextualidade, customização do conteúdo, memória e atualização contínua.

Não há um grau de importância entre elas e sim uma valorização importante, já que uma se liga a outra e resulta de um jeito simples a eficácia da notícia. A multimídia fica por conta do conjunto completo de imagens, textos e sons, recursos cada vez mais utilizados por *sites* jornalísticos, talvez seja este o passo principal para um conteúdo de sucesso, por este motivo se torna fator importante e insubstituível para o bom desempenho de um trabalho jornalístico.

A interatividade é o elo mais forte entre o leitor e o processo jornalístico descrito, fazendo com que o personagem central da notícia seja a informação. E esta ligação é realizada por meio de *e-mails*, espaços para o leitor e interação com redes sociais, portais exclusivos. Uma fonte indispensável para saber o que o consumidor da notícia está pensando e quais os meios para melhorar.

O hipertexto é a maneira encontrada para manter o usuário o maior tempo possível no *site*, com bases extras de entretenimento, isto é feito por vídeos, sons e *links*.

A customização do conteúdo dá vida ao material disponível, de uma maneira individualista, visando à personalização.

O abuso da memória com informações em excesso é essencial para a maior fixação do conteúdo por parte do usuário. E por fim, a atualização contínua é indispensável para um meio que exige ao máximo a versatilidade e a notícia em primeira mão.

O *webjornalismo* é o recurso confiável do leitor do século XXI, já que a era das tecnologias permite ao internauta uma leitura dinâmica, rápida e de fontes confiáveis. Sem dúvida, hoje a *internet* influencia de forma direta no cotidiano dos cidadãos e o conteúdo jornalístico se insere neste contexto.

O *Woodstock*, a ditadura e revoluções deram lugar ao espaço sem armas e discussões, em apenas um clique é possível expressar a opinião de uma cidade, de um país e até mesmo de um planeta.



Para 81% dos 66,3 milhões de internautas brasileiros (até dezembro de 2009), o computador é o meio de entretenimento mais importante, sendo que 80% acessam diariamente uma rede social. Se tivesse só 15 minutos por dia para navegar, o brasileiro escolheria uma rede social em detrimento do restante. Nas áreas urbanas, 44% da população está conectada à internet. 97% das empresas e 23,8% dos domicílios brasileiros estão conectadas à Internet. (FERRARI, 2010, p.20)

Como se percebe, a Internet e o *webjornalismo* já é uma realidade brasileira e não há como negá-la. O caminho então é pesquisá-la para refletir sobre possíveis necessidades.

Webjornalismo no Brasil

No Brasil, o primeiro *site* jornalístico foi o *Jornal do Brasil*, criado em maio de 1995. Antes da invenção do *World Wide Web (WWW ou Web)*, a rede já era utilizada para a divulgação de informações, porém os serviços eram direcionados para públicos muito específicos.

Empresas tradicionais como as Organizações *Globo*, o grupo *Folha (do Jornal Folha de São Paulo)* e a Editora *Abril* se mantêm como os maiores conglomerados de mídia do país, tanto em audiência quanto em receita de publicidade. Foram eles que deram os primeiros passos na Internet brasileira, seguidos pelo *boom* mercadológico de 1999 e 2000, quando todas as ações se voltaram à *Nasdaq (National Association of Securities Dealers Automated Quotation)* (FERRARI, 2008, p.2)

Com o aparecimento da *internet* verificou-se uma rápida mudança dos meios já existentes para um novo formato sem que, no entanto, se tenha verificado qualquer alteração ao usar a linguagem, logo no início.

É preciso entender que o *webjornalismo* não é mais do que um simples reflexo dos velhos jornalismo escrito, radiofônico e televisivo para um novo meio. Tem de haver a interação com o leitor *on line*.

Numa sociedade com acesso a múltiplas fontes de informação e com crescente espírito crítico, a possibilidade de interação direta com o produtor de notícias ou opiniões é um forte aliado a ser explorado pelo *webjornalismo*.

Tal interação pode ser vista diariamente nos grandes veículos brasileiros. A *Agência Estado* abriu o espaço *Foto Repórter* para a publicação de imagens de fotógrafos amadores que se utilizam de câmeras digitais e celulares.

O *Portal Terra*, por sua vez, abriu em fevereiro de 2005, o canal *Você Repórter*, em que incentiva a audiência a enviar fotos e informações de interesse jornalístico. O conteúdo



pode ser enviado por *e-mail* ou pelo celular. Segundo FERRARI (2008, p.50), “O empilhamento de informações é um dos grandes problemas dos *sites* noticiosos do Brasil”, ou seja, tanta interatividade e excesso de informações estão fazendo do Brasil um país rico de notícias, porém com muito conteúdo ainda sem qualidade.

O surgimento do *webjornalismo* ficou ainda mais visível no final da década de 80, como explica o autor NETO (2006):

No final da década de 80 e início dos anos 90, percebe-se uma tentativa de inovação na tipia e o uso das cores de acordo com o que se quer comunicar. O papel não é espaço apenas para o preto-e-branco e se torna um suporte para o colorido, agradando visualmente aos leitores. A leitura deixa de ser apenas informação para se tornar entretenimento. (NETO , 2006, p.3)

O *webjornalismo* no Brasil está presente e se tornou significativo para a maioria dos *sites* jornalísticos do país. O Jornal do Brasil foi pioneiro em fazer *webjornalismo* no país, recentemente enfrentou o fechamento do seu jornal impresso, um tema ainda discutido e polêmico para muitos pesquisadores e profissionais do ramo. Como debate os autores em seguida:

A ideia sugerida por Pierre Lévy de um possível desaparecimento do Jornalismo (ou pelo menos dos Jornalistas enquanto intermediários), em função do desenvolvimento da Internet, parece-nos, cada vez mais, uma simplificação descabida. Sugerimos, ao contrário, que com o crescimento da massa de informação disponível aos cidadãos, torna-se ainda mais crucial o papel desempenhado por profissionais que exercem funções de “filtragem e ordenamento” desse material, seja a nível jornalístico, acadêmico, lúdico, etc. (PALACIOS; MACHADO, 2005, p.6)

Webjornalismo em Frutal

Localizada a oeste de Minas Gerais, no triângulo mineiro, a cidade de Frutal foi fundada em 4 de outubro de 1885 e possui população de 54.094 habitantes.

Com PIB de quatrocentos e setenta milhões e duzentos e treze mil reais (R\$ 470.213 mil) e renda per capita de nove mil quatrocentos e quarenta e quatro reais (R\$ 9.444); sua base econômica é agropecuária, cana-de-açúcar, pecuária leiteira, grãos e abacaxi.

Os rios que banham a região é o Rio Grande e sua Bacia Hidrográfica, possuem uma área de 2.429, 679 Km². Em Frutal há um campus da Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG - de ensino gratuito. Possui cursos de Administração de Empresas, Direito, Sistemas de Informação, Comunicação Social, Geografia, Tecnologia em



Laticínios, Processos Sucroalcooleiros. E também possui a Faculdade de Frutal - FAF - de ensino privado e cursos de Administração de Empresas, Pedagogia e Nutrição. Frutal possui uma imprensa atuante apesar de o curso de Comunicação ser novo. A cidade preocupa-se com a informação e por meio dos veículos como as rádios FMs e AMs e os jornais impressos como *Jornal de Frutal*, *O Diário*, *Jornal O Pontal*, *Gazeta e Correio do Vale*; percebe-se que a imprensa é ativa naquela região.

A cidade de Frutal possui *sites* jornalísticos como o *www.frutalNoticia.com.br* que é atualizado de forma diária. No seu conteúdo estão notícias recentes sobre a região e os acontecimentos cotidianos e importantes para a sociedade frutalense.

O *FrutalNoticia* conta ainda com informações sobre a previsão do tempo e possui uma área para enquetes que englobam assuntos pertinentes a vida do cidadão frutalense. Conta ainda com um *newsletter*, ou seja, os usuários do portal podem deixar seu *e-mail* registrado para receber informações sem ao menos precisarem entrar no *site* diariamente. O *FrutalNoticia* se divide em Canais de Notícia denominados de *Central de Boatos*, Coluna Alta Sociedade, Coluna do Portari, Coluna do Wolf Guminiak e também Coluna Marcelo Carletti.

A cidade ainda possui *sites* de rádios locais como o *Jornal da 97FM Frutal* que não se trata de um portal realmente jornalístico, porém é cercado de informações decorrentes à programação e algumas notícias por meio de recados e parcerias.

É possível ainda a interação do usuário com a rádio podendo ouvir toda a programação pelo *site*. Segue este mesmo formato a rádio *102 FM Frutal*.

A princípio, o *blog* também era fonte de informação na cidade de Frutal. O estudante de jornalismo Antonio Araújo Júnior criou seu *blog* abastecido com notícias diárias sobre a cidade e devido aos mais de 300 acessos diários, resolveu transformá-lo em *site*. Agora o *No Ponto* já é sucesso e se tornou referência para inúmeros cidadãos frutalenses que moram na cidade ou que estão longe dela.

Estudo de caso do Jornal de Frutal

De acordo com BARROS e SOUZA (2000, p.95) , “o estudo de caso é utilizado como um recurso de referência, para que o trabalho seja analisado minuciosamente, de um caso específico, individual”.



Coletar e registrar informações de um trabalho objetivo faz com que o desenvolvimento do projeto ganhe uma forma concreta, em que não se usa somente palavras, mas sim casos como exemplo.

O formato *on-line* do *Jornal de Frutal* foi desativado no ano de 2002 quando por motivos de queda de venda no jornal impresso fez com que o *site* parasse com suas funções virtuais. O *site* contava com o mesmo conteúdo do jornal impresso, ou seja, notícias recentes de Frutal e região. O conteúdo do impresso era repassado ao *site* sem se preocupar com a linguagem e o formato.

O *site* também possuía serviços *on-line* como mapas de qualquer parte do mundo, a previsão do tempo para Frutal e mapa urbano da cidade com o nome das ruas. Para o entretenimento do leitor virtual, o portal tinha um *chat* para a interação dos cidadãos frutalenses que raramente era usado.

A *Coluna Social* e a parte investigativa do jornal no *site* eram as partes mais procuradas, com inúmeros leitores diários que acessavam o portal em busca de informações precisas sobre os acontecimentos.

As eleições de 2002 tinham um espaço único no *site*, possuía uma cobertura completa das eleições. O projeto foi abandonado por razões comerciais.

De acordo com a proprietária do jornal, Mônica Alves, em entrevista concedida em 20 de Outubro de 2010, as pessoas deixavam de comprar o jornal impresso para vê-lo gratuitamente na Internet, a solução apontada por ela então foi desativar o *site*.



Figura 1: Imagem do *site* do Jornal de Frutal na *internet* desativado desde Julho de 2002.



Um dos principais problemas encarados pelo *Jornal de Frutal* foi a falta de profissionais que realmente entendessem sobre *webjornalismo* e como a transposição de conteúdo seria o diferencial para o sucesso do *site* jornalístico.

Outro ponto questionado quase sempre quando a palavra é *webjornalismo*, é sua integridade. De acordo com SOSTER e MACHADO (2003, p. 2), a existência de erros no jornalismo *on-line*, principalmente por sua agilidade se torna comum “... é possível inferir que se erra, e muito, quando o assunto é *webjornalismo* e que estes equívocos derivam, entre outros fatores, do aumento da velocidade com que as informações de cunho jornalístico são lançadas à rede.”

FERRARI (2008, p.39) explica que “os elementos que compõem o conteúdo *on-line* vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura de imprensa”. Com esta afirmação pode se considerar que a *internet* exige caminhos específicos para uma comunicação eficaz. Não se trata apenas de copiar e colar o conteúdo do impresso. O *webjornalismo* exige linguagens e formatos específicos para o seu sucesso.

O *Jornal de Frutal* na *internet*: problemas e desafios

O jornalismo local enfrenta um problema natural em seu dia-dia: a busca de recurso e, ao mesmo tempo, a luta para fazer um jornalismo objetivo e sem influências locais de um poder interno. Segundo ADGHIRNI e RIBEIRO (2001), antes mesmo do começo do *webjornalismo* e suas novidades e renovações, o jornalismo *on-line* já estava sendo praticado em jornais locais e das grandes capitais, por meio de sites simples e sem grandes recursos.

Outros jornais, nas grandes capitais e também no interior, faziam suas experiências. Os sites eram bastante simples em termos de design e exploravam muito pouco os recursos de hipertexto, interatividade e multimídia, limitando-se basicamente a transpor o conteúdo da edição impressa para a versão eletrônica. Atualmente, todos os jornais tem sites diferenciados, com equipes exclusivas e links para outros sites, portais, áudio, vídeos, animações e outros elementos de multimídia. Os leitores também podem acessar bancos de dados, arquivos eletrônicos de edições passadas, fóruns de discussões e sistemas de bate-papo em tempo real, mecanismos de busca em classificados *on-line*, notícias atualizadas a todo instante e uma série de outros serviços, só possíveis graças ao suporte digital. (ADGHIRNI; RIBEIRO; 2001; p.2).

Com o *webjornalismo* em pequenas cidades também não é diferente. A falta de recursos financeiros impede, muitas vezes, a contratação de profissionais para atuar na empresa



jornalística. Assim, para que o *Jornal de Frutal* se expandisse no mundo virtual era preciso uma equipe de profissionais que conhecessem a linguagem jornalística para a *web* e ter em mente que para o *site* dar certo é preciso clareza e objetividade da notícia, notas rápidas e dinâmicas que se interagem com o leitor, totalmente diferentes do conteúdo que é produzido para o jornal impresso.

A multimídia entra como um fator primordial neste caso, contar com textos especiais, matérias completas e diferentes do comum.

Outro fator importante para o bom desempenho de um *site* é a arquitetura da informação que se torna um combustível a mais para o sucesso do *site*. Esta fica responsável pela organização de uma página na *internet* e a aparência visual contribuiu muito para o sucesso do *site*. Segundo ADOLFO e SILVA (2006), a arquitetura permite uma maior facilidade na interação dos usuários com as informações disponíveis, é a responsável por esclarecer os processos de informatização de um *site* e também indispensável para uma boa compreensão do usuário.

O espaço do leitor também deve estar presente no *webjornalismo*, é por meio dele que o consumidor da notícia vai entrar em contato direto com o fornecedor dela, tal relação pode gerar grandes frutos para ambas as partes, afinal, leitor satisfeito é jornalista satisfeito e na *internet* isso não muda.

A hipertextualidade deve ser explorada ao máximo na página do *Jornal de Frutal*, com fotos e vídeos que podem ser enviados pelos próprios leitores, a ideia no geral, é fazer com que o leitor se sinta parte da notícia. De acordo com SCHWINGEL (2005) o hipertexto se liga de forma direta a arquitetura da informação, ambos se complementam “Assim sendo, um arquiteto da informação ao elaborar um sistema de publicação que contemple modelos distintos de narrativa, precisaria analisar as estruturas do hipertexto jornalístico”(SCHWINGEL, 2005, p.9)

Apreciação Crítica

O século XXI está ligado diretamente à tecnologia e à comunicação. Não há motivos para não se manter informado. O *webjornalismo* nasceu com uma grande desconfiança e medo, os tradicionalistas acreditaram ser o fim dos tempos. Para Olivier Da Lage, membro do Sindicato Nacional dos Jornalistas, um dos maiores riscos do rápido crescimento da oferta da informação na *internet* reside na multiplicação do que ele qualifica de “falsas agências de notícias”. O *webjornalismo* veio para romper paradigmas e hoje já



é uma realidade. Ganhou vida própria. Um formato específico, uma linguagem diferenciada e a interação a todo o momento com o leitor/internauta.

A arquitetura da informação veio para constituir a ideia de organização de um *site*. Não é nada atrativo acessar uma página na internet em que é difícil encontrar o conteúdo desejado. Para complementar, SCHWINGEL (2005) conclui que a arquitetura da informação possibilita uma melhor compreensão, desta forma, se torna fundamental e totalmente relevante para o bom andamento de um *site*.

O *Jornal de Frutal* não deu certo na *internet* porque não soube inovar. É claro que a falta de estrutura financeira contribuiu para tal problema, contudo o site não tinha vida própria, tudo era importado do impresso, exatamente igual, sem mudar nada. Segundo BARBOSA (2003, p. 1) o surgimento dos portais regionais aconteceu em 1999, sendo adotado tanto por meios de empresas informativas como de comunicação.

O sucesso da *webjornalismo* está em sua maneira de produzir notícias. Tanto o *Jornal de Frutal* como outros veículos devem possuir profissionais que tenham uma visão exata de futuro e que encontre nos *sites* jornalísticos uma opção a mais de informar o leitor. E que se trata de um veículo que disponibiliza inúmeros caminhos, tanto o lado econômico que proporciona novos aliados e publicidades, como no lado realmente jornalístico apoiado em novas bases de se fazer notícia.

Abusar da interatividade é o grande diferencial do *webjornalismo*. Sons, imagens e notícias interativas despertam uma curiosidade a mais no leitor. Na sociedade atual, o *webjornalismo* veio para permanecer e acima de tudo, inovar.

Referências

ADGHIRNI, Z.L; RIBEIRO, G.S.N. **Jornalismo *On-line* e Identidade Profissional Do Jornalista.** COMPOS, Brasília/DF, p.1-18, 2001. Disponível em http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1214.pdf. Acesso em: 10 de Mai. 2010.

ADOLFO, L.B; SILVA, R.C.P. **A Arquivística e a Arquitetura da Informação:** Uma Análise Interdisciplinar. 2006. 51 f. Universidade UFSM. Disponível em http://74.125.155.132/scholar?q=cache:Hj85YZMZNDgJ:scholar.google.com/+A+Arquiv%C3%ADstica+E+A+Arquitetura+Da+Informa%C3%A7%C3%A3o:+Uma+An%C3%A1lise+Interdisciplinar&hl=pt-BR&as_sdt=0,5. Acesso em: 21de mai. 2010.

BARROS, A.J.S ; LEHFELD, N.A.S. **Fundamentos de Metodologia Científica:** Um guia para a iniciação científica. São Paulo: Pearson Makron Books, 2000.



BARBOSA, S. **Os portais regionais como um formato para o jornalismo digital.** COMPOS, RECIFE/PE, X, p.1-16, 2003. Disponível em www.compos.org.br/data/biblioteca_1002.PDF. Acesso em: 21 de mai. 2010.

FERRARI, P. **Força da Mídia Social: Interface e Linguagem Jornalística no Ambiente Digital.** São Paulo. FACTASH, 2010.

FERRARI, P. **Jornalismo digital.** São Paulo: Contexto, 2004.

MACHADO, E; PALACIOS, M. **Modelos do Jornalismo Digital.** Salvador: Editora Calandra, 2003.

NETO, E.M.B. **Quando a Folha vira Home Page: A Folha de S. Paulo na Internet.** 2006. 18 f. Faculdade Cásper Líbero. Disponível em: http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/2/2b/GT5-CELACOM-11-Quando_a_folha_vira-Edmundo.pdf. Acesso em: 11 de set. 2010.

SCHWINGEL, C. **Jornalismo Digital De Quarta Geração: a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no Jornalismo Digital.** COMPOS, RECIFE/PE, XII, p. 1-12, 2003. Disponível em http://www.compos.org.br/data/biblioteca_842.pdf. Acesso em: 15 de Maio de 2010

SOSTER, D.A; MACHADO, M.B. **A velocidade e a precisão em tempos de webjornalismo.** COMPOS, RECIFE/PE, XII, p. 1-11, 2003. Disponível em www.compos.org.br/data/biblioteca_997.PDF. Acesso em: 10 de Mai. 2010.

TORQUATO, R.C. **Jornalismo Digital: a forma e a produção da notícia.** 2005. 133 f. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Universidade de Marília. Marília, 2005. Disponível em: <Http://www.unimar.br/pos/trabalhos/arquivos/2e4e65325625b8eebd8822c7ddad14ac.pdf>. Acesso em: 24 de ago. 2010.