

---

**Práticas Jornalísticas em Webjornalismo:  
Explorando a Mídia Tradicional e a Independente**

**Journalistic Practices in Web Journalism:  
Exploring The Traditional And Independent Media**

Isabela BARREIROS<sup>21</sup>

Renan LIMA<sup>22</sup>

Marli dos SANTOS<sup>23</sup>

**RESUMO**

Esta pesquisa exploratória investiga a percepção de jornalistas sobre práticas tradicionais e novas formas de produção em sites de grandes empresas jornalísticas e da mídia independente. Foram realizadas cinco entrevistas semiestruturadas com profissionais, com foco na hipertextualidade, interatividade e multimídia. Observou-se que a aceleração da produção e a acumulação de tarefas são aspectos notáveis no webjornalismo.

**PALAVRAS-CHAVE**

Webjornalismo; Práticas Jornalísticas; Mídia tradicional; Mídia Independente.

**ABSTRACT**

This exploratory research investigates the perception of journalists on traditional practices and new means of production on websites of established journalistic companies and independent media. Five semi-structured interviews with professionals were done, focusing on hypertextuality, interactivity, and multimodality. It was observed that production acceleration and task accumulation are distinctive aspects of web journalism.

**KEYWORDS**

Webjournalism; Journalistic Practices; Traditional Media; Independent Media

---

<sup>21</sup> Estudante do curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero (FCL). Pesquisadora do Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP) e bolsista de Iniciação Científica da FCL em 2019, e-mail: [isabelagbarreiros@gmail.com](mailto:isabelagbarreiros@gmail.com)

<sup>22</sup> Estudante do curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero (FCL). Pesquisador do Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP) da FCL em 2019, e-mail: [renanliman99@gmail.com](mailto:renanliman99@gmail.com)

<sup>23</sup> Orientadora do trabalho e do projeto desenvolvido pelo Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP) da Faculdade Cásper Líbero (FCL). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FCL e pesquisadora da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, e-mail: [msantos@casperlibero.edu.br](mailto:msantos@casperlibero.edu.br)

---

## INTRODUÇÃO

Este artigo, de cunho exploratório, é resultado do estudo “práticas jornalísticas na mídia tradicional e independente”, um dos aspectos abordados no projeto de pesquisa “Produção e circulação de conteúdo no jornalismo do século XXI”, apoiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), de uma das autoras do artigo. O objetivo é investigar a percepção de jornalistas sobre as práticas tradicionais e as novas formas de produção em *sites* de empresas jornalísticas da mídia tradicional e da mídia independente/alternativa.

Considera-se mídia tradicional aquela atrelada ao processo industrial, ao jornalismo mercadoria (MARCONDES FILHO, 2000). Já o conceito de mídia independente foi analisado a partir da concepção de Fígaro (2018), que denomina de “arranjos econômicos jornalísticos” na contemporaneidade, englobando desde projetos de jornalismo mais engajados aos especializados e investigativos.

No século XXI, mudanças puderam ser observadas nas práticas das redações que hoje se configuram em experiências independentes do *mainstream*<sup>24</sup> jornalístico, como também em grandes grupos de mídia, especialmente em portais jornalísticos. Os avanços das tecnologias digitais e as apropriações e os usos dessas técnicas implicaram em novas formas, ou pelos menos na modificação dos processos de produção e circulação do conteúdo jornalístico.

Para este estudo, foram realizadas cinco entrevistas semiestruturadas com jornalistas de cinco veículos (*UOL, R7, IG, Agência Pública e Projeto Colabora*), três atuam em *sites* de empresas jornalistas e dois em projetos denominados independentes. A escolha dos entrevistados ocorreu por acessibilidade. As entrevistas foram realizadas no primeiro semestre de 2019, transcritas e categorizadas conforme roteiro de questões.

As principais referências teóricas do estudo são Canavilhas (2014), Salaverría (2014), Rost (2014), no que se refere ao webjornalismo e suas características, e Pereira e Adghirni (2011) para apresentar as mudanças no cenário jornalístico.

## O FOCO EM TRÊS CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO

---

<sup>24</sup> *Mainstream* é um anglicismo que significa “convencional”; trata-se da corrente dominante em determinado local e tempo.

Canavilhas (2001, p. 1) considera que “com base na convergência entre texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar todas as potencialidades que a *internet* oferece, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia”. Ainda assim, é visível que algumas práticas do jornalismo impresso permanecem na *web*.

Segundo Canavilhas (2014), os motivos para a valorização do texto em detrimento de outras ferramentas multimídia na *internet* estão intimamente ligadas ao surgimento do jornalismo enquanto imprensa escrita e impressa. Considera-se ainda que, na modernidade, as possibilidades técnicas do texto são maiores do que as de outros tipos de conteúdo, porque seu acesso exige menos banda larga de *internet*, instaurando uma questão de custo econômico. No entanto, o texto em si é transformador:

Na Web, mais do que um mero conjunto de palavras ou frases organizadas segundo um conjunto de regras preestabelecidas, o texto transforma-se numa tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (links), ou seja, num hipertexto. (CANAVILHAS, 2014, p. 4).

O hipertexto possibilita a expansão do texto, conseqüentemente maior contextualização do fato, inclusive com a exibição de mais conteúdos que se relacionam com o tema da reportagem, sendo um importante recurso para a estruturação e a formação de possibilidades alternativas já existentes na *web*. Conforme Canavilhas (2014, p. 6), os *hiperlinks* são associados a blocos de informações, de forma “mais ou menos complexa”.

Na *internet* ainda há outras possibilidades para potencializar o conteúdo do jornalismo, como a criação de um conteúdo com características multimídia. Embora Salaverría (2014, p. 30) afirme “que os conteúdos multimídia já têm cerca de dois séculos de história nos textos jornalísticos”, sendo bimídia (texto + foto), elementos privilegiados até hoje, o webjornalismo abre mais caminhos neste sentido, principalmente pela convergência de tecnologias digitais e pela reconfiguração de empresas jornalísticas.

Usamos a definição de que “a multimedialidade [é] simplesmente a combinação de pelo menos dois tipos de linguagem em apenas uma mensagem” (SALAVERRÍA, 2014, p. 30). Por meio da articulação de diferentes linguagens, é possível que o produto final do webjornalismo contemple características multimídia, isso vai depender do planejamento da organização jornalística, da iniciativa do repórter ou de um grupo de repórteres.

---

A polivalência do jornalista, ao desempenhar “várias funções dentro da mesma redação”, diz Salaverría (2014, p. 28), é, cada vez mais, a realidade do profissional dentro das redações. Assim “[...] o adjetivo [jornalista multimídia] descreve um novo perfil de jornalista, caracterizado por acumular distintos labores que no passado eram desempenhados por diferentes profissões”. (SALAVERRÍA, 2014, p. 27).

Outra característica do trabalho do jornalista na contemporaneidade é a interatividade. O profissional precisa se relacionar com outras potencialidades geradas pelo meio digital, como analisa Rost (2014). Antes, a interatividade do repórter com o leitor ou telespectador dava-se, majoritariamente, via cartas ou ligações às redações. A revolução tecnológica cria maiores possibilidades de interação, modificando também a forma com que isso acontece. Rost (2014, p. 55) caracteriza essa potencialidade como “[...] a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos (interatividade seletiva) como em possibilidades de expressão e comunicação (interatividade comunicativa)”.

Também é importante mencionar o papel das redes sociais, que passam a mediar de forma mais intensa a relação entre o jornalista e o leitor. O que Rost (2014) chama de abertura de “distribuição multiplataforma” (2014, p. 61) é a possibilidade gerada pelas redes sociais de viabilizar a proliferação e circulação de notícias de maneira mais rápida e acentuada.

## **TEMPOS DE MUDANÇAS ESTRUTURAIS**

Ao analisar as mudanças que ocorrem no jornalismo, Pereira e Adghirni (2011) centram a sua análise a partir de três eixos: transformações na produção, no perfil profissional e nas relações com os públicos. O contexto é de um período marcado por um conjunto de mudanças, que vão desde as consequências dos processos de convergência digital até a crise da empresa jornalística enquanto modelo de negócios. Segundo os autores, mudanças estruturais acontecem quando elas alteram “radicalmente o modo como determinada atividade é praticada e simbolicamente reconhecida/definida pelos atores” (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011, p. 4).

O texto usa como base o conceito de jornalismo de comunicação, descrito por Charron e Bonville (2004) como o último paradigma da prática. Teria surgido nos anos 1970/1980, na América do Norte, e é caracterizado pela diversificação e subordinação da oferta a partir das

preferências do público-alvo. Suas consequências são as pressões exercidas pela lógica comercial de uma hiperconcorrência entre publicações, suportes e mensagens. Além disso, há a emergência de novos gêneros, rotinas e identidades profissionais e cruzamentos entre a atividade jornalística e práticas “vizinhas”, como a publicidade, o entretenimento e a comunicação (pública, organizacional e corporativa).

Para Pereira e Adghirni (2011, p. 4), as mudanças na produção da notícia aconteceram a partir da: “a) a aceleração dos fluxos de produção e disponibilização da notícia; b) a proliferação de plataformas para a disponibilização de conteúdo multimídia; c) as alterações nos processos de coleta de informação (“*news gathering*”<sup>25</sup>) e das relações com as fontes”.

O fluxo contínuo de produção jornalística, a perenidade do produto, o aumento no número de atribuições dos jornalistas, a forma de se dialogar com as fontes e a apuração feita sem sair da redação cada vez mais frequente são apontados como consequências desse cenário de transformações.

Para Pereira e Adghirni (2011), o perfil do próprio jornalista mudou: vive-se, hoje, com o encolhimento do número de postos de trabalho em redações tradicionais, o aumento da carga horária e a flexibilização dos contratos trabalhistas. Além disso, a perda de valores históricos gera, frequentemente, uma crise da credibilidade e de representação social dos profissionais.

O terceiro eixo de análise do texto são as novas relações dos jornalistas com os públicos. A partir da análise de dados do Pew Research Center<sup>26</sup> e da Associação Nacional de Jornais (ANJ)<sup>27</sup>, os autores já constataram em 2011 um franco deslocamento dos leitores dos meios tradicionais para as mídias *online* e digitais. Isso faz com que novas formas de consumo de informação ocorram com os públicos dos veículos tradicionais, como se tem observado, especialmente pelas redes sociais (DIGITAL..., 2020).

## **A PERCEPÇÃO DOS JORNALISTAS: RESULTADOS**

Neste tópico, apresentamos análises das entrevistas realizadas com os jornalistas. Eles não serão identificados, para preservar o anonimato dos participantes. Foram criadas 6

---

<sup>25</sup> *News gathering* é a prática jornalística que envolve coletar informações para a produção de uma notícia.

<sup>26</sup> O Pew Research Center é um centro de pesquisas que divulga dados científicos sobre questões sociais e políticas dos Estados Unidos e do mundo.

<sup>27</sup> Mais informações em: <https://www.journalism.org/2016/07/07/the-modern-news-consumer/>

---

categorias de análise, de acordo com o roteiro de perguntas. A seguir, apresentamos as análises de acordo com as categorias e à luz dos conceitos anteriormente apresentados.

### **a) Visão sobre as mudanças no jornalismo**

Considerando Pereira e Adghirni (2011), sobre as mudanças estruturais na produção notícia, é possível identificar nas entrevistas a percepção dos jornalistas sobre a aceleração dos fluxos de produção e a disponibilização da notícia, sobretudo nos veículos da mídia tradicional; já em portais independentes, como a Agência Pública e o Projeto #Colabora, não há essa preocupação, porque preza-se por reportagens de fôlego em contraponto ao *hard news*<sup>28</sup>. Isso representa, no caso dos sites de grandes empresas jornalísticas que majoritariamente trabalham com as informações factuais, a aceleração da produção, ou seja, menos tempo para a apuração e mais exigências profissionais.

Nesse sentido, é evidente a mudança no perfil do profissional, outro ponto de intersecção entre teoria e realidade. Há um número cada vez menor de profissionais nas grandes redações e um quadro enxuto nas iniciativas do jornalismo independente e/ou alternativo, segundo os participantes das entrevistas. Como consequência, esses profissionais são cobrados por competências que vão além da formação e prática jornalística tradicional. A jornalista da Pública, além de saber interpretar as métricas do *Google Analytics*, sistema de monitoramento de tráfego das páginas, teve de realizar um curso extra de edição de vídeos, por exemplo.

### **b) Aspectos positivos e negativos das mudanças**

Os entrevistados consideraram como aspecto positivo a maior visibilidade e audiência dos veículos no webjornalismo. Essa visão pode ser atrelada ao movimento que Pereira e Adghirni (2011) elucidam, de migração dos leitores dos meios tradicionais para as mídias *online* e digitais. A mudança aproxima o profissional do seu público, permitindo maior interação entre as duas partes, de maneira positiva. Negativamente, a interatividade maior os deixa mais suscetíveis a perseguições e represálias de caráter ideológico e a invasões de privacidade, que não só colocam em risco o exercício de suas funções como também ameaçam integridades pessoais.

---

<sup>28</sup> *Hard news* é o termo usado para definir a notícia mais “quente” no jornalismo; são notícias geralmente desenvolvidas de maneira mais rápida pelos jornalistas, seguindo o esquema do lead.

---

Um outro ponto negativo também citado pelos jornalistas é o “caça-clique”, prática de conseguir acessos aos portais a qualquer custo, mesmo apelando para sensacionalismos e distorções da realidade. Na visão de Chaparro (2017, n.p), o jornalista deve se apegar aos valores éticos, porque realiza uma atividade de grande responsabilidade em um “cenário de conflitos”. “Não podemos falsear a linguagem nem fraudar os fatos. Isso é muito difícil hoje. O jornalismo é pressionado por uma teia de interesses conflitantes e os mais competentes frequentemente levam vantagem”.

O meio digital também possibilitou, nos últimos anos, novas formas para o jornalismo, como financiamentos coletivos de veículos independentes, com plataformas de apoio financeiro dos leitores. Um exemplo é o programa “aliados” da Agência Pública, que conta com esse método de financiamento.

### **c) Rotina de produção**

Baseando-se no referencial teórico de Steensen, 2009, Pereira e Adghirni (2011), o discurso da convergência das empresas jornalísticas é um dos responsáveis pelo aumento de atribuições dos profissionais. A rotina de trabalho da jornalista do R7 endossa essa tese: ela escolhe as pautas, apura, redige, revisa e insere as matérias no site. A concentração de processos pode ser ainda mais alta em redações menores, como a de veículos independentes. O jornalista do #Colabora explica que, além das práticas da profissão, existe o trabalho de viabilizar financeiramente a empresa, relacionar-se com leitores e organizar equipes — funções que acabam recaindo sobre as mesmas pessoas.

No entanto, a divisão de tarefas pode ser mais segmentada em outras redações. Na Agência Pública, a jornalista entrevistada recebe as reportagens já escritas, realiza a checagem da apuração, atribui fontes e *links* e faz as postagens. De qualquer forma, há um acúmulo de tarefas que, no século 21, parecem ter se consolidado como estratégia para minimizar custos e viabilizar projetos.

Na prática atual, apresentada pelos entrevistados, também foi possível verificar que a apuração geralmente é feita sem sair das redações e isso pode ser encarado positivamente por alguns profissionais, tendo em vista os custos.

### **d) Hipertextualidade**

Os jornalistas entrevistados consideraram o uso de *hiperlinks* nas reportagens como um ponto positivo. Ele consegue manter a leveza do texto na *internet*, mas sempre com a possibilidade de o leitor ter mais acesso a outros conteúdos. Conforme explicado por Salaverría (2005), a narrativa permite que o texto possa ser lido de diversas maneiras, contando com diferentes percursos de leitura. Os *hiperlinks*, na visão dos produtores da notícia, são importantes estratégias na construção da narrativa e nas possibilidades de abertura para contextualização do fato abordado. No entanto, mencionaram desconhecimento sobre o número efetivo dos acessos aos *hiperlinks*.

Os *hiperlinks* também são positivos no sentido de encaminhar as leituras a outros conteúdos de texto, vídeo e som. Existe, porém, a questão de esse direcionamento ser sempre para outras produções dos próprios sites, o que pode restringir, no caso das grandes empresas jornalísticas, a leitura a uma só perspectiva editorial: a do próprio veículo (SANTOS, 2020).

#### **e) Multimídia**

Para essa característica do webjornalismo, Salaverría (2014, p. 30) define três interpretações possíveis no contexto da *internet*: como multiplataforma, polivalência e combinação de linguagens.

Um dos jornalistas entrevistados mencionou a questão da polivalência como um ponto negativo no webjornalismo. Segundo Salaverría (2014), isso acontece porque as tecnologias digitais estão cada vez mais convergentes, além da reconfiguração das empresas jornalísticas em busca de um modelo de negócios na *internet* que dê retorno.

Ressalta-se que o profissional sofre com a dificuldade de produzir vários tipos de conteúdo ao mesmo tempo, o que aumenta consideravelmente o trabalho do repórter e, como consequência, há uma interferência negativa no produto final. Para os jornalistas entrevistados, o mercado de trabalho também é afetado, no sentido de estarem se apoderando do trabalho de outros profissionais que estudaram para executar certo tipo de tarefa.

A presença ou não da multimídia ainda é afetada em outro aspecto, especificamente ao modelo de negócios do jornalismo. A falta de tempo para produzir um conteúdo com diferentes linguagens no *hardnews*, tendo em vista a urgência da informação no webjornalismo, torna muito frequente a utilização de apenas texto e foto, prática que já existia



---

no jornalismo impresso. Os jornalistas entrevistados mencionaram a falta de tempo hábil como uma das justificativas para tal contexto.

#### **f) Interatividade**

Os participantes desta pesquisa classificaram a interatividade no meio digital como um ponto positivo no webjornalismo. Um deles cita a importância desse contato para produzir um conteúdo que responda às questões dos leitores, o que corresponde à visão de Rost (2014, p. 53) sobre a interatividade.

Essa interatividade se materializa nos comentários abaixo das notícias, nos perfis em redes sociais digitais, *ranking* de notícias, chats, entre outros. Um movimento mais recente, ainda não analisado pelo autor, é a presença de jornalistas em seus próprios perfis nas redes sociais interagindo com o público.

As redes sociais também têm um papel importante no acesso e circulação das notícias, pois há uma “abertura de distribuição multiplataforma”. “As páginas iniciais [dos sites noticiosos] perdem relevância como porta de entrada na notícia; os sites decompõem-se em pequenas unidades informativas que chegam aos utilizadores já não pelos motores de pesquisa e RSS, agora também por meio dos seus contatos no Facebook ou Twitter” (ROST, 2014, p. 63). Acrescentem-se ainda os buscadores na *internet*.

Segundo os jornalistas entrevistados, os leitores, atualmente, estão nas redes sociais e é por isso que os meios de comunicação também devem estar lá. Os sites jornalísticos têm personalizado cada vez mais essa troca com o público: *newsletters*<sup>29</sup>, grupos de interesses específicos e interação nas redes sociais são exemplos, indo em direção ao jornalismo de comunicação que Charron e Bonville (2004) mencionam.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As mudanças no webjornalismo são cada vez mais percebidas pelos profissionais por estarem mais indissociáveis da *internet*. Elas vêm ocorrendo de forma mais impactante, alterando as rotinas de produção e circulação de conteúdo, à medida que avança a tecnologia.

---

<sup>29</sup> *Newsletters* são boletins informativos enviados via e-mail para assinantes previamente cadastrados.

---

Como parte de uma sociedade em mudanças, o jornalismo segue adaptando-se às novas demandas do público.

A aceleração da produção jornalística é um primeiro sintoma, principalmente nos *sites* das empresas jornalísticas. Pode-se dizer, em relação à pesquisa, que muito do que é produzido nos sites tradicionais é *hardnews*, notícia factual. As reportagens especiais são reservadas a alguns temas específicos, observadas especialmente nas mídias independentes. Esse tipo de matéria, no entanto, é considerado exceção, visto o alto custo que exige e a lógica de produção que afeta as redações dos grandes *sites*.

Notou-se que as formas de interação não são tão bem aproveitadas pelos veículos de ambas as mídias. Há sugestões de pauta, comentários, reações e apontamentos, mas os jornalistas parecem tatear formas de administrar e utilizar essas demandas em prol do seu trabalho. De outro lado, essa relação próxima com o público pode resultar em perseguições a jornalistas, como observado pela entrevistada da Agência Pública.

Sobre a multimídia, verificou-se que texto e foto, marcas do impresso, são os mais usados, porque há outros fatores que impedem a total incorporação e uso mais efetivo das características do webjornalismo. Ou seja, fazer reportagens multimídia que diversifiquem a linguagem demanda conhecimentos específicos, tempo e dinheiro de redações que são enxutas, o que as torna menos viáveis, de acordo com os entrevistados. Dentre as boas práticas estão os *hiperlinks*, que também permitem ao leitor o acesso a mais conteúdo e, por conseguinte, à contextualização do assunto.

Finalmente, os participantes deste estudo exploratório apontam as mudanças estruturais no webjornalismo, as que consideram positivas e as negativas, como a precarização do trabalho, com o acúmulo de tarefas; a abundância de informação — que oprime o profissional, mas é uma condição para manter a sua credibilidade —, o relacionamento com as audiências e as dúvidas sobre como potencializar essa participação.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CANAVILHAS, J. Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web. **BOCC** – Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2021.

---

CANAVILHAS, J. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI/LabCom, 2014. p. 3-24.

CHAPARRO, C. Jornalismo sempre em transformação. [Entrevista]. **O Povo online**, Fortaleza, 09 jan. 2017. Disponível em:  
<https://www20.opovo.com.br/app/opovo/paginasazuis/2017/01/09/noticiasjornalpaginasazuis,3678622/jornalismo-sempre-em-transformacao.shtml>. Acesso em 5 ago. 2021.

CHARRON, J; BONVILLE, J. Typologie historique des pratiques journalistiques. *In*: BRIN, C.; CHARRON, J.; BONVILLE, J. de. (Orgs.). **Nature et transformation du journalisme**. Théories et recherches empiriques. Québec: Les Presses de L'Université Laval, 2004. p. 141-217.

DIGITAL News Report 2020. **Reuters Institute for the Study of Journalism**. University of Oxford. Jun. 2020. Disponível em: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf) Acesso em: 11 fev. 2021.

FÍGARO, R. (Org.). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às grandes corporações de mídia**. São Paulo: ECA/USP, 2018.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide** – para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

MARCONDES FILHO, C. **A saga dos cães perdidos**. Comunicação e Jornalismo. São Paulo: Hacker, 2000.

PEREIRA, F.H.; ADGHIRNI, Z.L. **O jornalismo em tempo de mudanças estruturais**. Intexto, Porto Alegre, v. 1, n. 24, p. 38-57, jan./jun., 2011.

ROBINSON, S. **Traditionals vs. Convergents: Textual Privilege, Boundary Work, and the Journalist-Audience Relationship in the Commenting Policies of Online News Sites**. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 16, 2010, p. 125-143.

ROST, A. Interatividade: Definições, estudos e tendências. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI/LabCom, 2014. p. 53-88.

SALAVERRÍA, R. **Redacción Periodística en Internet**. Pamplona: Eunsa, Barañáin, Espanha, 2005.

SALAVERRÍA, R. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI/LabCom, 2014. p. 25-52.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VIEGAS, R. **Webjornalismo colaborativo: a participação de usuários no conteúdo informativo do Portal R7**. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2015.