



Sociedade Brasileira de Estudos  
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira  
de Iniciação Científica em  
Comunicação Social*

---

## WEBJORNALISMO: ANÁLISE DOS PORTAIS CLIC FOLHA E PASSOS NEWS

### WEB JOURNALISM: ANALYSIS OF PORTALS CLIC FOLHA AND PASSOS NEWS

MAURÍCIO AGOSTINI REY <sup>1</sup>; FIRMINO GERALDO DE OLIVEIRA JÚNIOR <sup>2</sup>

FUNDAÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DE PASSOS (FESP/UEMG)

**Resumo:** Este trabalho apresenta as principais características do webjornalismo. Com a utilização dessas características, jornalistas construíram um novo produto jornalístico para a rede. O objetivo deste trabalho é analisar como os portais Clic Folha e Passos News exploram essas características. Enfim, constata-se que os portais utilizam em menor ou maior escala algumas das características do webjornalismo.

**Palavras-chave:** Webjornalismo, portais, características.

1

**Abstract:** This paper presents the main features of web journalism. Using these characteristics, journalists have built a new journalistic product to the network. The objective of this study is to analyze how the portals Clic Folha e Passos News exploit these characteristics. Finally, it is noted that the portals use in greater or lesser extent some characteristics of web journalism.

**Keywords:** Web journalism, portals, characteristics.

---

<sup>1</sup> Graduado em Jornalismo pela Fundação de Ensino Superior de Passos (FESP), associada à Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). E-mail: [mauricioarey@hotmail.com](mailto:mauricioarey@hotmail.com).

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas) e docente na Fundação de Ensino Superior de Passos (FESP), associada à Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). E-mail: [firmينو.junior@yahoo.com.br](mailto:firmينو.junior@yahoo.com.br).

## 1. Introdução

O jornalismo na web começou por volta da década de 1990 e era apenas um transpositor de notícias do jornal impresso. Mas com as tentativas de melhor adaptar o jornal para a web, os jornalistas foram explorando as potencialidades e recursos que a web oferecia a eles, para que pudessem construir um produto jornalístico novo. Com isso se estabeleceu as características do webjornalismo, que são seis: Multimídia, Hipertexto, Interatividade, Memória, Personalização e Instantaneidade. Este trabalho traz a definição de cada uma destas características. Sendo assim, o principal objetivo do trabalho é analisar como os portais Clic Folha e Passos News, ambos da cidade de Passos (MG), exploram e utilizam essas características.

Para a realização do artigo foi necessário primeiramente uma pesquisa bibliográfica para que pudéssemos elencar os documentos existentes sobre o assunto a ser pesquisado. Após isso, para se chegar aos resultados foi realizado um Estudo de Caso, para que pudesse melhor compreender as informações pesquisadas. Com isso, foi possível descrever como os portais Clic Folha e Passos News exploram as potencialidades oferecidas pela web a partir do levantamento de dados produzidos pela própria pesquisa.

Mesmo o webjornalismo encontrando-se em constantes mudanças, a definição das características se torna importante para que jornalistas e estudantes de comunicação possam, por meio desses estudos, pensarem e produzirem um conteúdo mais adequado para os webjornais e portais de notícias. Sendo assim, o trabalho tende a contribuir para os estudos referentes a essa área e poderá enriquecer na forma de como as informações são veiculadas na rede, deixando que o webjornalismo deixe de ser apenas um mero transpositor.

## 2. Referencial teórico

O surgimento da web e a utilização dela para fins jornalísticos trouxeram muitas mudanças, tanto na rotina dos jornalistas, que passou a ser voltada para a rapidez da produção de notícias, como também nas linguagens e nas formas de veicular o conteúdo jornalístico.

O webjornalismo tem uma linguagem específica voltada ao seu meio: a Internet. Explorando e fazendo uso de todas as potencialidades que a web oferece para o campo jornalístico é oferecido ao público um outro produto e porque não dizer um outro jornalismo.

Para caracterizar o webjornalismo são definidas seis características que refletem os recursos oferecidos pela web. São elas: Multimídia, Hipertexto, Interatividade, Memória, Personalização e Instantaneidade. A exploração de determinado recurso da web pelos jornalistas depende de vários fatores, como explica Palacios (2002, p.2), tais possibilidades não se traduzem necessariamente em aspectos efetivamente explorados pelos sites jornalísticos, seja por razões técnicas, de conveniência, adequação à natureza do produto oferecido ou ainda por questões de aceitação do mercado consumidor.

Com início no século XIX e profusão no século XX os meios pelos quais a linguagem é produzida e passada se proliferaram de forma gradativa. Com isso, várias mídias acabaram se misturando umas com as outras e assim formaram novas mídias de linguagem. Mas como explica Santaella (2007), a linguagem dessas mídias é formada apenas por meio do que ela chama de matrizes. “(...) há apenas três matrizes lógicas, a partir das quais, por processos de combinações e misturas originam-se todas as formas possíveis de linguagem e processos de comunicação. Essas matrizes são: a sonora, a visual e a verbal” (SANTAELLA, 2007, p.76). É por meio do som, das imagens e do texto escrito que várias formas de linguagens se misturam e formam novos paradigmas comunicacionais.

A atenção maior aqui não está no meio, mas sim de como essas matrizes se misturam para produzir uma linguagem diferente. Apesar de descentralizar o meio, somente na compreensão dele é que se pode entender como as linguagens são produzidas, difundidas e recebidas. Afinal, para cada meio há maneiras diferentes de linguagens que se dão na combinação das matrizes. As linguagens foram sendo reinventadas à medida que cada novo meio foi surgindo por hibridização de matrizes. Hoje esse universo midiático nos dá exemplos de vários meios que foram se complementando e contribuíram para o crescimento e evolução das linguagens.

O jornal, por exemplo, é, entre outras coisas, uma união, que deu certo, entre telégrafo, a foto e a modificação qualitativa da linguagem escrita no espaço gráfico (diagramação, uso dos tipos etc.). O vídeo-texto – versão rudimentar das atuais redes telemáticas conectadas com os computadores pessoais cujo modelo é a Internet – nasceu da combinação de um banco de dados com o telefone e um terminal de vídeo (SANTAELLA, 2007, p.81).

Antes de as mídias se popularizarem e se expandirem, as matrizes ainda encontravam certa dificuldade de se homogeneizar. Mas isso começou a mudar quando a diagramação do jornal impresso começou a permitir a mistura de imagens, textos, charges, desenhos e outras artes em suas páginas. Depois do jornal, outro meio que misturou aparatos técnicos e matrizes e que certamente trouxe uma inovadora forma de linguagem para a época foi o cinema. Conforme Santaella (2007, p.83) o cinema colocou as imagens fixas em movimento casando-as com a sonoridade. Depois de algum tempo veio à televisão que trouxe então novas formas de linguagens e uma nova maneira de transmitir e passar as linguagens. O jornal, o cinema e a televisão trouxeram novas formas de linguagem pelas misturas das matrizes, mas essas mudanças se comparadas com a web são menos significativas. Com a popularização da rede, a possibilidade de hibridização ficou maior, transformando o cenário da linguagem e principalmente criando outras formas de divulgação e produção dos conteúdos jornalísticos.

A integração do texto, das imagens dos mais diversos tipos, fixas e em movimento, e do som, música e ruído, em uma nova linguagem híbrida, mestiça, complexa, que é chamada de hipermídia, trouxe mudanças para o modo como não só o texto, mas também a imagem e som costumavam ser entendidos (SANTAELLA, 2007, p.84).

A mistura de texto, som e imagem, enfim, encontrou o suporte ideal, que é a web, para que jornalistas pudessem modificar o jeito de se produzir conteúdos jornalísticos. Com a difusão da convergência midiática, o webjornalismo pode deixar de ser apenas um transpositor de notícias do jornal impresso. Portanto, essa Multimedialidade de som, imagem e texto se torna uma das características do webjornalismo contemporâneo.

O uso do som no webjornalismo pode acrescentar maior credibilidade ao conteúdo da notícia, pois ali não apenas a voz do locutor, mas a fala do entrevistado, o barulho do ambiente e outros sons intervenientes podem confirmar aquilo que é narrado. O som é capaz de proporcionar uma descrição melhor da realidade. “A palavra, o ruído, e o silêncio combinados permitem criar ambientes e imagens sonoras. O jornal jamais poderia causar um efeito semelhante sobre os leitores e a televisão só com recurso a meios de produção caros poderia obter igual resultado” (CANAVILHAS, 2001, p. 4).

Um formato que pode ser produzido por meio da hibridização das matrizes são os infográficos, que estão cada vez mais presentes dentro do webjornalismo contemporâneo como uma forma inovadora e rápida de se informar. Eles ficam ainda mais dinâmicos quando é possível se atuar num ambiente hipertextual.

Sobre o hipertexto, Squarisi (2011) defende que antes do surgimento da web o leitor seguia uma leitura reta e linear. O autor do texto era quem guiava o leitor, propondo a ele apenas uma sequência de leitura a qual ele podia aceitar ou rejeitar. A estrutura do texto se encontrava amarrada por seu dono, introdução, meio e fim, sem nenhuma chance de se fazer diferente. Com as tentativas de aperfeiçoar os conteúdos jornalísticos para divulgação na rede, os jornalistas descobriram um novo modo de produzi-los, por meio de recursos que são oferecidos pela web. Com isso o leitor também ganhou outro jeito de ler os textos de uma forma diferente do jornal impresso. A linearidade tanto seguida pelo leitor do jornal impresso é quebrada dando a ele a opção de seguir outros trajetos de leitura. “O hipertexto quebra a linearidade do texto. Com poucas linhas, aprofunda o assunto em paralelo. O leitor pode continuar a leitura ou interrompê-la e, satisfeito voltar a ela” (SQUARISI, 2011, p. 85).

A terminologia hipertexto foi criada nos anos 60 por Theodor H. Nelson, e refere-se a uma modalidade textual nova, a eletrônica. Como ele mesmo explica: ‘com ‘hipertexto’, refiro-me a uma escrita não sequencial, a um texto que se bifurca, que permite que o leitor eleja e leia melhor numa tela interativa. De acordo com a noção popular, trata-se de uma série de blocos de textos conectados entre si por nexos, que formam diferentes itinerários para o usuário’. O hipertexto, [...], implica um texto composto de fragmentos de

---

texto [...] e os nexos eletrônicos que os conectam entre si (REGES *apud* LANDOW *apud* DALMONTE, 2011, p.38).

O hipertexto utiliza da possibilidade que a web oferece de conectar textos a outros textos por meio de links. Esses links podem oferecer uma variedade de conexões aos mais diversos lugares dentro da rede. Textos atuais podem oferecer links a textos antigos para que o leitor lembre de determinado fato que ocorreu ao longo do tempo. Também podem remeter a textos sobre o mesmo assunto ou a uma galeria de fotos e vídeos ou a outro ponto qualquer que esteja dentro da rede.

O jornalista agora precisa não só pensar em escrever um texto claro e conciso, mas sim pensar nos caminhos que o leitor poderá percorrer pelo seu texto. Escrever para a web é como um grande sistema de construção que deve ser pensado e estruturado com cuidado. A maioria dos internautas tem pressa e querem navegar pelos mais diversos conteúdos da rede. Um dos recursos para construção do texto que pode ser utilizado para a web é o da pirâmide invertida, criada na redação do New York Times em 1861. “Ao longo de um século e meio, houve tentativas de substituir o modelo – ultrapassado e pouco criativo segundo os críticos. Mas a Internet o recuperou e impôs mudanças que o atualizaram para atender às exigências de rapidez e economia” (SQUARISI, 2011, p.58).

Canavilhas (2006, p.7) discorda de que o webjornalismo deve seguir a pirâmide invertida. Para ele usar a pirâmide invertida, seria cercear o webjornalismo de uma das potencialidades mais interessantes da web: a possibilidade de arquitetar uma notícia aberta e livre na navegação. O correto seria os jornalistas optarem por técnicas de redação que se enquadram as características do veículo. Para isso, Canavilhas (2006, p.13) então propõe que os jornalistas do webjornalismo troquem a pirâmide invertida por uma pirâmide deitada. Deitada porque o eixo vertical que vai do vértice superior à base da pirâmide invertida significa que o topo é mais importante que a base, então a pirâmide deve mudar de posição, procurando-se desta forma fugir à hierarquização da notícia em função da importância dos fatos relatados.

Primo (2003, p.8) faz reflexões a respeito de dois aspectos que sempre são falados quando se trata de hipertexto. O primeiro aspecto seria o da não linearidade do texto. Para ele

seria melhor falar em multi-sequencialidade do texto, pois as sequências ainda estão lá para o leitor, elas só se encontram multiplicadas. Outro aspecto que Primo discute refere-se ao fato de o leitor se transformar em autor. O hipertexto oferece novos caminhos à leitura do leitor, mas essa opção de escolha não fará dele um autor e muito menos dará a ele opção de interagir com o texto. A interatividade é, portanto, outra característica fundamental dos espaços reticulares. A interatividade é talvez uma das dimensões mais discutidas por teóricos que estudam o ciberespaço e o webjornalismo, como por exemplo, Primo (2003) que faz uma crítica ao uso desse termo. Mas mesmo que a interatividade seja uma das características mais discutidas e questionadas do webjornalismo, ainda se encontra muitos estudos artificiais sobre o tema, discorrendo de forma supérflua sobre o que realmente seria interatividade. Conforme Primo (2003), muitas vezes a interatividade é entendida de forma precipitada devido aos discursos comerciais que usam o termo como uma aposta de venda.

A interatividade ganhou mais destaque com a chegada do computador, porém, isso não significa que outros meios de comunicação não proporcionam a interação. É que hoje as redes fornecem mais tipos de interação do que outros veículos de comunicação. Contudo o que acontece é que a interação passou a ser uma interação entre homem e rede. E algo primordial para que aconteça a interatividade está se perdendo: o diálogo.

Reduzir a interação a aspectos meramente tecnológicos, em qualquer situação interativa, é desprezar a complexidade do processo de interação mediada. É fechar os olhos para o que há além do computador. Seria como tentar jogar futebol olhando apenas para a bola (PRIMO, 2003, p.2).

Muitos acreditam que estão interagindo por simplesmente apontar e clicar em um link que mudará a página de notícia ou que o levará a outro lugar dentro da web. A lógica parece ser que quanto mais “clicável” é um conteúdo da web, mais interativo ele será. Citado por Primo, Sfez (2003, p.3) afirma que a interatividade cria apenas uma ilusão de expressão. Para ele, o espetáculo que hoje se exhibe parece nos incluir na cena e nos faz crer nessa inclusão.

---

Sfez também aponta a interatividade como um argumento de venda, não apenas na economia, mas também no mercado teórico.

Ao clicar em um link, seja dentro de um hipertexto ou em outro conteúdo jornalístico que esteja na rede, o internauta não está interagindo com o conteúdo. Ele apenas está seguindo um caminho que já foi pré-estabelecido pelo programador do texto ou da página, segundo Primo (2003). Ele tem a ideia de que interagiu com aquele conteúdo, mas na verdade o que ele fez foi só seguir o caminho que já estava programado por outra pessoa, sem que ao menos pudesse questionar o conteúdo. Ou ainda, quando ele procura por algo dentro da rede e o computador parece responder, o que está acontecendo é apenas uma pesquisa que através de programas irá buscar nos bancos de dados o que o internauta estava procurando.

A verdadeira interatividade seria então aquela que dá importância ao diálogo, porque se entende por interação “a ação que está entre”, e quando se refere dentro do campo da comunicação seria a “ação compartilhada”, segundo Primo (2003, p.4). Já Thompson (1988) distingue três tipos de interação, a interação face-a-face, interação mediada e a quase-interação mediada. A interação face-a-face tem o contexto de copresença, ou seja, os interagentes estão presentes no mesmo espaço e no mesmo tempo. O lugar e o tempo em que ocorre a interação são iguais, comuns. Esse tipo de interação pode ser classificado como dialógico, pois o fluxo de informação e comunicação é de ida e volta. O receptor pode responder ao emissor e vice e versa.

Também nessa interação face-a-face há uma grande variedade de deixas simbólicas. Tanto o emissor quanto o receptor pode notar as deixas simbólicas um do outro e isso pode resultar numa comunicação mais clara e de fácil entendimento. Mas se as deixas simbólicas não combinarem com o teor do que está sendo dito, isso pode resultar em uma interpretação confusa por parte do interagentes. Já a interação mediada difere da face-a-face pelo fato da separação do contexto. Há disponibilidade estendida no tempo e no espaço. Os interagentes não precisam estar no mesmo lugar para que seja feita a interação e nem no mesmo horário.



As interações mediadas implicam o uso de um meio técnico (papel, fios elétricos, ondas eletromagnéticas, etc.) que possibilitam a transmissão de informações e conteúdo simbólico para indivíduos situados remotamente no espaço, no tempo, ou em ambos (THOMPSON, 1998, p. 78).

Outra diferença entre a interação face-a-face e a mediada é que essa última já limita a possibilidade de deixas simbólicas. Sendo assim os interagentes não podem prever que o outro entenderá expressões denotativas. Mas ao mesmo tempo em que os interagentes são privados de deixas simbólicas físicas, outras dicas simbólicas são notadas, como o endereço em uma carta ou as deixas orais acentuadas via telefone. A interação mediada se iguala com a face-a-face no sentido de que ambas são dialógicas. E no terceiro e último tipo de interação está a quase-interação mediada. Thompson (1998) a nomeia assim por se referir as relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação tradicionais. Esse tipo de interação tem uma grande disponibilidade de disseminação de informações no tempo e no espaço.

Em todas essas três categorias de interação o que se procura medir é o diálogo. Na interação face-a-face os interagentes precisam levar em consideração os argumentos um do outro, podendo assim modificar, discutir e mudar o teor da comunicação. Um exemplo seria a conversa entre duas pessoas que estão frente a frente. Já na interação mediada, por ter limitação das deixas simbólicas, um exemplo seria a conversa de duas pessoas via celular. E na quase-interação mediada o exemplo seria de um telespectador que assiste a um telejornal. Ele recebe a mensagem, porém não pode contestar contra ela, apenas aceita. Primo (2003, p.3) concluiu a partir dessa classificação de Thompson que a interação varia qualitativamente de acordo com a relação mantida entre os envolvidos, variando progressivamente da interação mais reativa (programada e determinística) à de maior envolvimento e reciprocidade, a interação mútua.

Depois de se entender o real significado de interatividade percebe-se que essa potencialidade que é oferecida pela web juntamente com a Internet pode tornar o webjornal um dos meios que melhor proporciona a interatividade na comunicação.

As diversas formas de interação que a maioria dos webjornais atualmente oferece são somente através de chats com jornalistas ou celebridades, fóruns de discussões sobre variados assuntos e a disponibilidade do leitor em comentar as notícias publicadas. Dessa interação emerge o que os autores chamam de memória, sendo esta, uma outra característica central dos ambientes de alta conexão.

Como relata Palacios (2002, p.7) o jornalista vivia com rígidas limitações de espaço para a publicação de suas matérias, mas a web trouxe uma nova alternativa a respeito do espaço disponível para publicação e armazenamento de dados.

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 mediáticos), 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 (PALACIOS, 2002, p.7).

Isso não quer dizer que os meios antecedentes a web não conseguem armazenar dados, pelo contrário, os mais diversos tipos de veículos de comunicação também têm seus modos de armazenamento, mas a web tornou esse modo inovador. Primeiramente, como já dito, a barreira de espaço é quebrada e traz várias vantagens com isso. Hoje o jornalista de web pode divulgar todo o conteúdo que ele produziu sem se limitar ao espaço. Em segundo lugar a web é capaz de gravar dados em computadores com alta capacidade de armazenamento. E isso reflete em vários outros aspectos como diz Palacios (2002, p.4), a acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias.

A memória, ou seja, o fato de poder armazenar o conteúdo jornalístico em um computador ou até nas nuvens, enriquece o jornalismo, pois possibilita ao jornalista disponibilizar na rede todas as informações que foram dadas dias atrás sobre algum fato. Assim há uma maior contextualização dos fatos narrados, não sendo apenas uma mera suíte de jornal impresso. O internauta não se perde diante de um fato que acontece ao longo de um período, sempre pode recorrer por meio de sistemas de buscas ou mesmo por links que os próprios jornalistas dis-

ponibilizam, e ler sobre como começou determinado fato e como ele foi se desenvolvendo ao longo do tempo, como explica Palacios (2002, p.7):

A Memória no Jornalismo na Web pode ser recuperada tanto pelo Produtor da informação, quanto pelo Utente, através de arquivos online providos com motores de busca (search engines) que permitem múltiplos cruzamentos de palavras chaves e datas (indexação). Sem limitações de espaço, numa situação de extrema rapidez de acesso e alimentação (Instantaneidade e Interactividade) e de grande flexibilidade combinatória (Hipertextualidade), o Jornalismo tem na Web a sua primeira forma de Memória Múltipla Instantânea e Cumulativa.

A memória dos conteúdos jornalísticos, segundo Barbosa (2005, p.3) é armazenada em computadores, respectivamente no que chamam de banco de dados ou bases de dados. Essas bases de dados não são meios de comunicação, mas por meio da web oferecem outras formas para elaboração de conteúdos jornalísticos na web. A aplicação de bases de dados ao webjornalismo modifica o fazer jornalístico na web e também a rotina dos jornalistas, pois deixará disponíveis a eles milhares de informações que poderão ser consultadas rapidamente. O que antes levava um longo tempo para se pesquisar sobre determinado assunto, hoje o jornalista consegue o que precisa em questão de segundos.

Essa característica do webjornalismo resulta num jornalismo mais abrangente de informações tanto na sua produção como também na sua divulgação, já que os conteúdos armazenados estarão disponíveis de forma simples e rápida tanto para os produtores da notícia como para os seus leitores. Esse formato de memória oriundo das redes possibilitou o surgimento de uma característica fundamental, a personalização. A personalização ou customização do conteúdo se refere à opção que é oferecida ao internauta para personalizar os meios – no caso os sites – de acordo com os interesses de cada um. Essa é mais uma característica do webjornalismo que se desenvolveu a partir do momento em que os jornalistas começaram a explorar as potencialidades que a web oferece.

Na rede o internauta tem mais facilidade para encontrar e ler somente aquilo que lhe interessa. Como diz Reges (2011, p.45), com a possibilidade de interatividade na mídia, os

webleitores buscam nas plataformas o reconhecimento de si mesmos, e entra aí a ideia da tela inteligente que contrapõe a tela burra, que seria a TV.

Adaptadas a essas necessidades, as plataformas se valem das informações disponibilizadas pelo usuário, no momento do primeiro acesso, ou ainda através dos cookies (registros que ficam armazenados no cachê do computador do usuário, que contém informações sobre o último acesso ao site) para conhecer o seu público e envolvê-lo com as informações certas (REGES, 2011, p. 45 - 46).

Os sites podem oferecer o recurso em que o próprio internauta configura a página e coloque os tipos de conteúdos que lhe interessa na ordem em que deseja. Há também a personalização que pode ser feita a partir de ferramentas que analisa quais as editorias e que tipos de notícias interessa mais aquele tipo de leitor, podendo assim oferecer um conteúdo mais adequado a cada tipo de internauta. “É possível encontrar plataformas que disponibilizam tanto a possibilidade de alteração das cores da página e tamanho das fontes, como também a seleção de editoriais de interesse do usuário, que aparecem em destaque sempre que o site é acessado” (REGES, 2011, p.47). Alguns tipos de personalização só são efetuadas mediante registro do internauta no site ou por meio da instalação de cookies<sup>3</sup> no browser<sup>4</sup> do computador. Nesses casos o jornalista não atua no processo de personalização, ele não interfere na escolha do internauta. Trata-se de um processo simplesmente informático. A personalização do webjornalismo é pensada para cada indivíduo em si, enquanto nas outras mídias a personalização é pensada para um público bem maior.

Cabe aqui acrescentar dois aspectos acerca da personalização. O primeiro é a possibilidade de transformação de “meios de comunicação de massa” para “mídia de massa individual”, devido a todas as possibilidades apresentados pelo meio digital. (...) O segundo ponto de destaque é a maneira como o indivíduo consumidor de informações na web se apropriou da possibilidade de personalizar os conteúdos (REGES, 2011, p. 46).

<sup>3</sup> É um pequeno arquivo de texto que quando é armazenado no navegador torna capaz de identificar os usuários e de direcionar os documentos de acordo com comandos previamente determinados.

<sup>4</sup> Browser significa navegador, é um tipo de programa que permite a navegação pela Internet.

Personalizar uma página pode ser mais uma forma do internauta interagir com a rede. E também, segundo Reges (2011, p.48), pode ser uma forma de o webjornal criar uma tática de marketing, já que ao personalizar a página o leitor se sente mais satisfeito com o conteúdo que recebe e assim tem a noção de individualização do webjornal.

A instantaneidade é a sexta e última característica do webjornalismo, de acordo com os estudos aqui elencados, a ser definida. Muitos acreditam que a instantaneidade é uma característica própria do webjornalismo. O que convém entender é o que Palacios (2002, p.6) argumenta, ou seja, que as características elencadas anteriormente como constituintes do jornalismo na web podem, de uma forma ou de outra, ser encontradas em suportes jornalísticos anteriores, como o impresso, o rádio, a TV, o CD-Rom. A questão é que a web potencializou esses recursos.

A rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de actualização do material nos jornais da Web. Isso possibilita o acompanhamento contínuo em torno do desenvolvimento dos assuntos jornalísticos de maior interesse (PALACIOS, 2002, p. 4).

Ou seja, na web o fluxo de notícia é contínuo e a cada segundo se pode acrescentar mais e mais detalhes a informação. Um fato que se desenvolve logo no início do dia pode começar na web como uma simples notícia de última hora e chegar ao fim do dia como uma matéria completa.

Outro fator que está ligado a essa característica do webjornalismo é a periodicidade. No jornalismo impresso, na TV e no rádio eles costumam seguir uma periodicidade, seguir uma grade de programação. No webjornalismo é diferente, como explica Canavilhas (2001):

O webjornal não deverá ter periodicidade. A actualização é constante e os destaques de primeira página estão em constante mutação. Se os acontecimentos não têm periodicidade, as notícias também não. Por estar online, o webjornal está acessível à escala global, a utilizadores de diferentes fusos

horários e, portanto não se justifica acorrentar a cadência noticiosa ao ciclo biológico das pessoas que o utilizam.

Com o uso dessa potencialidade que a web oferece ao jornalista, ele poderá proporcionar ao internauta, por meio de um site ou portal, um fluxo contínuo de notícias. As matérias poderão ser publicadas quase que instantaneamente ao fato ocorrido.

### **3. Cenários de pesquisa**

O portal Clic Folha é derivado do jornal impresso Folha da Manhã. Entrou na web no ano de 1997 com o nome de Folha da Manhã Online e era apenas um mero transpositor do jornal impresso. Em 2009 mudou o nome para Clic Folha e em 26 de agosto de 2012 começou a produzir conteúdos próprios, desvinculando um pouco do jornal impresso. O Clic Folha conta com uma equipe de quatro profissionais. O editor do portal é o jornalista Daniel Polcario. O portal tem conteúdos abertos, somente a versão digitalizada da Folha da Manhã que é fechada.

O portal Passos News foi ideia do radialista Marcelo Augusto. Após fazer um blog e postar alguns pensamentos, notou que sempre tinha internautas comentando suas postagens. Então, Marcelo decidiu criar um portal de notícias da cidade de Passos e região. O Passos News é nativo da web e entrou na rede em 2009. Marcelo é o único funcionário do portal. O conteúdo do portal é todo aberto e conta com conteúdos próprios e derivados de parcerias.

### **4. Procedimentos metodológicos**

Primeiramente foi feita uma pesquisa bibliográfica, constituída principalmente de livros, artigos e com material disponibilizado na Internet. Também foi feito e realizado um Estudo de Caso, pois esse tipo de estudo reúne quando possível, informações numerosas e detalhadas para apreender a totalidade de uma situação. Sendo assim, por meio do Estudo de Caso foi possível descrever como os portais Clic Folha e Passos News exploram as potencialidades oferecidas pela web a partir do levantamento de dados produzidos pela própria pesquisa.

## 5. Resultados

O levantamento de dados compreende o período de 1º de outubro de 2012 até o dia 15 de outubro do mesmo ano. Nesse período de pesquisa foram analisadas 625 matérias do portal Clic Folha e 92 matérias do portal Passos News. As matérias, tanto do Clic Folha quanto do Passos News, foram de todas as editoriais existentes dos portais. A diferença de números de matérias analisadas é conforme as publicações referentes às datas analisadas, ou seja, nesse período o Clic Folha publicou bem mais matérias do que o Passos News, o que é comum, tendo em vista a estrutura de um e de outro.

Segue abaixo a Tabela 1 referente ao Clic Folha e a Tabela 2 referente ao Passos News. Essas tabelas demonstram em números alguns quesitos que foram analisados para se chegar a uma conclusão de como as características são exploradas pelos portais.

**Tabela 1:** Resultados em números quanto às características do portal Clic Folha.  
Fonte: Dados de pesquisa

CLIC FOLHA							
Editorial	Nº de matérias	Imagens	Vídeos	Links - Hipertexto	Comentários	Nº de “Curtir”	Nº de retuitadas
Agrícola	9	2	0	0	0	0	0
Bazaar	0	0	0	0	0	0	0
Brasil	24	0	0	0	0	9	0
Celebridade	13	12	0	0	0	0	1
Cidades	13	2	0	0	0	33	0
Coluna de Moda	2	2	0	0	0	0	0
Colunas	11	12	4	0	0	17	0
Concursos	2	0	0	0	0	1	0
Consumidor	2	0	0	0	0	0	0
Converse com Dilma	1	0	0	0	0	0	0
Culinária	2	1	0	0	0	0	0
Cultura	6	2	0	0	0	0	0
Destaque na TV	2	0	0	0	0	0	0
Dia a dia	11	0	0	0	0	1	0
Economia	32	6	0	0	0	0	0
Educação	8	1	0	0	0	22	0
Eleições 2012	143	66	4	20	20	609	15
Esportes	22	1	0	0	0	2	1
Folha Revista	3	3	1	2	0	2	1

Editoria	Nº de matérias	Imagens	Vídeos	Links - Hipertexto	Comentários	Nº de “Curtir”	Nº de retuitadas
Geral	14	0	0	0	0	5	0
Leitor	11	10	0	0	1	3	0
Meio Ambiente	5	0	0	0	0	0	0
Mundo	27	0	0	0	0	7	0
Necrológio	2	0	0	0	1	0	0
Negócios	0	0	0	0	0	0	0
Novela	1	0	0	0	0	0	0
Opinião	10	0	0	0	2	15	1
Palavra do Governador	2	0	0	0	0	0	0
Polícia	189	45	1	2	18	241	26
Política	20	5	0	0	10	44	4
Saúde	20	1	0	0	1	5	1
Seção Livre	10	10	0	0	0	0	0
Tecnologia	1	0	0	0	0	0	0
Terraço	2	2	0	0	2	0	0
Vascoli	5	5	0	0	0	5	0
Veículos	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>625</b>	<b>178</b>	<b>10</b>	<b>24</b>	<b>55</b>	<b>1021</b>	<b>50</b>

**Tabela 2:** Resultados em números quanto às características do portal Passos News.  
Fonte: Dados de pesquisa

PASSOS NEWS				
Editoria	Nº de matérias	Imagens	Vídeos	Links (Hipertexto)
Agricultura	1	1	0	0
Esporte	8	9	0	5
Geral	31	35	0	8
Polícia	33	36	0	42
Política	13	13	0	12
Cada dia	3	3	0	0
Entretenimento	0	0	0	0
Cuidando de você	1	1	0	0
Emprego	0	0	0	0
Megafone	0	0	0	0
Meio Ambiente	0	0	0	0
Moda	0	0	0	0
Mundo Virtual	0	0	0	0
Opinião	0	0	0	0
Seus Direitos	2	3	0	0
Turismo	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>92</b>	<b>101</b>	<b>0</b>	<b>67</b>



Ao se analisar os dois portais em relação à multimídia, constatou-se que a narrativa jornalística para um formato convergente entre áudio, imagem e texto é explorada, porém ainda está em processo de evolução. Ambos os portais utilizam de recursos multimídia para divulgar as notícias, o Clic Folha em maior escala e o Passos News em menor escala.

O portal Clic Folha tem sua seção de *podcast*<sup>5</sup> e de vídeos separadas da seção de notícias em texto. No período analisado foram publicados 40 *podcast* e 16 vídeos. Os *podcast* são todos nomeados com o título da matéria, subtítulo, datados e podem ser acessados por meio de três abas na *homepage* do portal. O mesmo acontece com os vídeos.

Ainda no Clic Folha é possível encontrar uma galeria de fotos. No período analisado foram divulgadas duas galerias, uma com 33 fotos e outra com 11 fotos. O acesso a elas é simples. O que se notou a respeito dessa potencialidade oferecida pela web, no portal Clic Folha, é que a Multimídia é sim explorada, porém de forma separada. Ou seja, a convergência, que seria a junção das três matrizes citadas por Santaella (2007) – áudio, imagem e texto –, não é encontrada em uma única matéria, mas sim em matérias diferentes. Mesmo as matrizes mais utilizadas que são imagem e texto ainda são limitadas pelo portal. Em 625 matérias foram encontradas 178 imagens, o que não corresponde nem a metade das matérias analisadas. Já no Passos News a convergência entre as matrizes texto e imagens fixas é mais explorada. Em 92 matérias foram encontradas 101 imagens. Em todas as matérias é encontrada pelo menos uma imagem.

Ao que se refere a vídeos, o Passos News é bem limitado. Foi encontrado apenas um vídeo de parceria do site na *homepage* do portal. Quanto aos áudios, o Passos News também oferece a seção *podcast*, porém no período analisado não foi encontrado nenhum *podcast*. Portanto, no portal Passos News a Multimídia ainda se encontra pouco explorada.

Referente ao Hipertexto o portal Passos News utiliza mais esse recurso do que o Clic Folha. Foram encontrados 67 links das 92 matérias analisadas do Passos News, enquanto no Clic Folha foram encontrados somente 24 links de 625 matérias. Dos links constatados no

---

<sup>5</sup> É uma forma de publicação de programas de áudio pela Internet que permite aos utilizadores acompanhar a sua atualização.

---

Clic Folha, 20 são da editoria “Eleições 2012”, dois são direcionados para a Revista Folha e dois estão na editoria de Polícia.

Os links ao qual o estudo se refere nesta análise são os links que estão entre os textos. Links que direcionam a outras notícias, a outros conteúdos e até mesmo a outros sites. O Passos News em várias matérias utilizam esse recurso para que o interagente possa se contextualizar e entender toda a repercussão da notícia ao longo dos dias. Os links que estão fora do texto ficam abaixo da notícia de ambos os sites. No Clic Folha há três links abaixo de cada notícia, que direcionam a outros assuntos da mesma editoria. Já no Passos News há dois links que direcionam a uma próxima notícia ou a uma notícia anterior, também da mesma editoria. Portanto, ao que se refere ao Hipertexto, nota-se que Passos News explora essa potencialidade, já o Clic Folha explora raramente.

Tratando-se de mais uma potencialidade da web, no quesito Interatividade, ambos os jornais oferecem e-mail para contato com os responsáveis pelo jornal. Esse e-mail é uma forma de interatividade, pois conforme Palacios, Mielniczuk, Barbosa, Ribas e Narita (s/d, p.3) por meio dele o internauta pode dialogar com os jornalistas. Além do e-mail é divulgado o telefone da empresa, no caso do Clic Folha, e o celular de Marcelo Augusto, responsável pelo Passos News.

Outro recurso de Interatividade oferecido também por ambos os sites são as enquetes. Em cada site há uma enquete com assunto referente à cidade de Passos e região. O internauta pode estar apenas votando entre as opções estabelecidas pelo portal. Não há fóruns de argumentação. Os resultados podem ser vistos por todos, assim como a quantidade de internautas que votaram.

Quanto à opção de o internauta comentar as notícias os dois portais se diferenciam. Passos News não oferece ao internauta espaço para comentar as notícias. Já o Clic Folha oferece ambiente para comentários. Os comentários passam por um filtro, para que o portal não publique comentários ofensivos a ninguém. Notou-se que foram postados 55 comentários nesse período dentro do portal Clic Folha, sendo que 20 desses comentários estão na editoria de “Eleições 2012”.

No Passos News há uma editoria chamada Megafone. Essa editoria permite ao internauta postar dúvidas, críticas e sugestões para diversos segmentos da sociedade. O internauta precisa preencher o formulário do portal e a mensagem dele é postada e apresentada ao setor competente para que seja respondida. Só que ao verificar no portal, essa seção de Interatividade se encontra totalmente desatualizada, tendo a última mensagem postada em março de 2012. No mesmo segmento em recolher reclamações dos internautas em geral, o Clic Folha tem a “Seção Livre” e “Leitor” onde são publicadas as queixas dos internautas e algumas há o parecer do setor responsável e sempre são atualizadas. E por último, referindo-se ainda à Interatividade, o que se pode notar claramente é que esse recurso é mais utilizado dentro das mídias sociais, sendo elas o Twitter e principalmente o Facebook. Nas mídias sociais os internautas comentam, debatem, curtem as notícias, compartilham e retuítam as matérias na rede.

No Clic Folha o número de pessoas que curtiram determinada notícia é mostrado no próprio portal, logo abaixo do título. Também são mostradas quantas pessoas retuitaram a notícia pelo Twitter. Já no Passos News logo abaixo da notícia se o internauta estiver logado no Facebook e estiver com a página do Passos News curtida, aparecerá a quantidade de pessoas que curtiram a página Passos News. Porém, essa ferramenta diagramada logo abaixo da notícia pode levar alguns internautas a pensar que aquela quantidade de pessoas curtiu aquela notícia em si, quando na verdade curtiram apenas a página Passos News. Ou seja, o Passos News dentro do portal não oferece a oportunidade de o internauta saber quantos “curtir” obteve determinada notícia. Entretanto, ele oferece ao internauta o número de visualização que cada notícia obteve dentro do portal.

No quesito Memória os dois portais se diferenciam um pouco. Os *podcast* do Clic Folha são armazenados desde esse ano, enquanto o Passos News tem o acervo armazenado desde o ano de 2009. Os vídeos do Clic Folha são armazenados desde julho de 2011, já no Passos News não há armazenamento de vídeos, até porque ele não utiliza muito este recurso.

No que se refere a notícias em textos escritos, o Passos News tem um excelente banco de dados. A armazenagem é feita desde março de 2009. Já no Clic Folha as notícias mais an-

tigas armazenadas são do dia 2 de janeiro de 2012. O que se pode notar é que o Passos News oferece e utiliza do recurso Memória de forma mais abrangente que o Clic Folha.

Para o internauta buscar uma determinada notícia no banco de dados do portal ele terá que utilizar ou do sistema de busca oferecido ou procurar por meio de cada editoria. No que se refere ao sistema de busca o site Passos News oferece ao internauta um ótimo serviço. O interagente pode procurar pela notícia por meio de palavras-chaves, frases e até mesmo por data. O resultado sempre é ordenado por datas facilitando a procura do interagente.

Já no Clic Folha, o sistema de busca nem sempre traz resultados à busca do interagente. E quando traz os resultados não são ordenados por datas, dificultando ainda mais a procura. Mas o portal Clic Folha oferece a opção de o resultado ser separado por abas de notícias em vídeos, fotos, classificados, todos, empresas, notícias e *podcast*. Diante disso é mais fácil o internauta procurar pela editoria da notícia, porque lá é descrito a data e até mesmo a hora que a notícia foi publicada. Outros conteúdos que são armazenados no Clic Folha são a Revista Folha, o caderno Gerações e a Folha da Manhã na versão impressa. Os produtos Revista Folha e Gerações são armazenados desde julho de 2009. E o sistema de busca por edições antigas é simples, é por meio de um pequeno calendário. O jornal impresso também é armazenado desde o ano de 2009.

A possibilidade de Personalização pelos dois portais ainda é pouco explorada. Os portais são bem organizados em editorias, abas e ferramentas que facilitam o que o internauta deseja buscar, porém esse tipo de personalização é comum em webjornais. O diferencial referente à Personalização que se pode observar é no canal de vídeos do Clic Folha. Lá o internauta pode escurecer a tela clicando no botão “Apagar a luz” deixando apenas o vídeo em evidência da tela do computador. Já o Passos News oferece ao internauta o serviço de Newsletters, onde o portal estará mandando para o e-mail do internauta cadastrado as principais manchetes. E ainda oferece o serviço de RSS, que funciona quando o internauta assina para receber as novidades do portal.

E por último, a respeito da Instantaneidade, foi notado que o fluxo de notícias dentro do portal Passos News não é diário. Dentre os quinze dias observados o portal Passos News

deixou de publicar notícias em dois dias. O portal não postou notícias nos dias 6 e 7 de outubro. Já o Clic Folha postou notícias do dia 1 ao dia 15 outubro. Sendo assim, no quesito Instantaneidade, o Passos News deixa a desejar, pois não explora tanto a possibilidade de postar notícias ininterruptamente. Já o Clic Folha utiliza mais essa possibilidade.

## 6. Considerações finais

Depois de analisados os dois portais Clic Folha e Passos News tendo em base toda a bibliografia apresentada nesse trabalho, pode-se chegar à conclusão que ambos os portais diferem muito um do outro, tanto na parte de estrutura, origem e principalmente na forma como exploram e utilizam as potencialidades oferecidas pela web.

Não se tem o propósito aqui de avaliar qual portal é o melhor, mas sim demonstrar a forma como cada um oferece seus conteúdos e o que pode ser melhorado. É claro que uma comparação entre ambos acaba sendo feita por meio das análises, mas isso sem intenções de julgamento para estabelecer o melhor. Até porque não seria um julgamento justo, já que os portais não só são diferentes na estrutura como em sua origem.

O Clic Folha ao ser lançado na rede já tinha como peso um dos maiores jornais impresso da região, a Folha da Manhã. Já o Passos News é nativo da web e precisou conquistar o público e ganhar sua credibilidade. Outra grande diferença entre os portais que tem ser levada em conta é a mão de obra de cada portal. O Clic Folha conta com quatro profissionais, sendo dois jornalistas formados, um fotógrafo e um estagiário de publicidade que desenvolve o trabalho com vídeos. Os horários de trabalho são divididos entre os funcionários. Cada jornalista fica num determinado período do dia. Isso dá a oportunidade do portal estar lançando notícias durante todo o dia.

Por outro lado o Passos News conta apenas com a mão de obra de seu próprio dono, o Marcelo Augusto. Mesmo quando recebe notícias e informações de parceiros somente Marcelo pode acessar o portal para postar a notícia. Mesmo assim, ele tenta ao máximo conciliar seus trabalhos, alguns dentro da área de comunicação mesmo, com a atualização do portal. Essa diferença de funcionários para cada portal pode ser demonstrada na quantidade de maté-

rias analisadas em cada um. No Clic Folha foram analisadas 625 matérias e no Passos News apenas 92, um número bem inferior se comparado ao outro portal.

A diferença de números de funcionários para cada portal também é um fator que pode estar ligado à questão da exploração do recurso Multimedialidade dentro dos portais. Ambos os portais oferecem serviço de *podcast*, mas somente o Clic Folha mantém esse serviço atualizado. Referente a vídeos o Clic Folha oferece um excelente conteúdo no portal, por meio da seção TV Clic Folha. Já Passos News deixa a desejar nessa categoria, não oferecendo canais de vídeos. Portanto, na análise feita para observar o fator Multimedialidade, pode-se dizer que é bem mais explorado no Clic Folha do que no Passos News.

Já na questão do Hipertexto, o portal Clic Folha deixa a desejar e o Passos News oferece um melhor serviço dessa característica. O internauta que acessa determinada notícia encontra links (Hipertexto) que o levarão para outras notícias e para outros conteúdos, contextualizado-o ainda mais. O uso do Hipertexto no Clic Folha limitou-se a ser utilizado somente no período da eleição, demonstrando que esse recurso não é muito utilizado pelo portal.

Os recursos de Interatividade nos portais se igualam no sentido de divulgar e-mail e telefones para que os internautas possam estar de alguma maneira estabelecendo contato com os responsáveis de cada portal. As enquetes também é uma ferramenta utilizada por ambos os sites. O que irá diferenciar os dois sites na questão de Interatividade são os comentários dentro do portal e as seções que cada um disponibiliza para que os internautas possam fazer suas críticas. O Clic Folha oferece o serviço de comentários dentro do próprio portal, mesmo que esses comentários tenham que passar por um filtro antes de serem publicados. O Passos News não oferece mais essa opção ao internauta, deixando assim de oferecer uma ferramenta de interatividade dentro do portal.

Nas seções que ambos os portais disponibilizam para os internautas estarem divulgando suas críticas, sendo a “Seção Livre” do Clic Folha e o “Megafone” do Passos News, o serviço do Clic Folha é mais completo. A seção “Megafone” do Passos News está totalmente desatualizada. Já no Clic Folha, o portal sempre está atualizando essa seção. Portanto, tratando-se de Interatividade dentro dos portais, o Clic Folha oferece mais interação ao internauta

do que o Passos News. Porém, não se pode deixar de fora dessa análise, o fato da maior interação que os portais oferecem é por meio das redes sociais, Twitter e Facebook. Ambos os portais, por meio de suas *fanpages* podem oferecer ao internauta tanto a interação com a equipe do próprio webjornal como a interação com outros internautas. Mesmo com isso, podemos dizer que o portal Clic Folha oferece mais recursos, pois a quantidade de “Curtir” e de “retuitadas” de seus conteúdos são contabilizados e mostrados no portal junto à notícia.

No quesito Memória, o Clic Folha disponibiliza as edições antigas da Folha da Manhã no portal, só que essas edições são conteúdos fechados, somente tem acesso os assinantes. Apesar de deixarem disponíveis a qualquer internauta o caderno Gerações e a Revista Folha e ambos serem arquivados desde 2009, o conteúdo que é produzido pelo portal é armazenado somente desde o começo de 2012. Já no Passos News todos os arquivos do portal são armazenados desde 2009 e estão disponíveis a todos os internautas. Outro fator que Passos News oferece melhor ao internauta é o sistema de busca. No portal o internauta pode buscar notícias que foram veiculadas pelo Passos News por meio de palavras chaves e datas e o resultado sempre é em ordem crescente por datas. Esse sistema do Clic Folha não funciona tão bem quanto no Passos News, o internauta não encontra tão facilmente uma notícia que esteja procurando dentro do portal.

A potencialidade que a web oferece e que é a menos explorada por ambos os portais é a Personalização. Os dois portais não oferecem nenhuma ferramenta de Personalização para que o internauta visualize a página do portal conforme seus interesses.

A questão da Instantaneidade é falha dentro do portal Passos News. Nos quinze dias analisados constatou-se que o portal deixou de publicar notícias em dois dias. Isso reflete que Passos News não atualiza as notícias todos os dias, sendo assim o fluxo contínuo de notícia, principal fator da Instantaneidade, não é explorado com êxito pelo Passos News. Já o Clic Folha explora mais esse recurso.

O que se pode concluir afinal é que as potencialidades e recursos oferecidos pela web são explorados de formas diferentes pelos portais Clic Folha e Passos News. O portal Clic Folha explora mais as potencialidades de Multimedialidade, Interatividade e Instantaneidade,

enquanto o Passos News explora mais o Hipertexto e a Memória. Sendo assim, Passos News precisa explorar mais os recursos de Personalização e Instantaneidade, e Clic Folha o recurso de Personalização. Ou seja, os portais utilizam em menor ou maior escala alguns dos recursos oferecidos pela web. Diante disso, pode se confirmar que os portais ainda estão em fase de exploração dessas potencialidades oferecidas pela web.

### Referências Bibliográficas

- BARBOSA, Suzana. **Bases de dados e webjornalismo: em busca de novos conceitos**. 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-bases-dados-webjornalismo.pdf>> Acesso em: 27 ago. 2012.
- CANAVILHAS, João. **Considerações gerais sobre o jornalismo na web**. 2001. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf> > Acesso em: 28 de agosto 2012.
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. 2006. Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf> > Acesso em 28 de agosto 2012.
- PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz; NARITA, Sandra. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro**. Disponível em: < [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_mapeamentojol.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf) > Acesso em: 27 de agosto de 2012.
- PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória**: Apontamentos para debate. 2002.
- PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva**. Fronteiras: Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003. Disponível em: <[http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/quao\\_interativo\\_hipertexto.pdf](http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/quao_interativo_hipertexto.pdf)>. Acesso em 14 de agosto de 2012.
- REGES, Thiara Luiza da Rocha. **Características e gerações do Webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais**. 2011. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf> > Acesso em: 14 de agosto de 2012.
- SANTAELLA, Lucia. **As linguagens como antídotos ao midiacentrismo**. MATRIZES, n. 1, p. 75-98, 2007. Disponível em: < [http://www.usp.br/matrizes/img/01/Dossie5Lucia\\_Santaella.pdf](http://www.usp.br/matrizes/img/01/Dossie5Lucia_Santaella.pdf) >. Acesso em: 28 de agosto de 2012.





Sociedade Brasileira de Estudos  
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira  
de Iniciação Científica em  
Comunicação Social*

---

SQUARISI, Dad. **Manual de Redação e Estilo para mídias convergentes**. São Paulo: Geração Editorial. 2011.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: Uma teoria da mídia**. Petrópolis, Rio de Janeiro. Vozes. 8ª edição. 1998.

### **Webgrafia**

Clic Folha, 2012. <<http://www.clicfolha.com.br/>> Acesso em: 15 de novembro 2012.

Passos News, 2012. <[www.passosnews.com](http://www.passosnews.com)> Acesso em: 15 de novembro de 2012.