



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

**Fernando Arteche Hamilton (Universidade do Vale do Itajaí – Univali)**

## **Webjornalismo: novo ritmo do fazer jornalístico ou atividade derivada?<sup>1</sup>**

### **Resumo:**

Este artigo trata das mudanças na prática do jornalismo em decorrência do aumento da velocidade dessa atividade verificada na modalidade do webjornalismo. Principal característica do webjornalismo, a velocidade traz problemas para a prática profissional: altera a rotina da produção de uma notícia, aumenta a probabilidade de erros e prejudica a capacidade de interpretação. O texto também oferece subsídios para a discussão sobre os limites de aceleração suportáveis pelo jornalismo para que mantenha seus fundamentos. Nesse sentido, questiona se o webjornalismo é uma modalidade de jornalismo ou apenas uma forma de veiculação de notícias. Baseado na realização de uma observação participante e de entrevistas com webjornalistas, o artigo parte das influências da técnica, do capitalismo e da cultura na aceleração da atividade

**Palavras-chave:** jornalismo, webjornalismo, tecnologia

### **Introdução**

Surgido na década de 80, o webjornalismo se alastra pelo mundo na esteira do desenvolvimento e do crescente acesso das pessoas a internet. Considerada um campo promissor na área, essa modalidade, no entanto, ainda não tem um escopo teórico suficientemente sólido para uma avaliação precisa de seus efeitos sobre o jornalismo. Prática recente no Brasil, o webjornalismo se faz através de imitação de modelos estrangeiros ou de tentativas de formatação de um estilo próprio.

Seja como for, a velocidade na veiculação de informações é a característica principal do jornalismo via internet. Característica que desafia os profissionais em suas

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



habilidades e capacidades de desempenhar as tarefas próprias do jornalismo a um ritmo alucinante. Para isso, têm de aprender novas linguagens e recursos técnicos, além de enfrentarem uma necessidade de velocidade maior do que qualquer capacidade humana de produção e veiculação de notícias. Mas até que ponto essa velocidade não descaracteriza o jornalismo praticado na web? O webjornalismo é uma nova forma do fazer jornalístico ou não passa de um novo meio de simples divulgação de notícias apuradas e produzidas em outras esferas?

### **Jornalismo e velocidade**

Três fatores nos parecem fundamentais para o aumento da velocidade no jornalismo através do tempo. O primeiro é o desenvolvimento técnico. O aperfeiçoamento das técnicas de impressão, galvanizado no século XV pela invenção da imprensa de tipos móveis, forneceu à atividade jornalística condições de trabalho mais ágeis e com custos mais baixos. Ao mesmo tempo, os novos meios de transporte e de comunicação, como o correio regular, o trem e o telégrafo, permitiram maior eficiência e rapidez na transmissão de notícias, principalmente das provenientes de locais mais distantes.

O segundo fator que contribuiu decisivamente para o aumento da velocidade na atividade jornalística foi a consolidação do modo de produção capitalista no Ocidente. A organização industrial nos moldes capitalistas das empresas jornalísticas e a valorização da informação como mercadoria influenciaram a atividade de forma definitiva em sua prática e em seu sentido.

Mas de nada serviriam uma maior possibilidade técnica de produção e processamento de informações e a influência de um sistema de produção industrial do tipo capitalista na atividade jornalística, se não houvesse um interesse explícito pelo conteúdo do jornalismo, na história, por parte do público. Esse conteúdo cultural do jornalismo também contribuiu para a necessidade de aumento da velocidade na produção e veiculação de informações. Com as novas possibilidades técnicas de comunicação e transportes, um número cada vez maior de assuntos foi incorporado ao noticiário.



## **Velocidade e estratégia**

O aumento constante de velocidade na transmissão de informações jornalísticas foi provocado pelo entrelaçamento dos três fatores: a técnica, o capitalismo e a demanda cultural. Através do tempo, cada um deles influenciou a atividade de forma mais ou menos intensa em relação à necessidade de produção e veiculação de informações em intervalos cada vez menores. Tanto a velocidade quanto o jornalismo já foram tratados, e ainda o são, como elementos de estratégia política e bélica. Uma das implicações estratégicas do jornalismo são as técnicas de transmissão de informações utilizadas primeiramente nos campos de batalha para só depois serem disponibilizadas para uso civil (como no caso do telégrafo<sup>1</sup> e do rádio<sup>2</sup>, principalmente).<sup>3</sup>

Impulsionada por fatores como o capitalismo, a técnica e a cultura, a velocidade crescente se tornou uma característica da sociedade contemporânea. A ponto de se tornar estratégica em diversos setores. Na economia, por exemplo, a primazia na obtenção de uma informação pode ser decisiva para a lucratividade de uma operação financeira. Mas essa posição estratégica da velocidade já vem de um campo onde a própria estratégia é decisiva: a guerra.

A capacidade de deslocamento é, para Virilio<sup>4</sup>, o fator decisivo da estratégia militar. Para ele, a possibilidade de um deslocamento veloz supera o movimento em si, pela ameaça constante que representa ao adversário. Dessa forma, Virilio considera que as táticas de guerra passaram do deslocamento dos exércitos de forma cada vez mais

---

<sup>1</sup> A primeira transmissão telegráfica aérea, entre Paris e Lile, em 1793, teve por objetivo a comunicação entre os exércitos na França em guerra (Armand MATTELART, *A comunicação-mundo*, p.13).

<sup>2</sup> Até 1919, a rádio era considerada arma de guerra e sofria interdições em diversos países (MATTELART, op., cit., p.77).

<sup>3</sup> A própria Internet surgiu a partir do esforço estratégico-militar norte-americano em formatar uma rede de comunicação eletrônica capaz de suportar a ataques bélicos sem deixar de funcionar, já que, na ausência de um dos “nós”, o caminho da informação seria deslocado através de outras conexões. O propósito da ARPA (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos) era fazer frente à disputa estratégica com a União Soviética.

<sup>4</sup> Paul VIRILIO, *Velocidade e política*.

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



rápida (com a utilização de carros de combate, por exemplo) para um aumento da capacidade de deslocamento.

Mas a questão do movimento e da velocidade ultrapassa a noção estratégica dirigida ao espaço da batalha para se inserir na sociedade, auxiliada por novos recursos logísticos e incentivada pela concorrência no mercado capitalista. A interpretação das transformações sociais a partir da velocidade dos deslocamentos faz sentido na atual situação de capacidades técnicas capazes de atingir qualquer parte do globo, com precisão, em questão de segundos: seja através de mísseis teleguiados, seja através de mensagens por correio eletrônico. A questão estratégica da velocidade ainda ganha relevância na consideração da concorrência entre os veículos de comunicação via Internet (em tempo real), onde a rapidez na transmissão da informação é o principal objetivo.

O mesmo Virilio<sup>5</sup> traz considerações sobre o aumento da velocidade na questão da informação. Para esse autor, a instituição do tempo real (transmissão e atualização dos fatos no menor lapso de tempo possível entre a ocorrência e sua divulgação) traz como resultado a valorização da informação com base exclusivamente na velocidade de sua transmissão. Nessa situação, a velocidade é a própria informação. Os meios de comunicação precisam ter como estratégia, não só a aniquilação da “duração da informação, da imagem e de seu trajeto, mas, juntamente com elas, tudo o que dura e persiste.”<sup>6</sup> Junto com a proposta do tempo real vêm os desafios. “Submetidos à tirania do tempo real, os meios de comunicação não combatem mais somente tudo o que dura, a paz como o resto, são eles agora que não têm mais tempo, mais prazos.”<sup>7</sup>

Estaremos na iminência do surgimento de um novo sentido do jornalismo na atualidade, graças ao aumento da velocidade? Para avaliarmos melhor de que maneira se dá ou não essa mudança na atualidade, é conveniente que façamos uma breve estudo de caso. Este vai-nos permitir analisar de que os profissionais do webjornalismo lidam com a velocidade crescente nas diversas etapas do trabalho jornalístico.

---

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Ibid., p. 52

<sup>7</sup> Ibid., p. 54.



## Webjornalismo na prática

A metade da década de 90, mais precisamente 1995, marca o início do jornalismo on line no Brasil.<sup>8</sup> O primeiro jornal totalmente em tempo real do país e da América Latina foi o *Brasil Online*, com informações de agências de notícias (Folha, Reuters, Associated Press), e material produzido em sua redação. O veículo foi uma iniciativa do *Universo on Line*, hoje um dos maiores provedores do sub-continente e se transformou, mais tarde, em *Folha on Line*.<sup>9</sup> A criação de veículos noticiosos específicos para a Internet conheceu, ainda, outro marco no Brasil, em 2000, com a implantação do *Último Segundo*, ligado ao provedor iG, de acesso gratuito à Internet.<sup>10</sup>

De acordo com o objeto de pesquisa deste trabalho, definimos como nosso case o veículo *Último Segundo*, do portal de Internet grátis iG.<sup>11</sup> Considerado o carro chefe do portal, esse jornal eletrônico foi criado em dezembro de 1999 e estreou na Internet em 09 de janeiro de 2000. Em pouco mais de um ano de existência, o *Último Segundo* ganhou o prêmio I-Best (espécie de Oscar da Internet brasileira) e se tornou o jornal on line de maior audiência no país. Com 50 jornalistas na redação de São Paulo, mais correspondentes no Rio de Janeiro, Brasília e Salvador, o *Último Segundo* tem como prioridade a veiculação de fatos variados e sua atualização o mais rápido possível – a meta é veicular uma nova informação a cada 45 segundos, em média. Esta estratégia de

---

<sup>8</sup> Para um acompanhamento da entrada de jornais brasileiros e da América latina, ver levantamento feito em Luciana MOHERDAUI, *Guia de estilo web*.

<sup>9</sup> Ibid., pp. 22-23

<sup>10</sup> UOL e iG eram, em 2001, os provedores mais acessados no Brasil. O UOL teve uma visitação de 6,1 milhões de usuários nos primeiros três meses de 2001.<sup>10</sup> O iG passou para a segunda posição em audiência na Internet brasileira (teve 1,8 milhão de visitantes únicos, em julho de 2001) depois de incorporar a empresa hpG, que oferece espaço para hospedagem de sites e fornece ferramentas para a criação de home pages (o hpG hospedava 540 mil sites em julho de 2001).

<sup>11</sup> O iG, Internet Group, é um provedor de acesso gratuito à Internet e mantém um portal horizontal, com diversas opções de informação, comércio e entretenimento. No Brasil, tem entre seus sustentáculos econômicos bancos de investimentos como o Opportunity e o GP Investimentos. O primeiro atua em várias concessionárias de telefonia do país (Tele Centro Sul, Telemig e Tele Norte Celular), entre outros ramos de investimentos. O segundo é uma agência de investimentos com atuação em diversas áreas (na Internet, atua com o iG, Sumarino, Mercado Eletrônico e iBest, entre outros negócios). Para maiores detalhes do iG ver o site [www.ig.com.br](http://www.ig.com.br). Recomendamos ainda a “navegação” no site do Último Segundo (ver [www.ultimosegundo.com.br](http://www.ultimosegundo.com.br)) para uma melhor compreensão das observações feitas neste trabalho.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



marketing e de posicionamento do veículo no mercado acaba por interferir na rotina de trabalho dos profissionais e oferece um bom campo de estudo para as tendências que se desenham no jornalismo on line brasileiro, principalmente no caso de atualização em tempo real. Através das observações feitas durante visita à redação do veículo em questão e de entrevistas realizadas com jornalistas, iremos traçar o perfil do trabalho realizado na prática no *Último Segundo*.<sup>12</sup>

A redação do *Último Segundo* tem sede em São Paulo. Lá trabalham cerca de 50 jornalistas e estudantes de jornalismo. Profissionais de jornalismo e estudantes estão divididos em redatores, repórteres, editores de canais, redatores-chefes e chefe de redação. Os redatores são responsáveis pela revisão e publicação de informações vindas de agências e da monitoração de outros veículos. Os repórteres desempenham funções semelhantes às de reportagem em outros veículos. Os editores de canais são os responsáveis pela seleção e edição das matérias em cada um dos canais. Os redatores-chefe são responsáveis pela escolha e edição das matérias que terão destaque na página principal do *Último Segundo*. O chefe de redação coordena todo o trabalho e também define os destaques da página principal.

As entrevistas foram divididas em sete questões (cinco serão apresentadas neste artigo). No total, foram entrevistados 14 profissionais das diversas áreas de atuação do *Último Segundo*, assim distribuídos: cinco editores de canais, quatro repórteres, três redatores e dois redatores-chefes. As respostas a cada questão permitiram a citação de mais de uma alternativa. Portanto, o percentual total de respostas ultrapassa os 100 por cento. À tabulação dos dados obtidos, segue-se de um breve comentário sobre cada questão abordada.

### **Os critérios de Importância da Notícia**

Em resposta à primeira questão - Quais os critérios mais importantes na hora de decidir quais notícias serão veiculadas em um veículo jornalístico on line? - os

---

<sup>12</sup> A visita ao *Último Segundo* foi realizada entre os dias 08 e 12 de julho de 2001. Foram feitas entrevistas com 14 profissionais do veículo.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



entrevistados citaram 12 itens. Seguem os itens e o percentual que atingiram nas respostas dos entrevistados:

Tabela 1

Os critérios de importância da notícia

| <b>Itens citados</b>  | <b>Frequência (%)</b> |
|---|-----------------------|
| Atualidade (tempo real)   | 57,1                  |
| Abrangência, “os mesmos de outros veículos” e “ineditismo do fato”.                               | 28,5                  |
| Velocidade de veiculação  | 21,4                  |
| Interatividade, repercussão   | 14,2                  |
| “Prestação de serviço”, “adequação ao hipertexto”, “fato insólito” e “fato que envolva conflito”. | 7,1%                  |

Há uma predominância do fator velocidade de atualização (57,1% dos entrevistados citaram o item) na percepção dos profissionais que trabalham em veículos on line, como fator diferencial de outros veículos. Apesar deste critério ser também um dos principais no jornalismo em geral, aqui ele ganha destaque quando relacionado à atualização em tempo real. Portanto, para os profissionais do *Último Segundo*, a atualização frequente é definidora do que deve ser ou não considerado notícia. A mesma preocupação com a velocidade como critério de notícia aparece novamente na “velocidade de veiculação”, onde a notícia é o que pode ser rapidamente veiculado.

### **Vantagens do Veículo on Line**

Com relação a segunda questão - Quais as vantagens do veículo on line em relação aos outros (tendo como referência principal o veículo impresso)? – os entrevistados citaram 14 itens. Seguem os itens e o percentual que atingiram nas respostas dos entrevistados:

Tabela 2

Vantagens do veículo on line



| <b>Itens citados</b>  | <b>Frequência (%)</b> |
|---|-----------------------|
| Maior velocidade para divulgar a informação   | 78,5                  |
| Recursos múltiplos de complemento de informações / hipertexto   | 42,8                  |
| “Facilidade de consertar erros” e “disponibilidade de recuperação da informação (arquivos)”   | 28,5                  |
| “Maior variedade de informação”, “mais espaço para a informação”, “interatividade com o usuário” e “maior facilidade de acesso à informação”. | 21,4                  |
| Mais qualidade na informação  | 14,2                  |
| Tempo real, “linha editorial própria”, “texto mais informal” e “informação mais atraente”.  | 7,1%                  |

Novamente o fator velocidade é preponderante na definição do jornalismo on line, desta vez aparecendo na grande maioria das respostas sobre as vantagens deste tipo de veículo em relação a outros (78,5%). A velocidade seria a essência do jornalismo on line.

A mesma velocidade, no entanto, reflete uma característica que é, na verdade, uma preocupação do profissional do jornalismo on line: o risco de erros nas informações. A correção dos erros encontra, ao menos, possibilidades também rápidas.

Outra característica própria do jornalismo on line, citada como vantagem, é a capacidade de complemento de informações através de recursos próprios da web. bEste é um ponto caro para os profissionais do jornalismo on line, ainda que, por vezes, a velocidade (novamente) seja empecilho para a utilização desses recursos como complementos de informações. A interatividade cresce um pouco em importância





quando o assunto é vantagens do jornalismo on line, comparada com o critério de valorização da notícia. Mas esse item será tratado em separado mais adiante.

### **Desvantagens do Veículo on Line**

Quando questionados “Quais as desvantagens do veículo on line em relação aos outros (tendo como referência principal o veículo impresso)?” os entrevistados citaram 17 itens. Seguem os itens e o percentual que atingiram nas respostas dos entrevistados.

Tabela 3

#### Desvantagens do veículo on line

| <b>Itens citados</b>  | <b>Frequência (%)</b> |
|---|-----------------------|
| Falta de profundidade nas informações   | 64,2                  |
| Maior risco de erros  | 35,7                  |
| “Perda da informação pela velocidade da atualização” e “desencontro de informações”.  | 21,4                  |
| “Mais trabalho para o jornalista”, “a velocidade do trabalho”, “falta da definição do público alvo”, “menos qualidade de texto” e “ausência de crítica e análise”.  | 14,2                  |
| “Falta de charme do jornalismo impresso”, “veículo pouco prático para a leitura”, “perda da noção de tempo”, “dificuldades para a realização de matérias especiais”, “falta de modelos”, “incerteza sobre o retorno financeiro do investimento”, “falta de adequação da parte técnica” e “uso do recurso recortar/colar tira a responsabilidade pela informação”. | 7,1%                  |

A velocidade do ritmo de trabalho é percebida como problema direto por pouco mais de 10 % dos entrevistados (14,2% citaram o item explicitamente). Mas no



levantamento geral, percebe-se que os maiores problemas observados em relação ao trabalho no jornalismo on line decorrem justamente deste fator. A falta de profundidade das informações, por exemplo, se dá porque não há tempo para aprofundá-las. É característica do veículo on line a publicação das notícias o mais rápido possível.

São decorrentes da alta velocidade da veiculação de informações ainda o maior risco de erros (por falta de tempo de apuração das informações); o desencontro de informações (quando os redatores, por exemplo, veiculam informações contraditórias de fontes diferentes sem checagem); e a perda das informações no fluxo contínuo e veloz de informação (o que reflete também a ausência de um sistema de recuperação de informações mais adequado para o leitor/usuário).

### **O Significado da Atualização em Tempo Real para o Veículo**

Manifestando-se sobre o significado da atualização em “tempo real” para um veículo on line, os entrevistados citaram 10 itens. Seguem os itens e o percentual que atingiram nas respostas dos entrevistados:

Tabela 4

## **O significado da atualização em tempo real**

| <b>Itens</b>   | <b>Frequência (%)</b> |
|--|-----------------------|
| Identidade do veículo perante o público  | 35,7                  |
| Consolidação do veículo no mercado   | 28,5                  |
| Vitória contra a concorrência  | 21,4                  |
| “Dá credibilidade ao veículo”, “é um padrão de qualidade” e “atende a necessidade de novidades do público”.  | 14,2                  |
| “É a lógica da internet”, “significa informação valiosa”, “atualização constante de informações” e inovação. | 7,1%                  |



O que é claro para os profissionais do *Último Segundo* é a proposta do veículo em relação à atualização em alta velocidade das informações. Esse fator é básico tanto para a identidade do veículo frente ao público como para a diferenciação do mesmo perante o mercado. Afirma-se aqui a característica específica do veículo on line diante dos demais: a atualização em tempo real dos fatos jornalísticos.

### **Características Exigidas de um Jornalista para o Trabalho em Veículo on Line**

Para essa questão, os entrevistados citaram 17 itens. Seguem os itens e o percentual que atingiram nas respostas dos entrevistados.

Tabela 5

Características exigidas para o trabalho em veículo on line

| <b>Itens</b>  | <b>Frequência (%)</b> |
|---|-----------------------|
| Agilidade (rapidez) na execução de tarefas  | 64,2                  |
| Domínio da tecnologia   | 35,7                  |
| Pensar multimídia   | 28,5                  |
| Versatilidade (técnica e temática)  | 28,5                  |
| “Bom texto”, “capacidade de trabalho”, “conhecer recursos de pesquisa na internet” e “capacidade de trabalhar com fatos imediatos”. | 21,4                  |
| Ética, bom senso, interesse, curiosidade, iniciativa, atenção, criatividade, atualização e “percepção do trabalho como contínuo”.   | 7,1%                  |

Nesta questão, percebe-se que há a consciência clara de novas habilidades necessárias para o desempenho da função jornalística em um veículo on line. As capacidades técnicas ganham importância quando o assunto é webjornalismo. Mas a preocupação preponderante, novamente, diz respeito à capacidade de trabalho sob o

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



predomínio da velocidade. De nada adiantariam as demais qualificações do jornalista se não fosse este capaz de executar as tarefas que lhes exigem num tempo mínimo e num ritmo de extrema velocidade.

### **Conclusão**

Todos os fatores que trouxeram para o jornalismo a possibilidade de aumento da velocidade na transmissão de informações, influenciaram também as demais etapas do trabalho jornalístico: a busca e levantamento das notícias e a preparação para a veiculação (edição). A atividade sofreu interferência como um todo. Mas a crescente aceleração está provocando transformações radicais na atividade.

Em primeiro lugar, o jornalismo vê seu sentido alterado no webjornalismo: o processo começa em grande parte pela veiculação, ficando para mais tarde as tarefas de conferência das informações, confrontação com outras fontes e edição mais criteriosa das notícias. Isso pela prioridade mesma na veiculação, própria do webjornalismo.

Em segundo lugar, a velocidade de veiculação provoca uma certa desorganização do material informativo. Esta vai desde os erros, mais frequentes do que no jornalismo convencional, até a dependência do momento de acesso do usuário para que se tenha um determinado panorama dos fatos mais importantes do mundo (que mudará nos próximos minutos ou nas próximas horas).

Mas, então, o webjornalismo de atualização rápida é uma nova modalidade de jornalismo ou outra atividade? Buscamos a resposta baseados nas mesmas premissas que garantiram essa aceleração. Em relação à técnica, a informática permitiu uma velocidade de processamento, veiculação e recepção de informações superior a qualquer outra na história. Velocidade que supera de longe a habilidade puramente humana nesse sentido.

O capitalismo, com o auxílio da técnica, encontrou na compressão espaço-tempo uma forma de superar as frequentes crises de superacumulação.<sup>13</sup> Com a informática, é possível ao sistema um gerenciamento contínuo de negócios em qualquer parte do

---

<sup>13</sup> Os conceitos de compressão espaço-temporal e destruição criativa, relacionados ao capitalismo, são abstratos por David HARVEY, em *A condição pós-moderna*.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



mundo. Ao mesmo tempo, essa estratégia permite que se supere os obstáculos à essa compressão representados por estruturas existentes e que demandaram investimentos. Essas estruturas só podem ser superadas rapidamente através do processo de destruição criativa. No webjornalismo, a inversão da prática tradicional de pauta-apuração da notícia-veiculação pode significar a presença desse processo.

Quanto ao papel da cultura no webjornalismo, são poucas as referências para uma análise mais exata. O que há é uma maior possibilidade de interação entre o jornalista e seu público e uma maior liberdade de escolha para o usuário em relação ao material informativo. Mas ambas as possibilidades estão na dependência do sentido que se der ao webjornalismo. Duas são as possibilidades verificadas: ou se está realmente à frente de um novo sentido social para o jornalismo, baseado na velocidade da notícia mais do que na apuração, interpretação e nas opiniões sobre os fatos; ou o webjornalismo ultrapassa as barreiras do jornalismo e se constitui apenas em uma atividade derivada.

### **Referências bibliográficas**

- HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. São Paulo, Loyola, 1998.
- MOHERDAUI, Luciana. *Guia de estilo Web*; produção e edição de notícias on line. São Paulo, Editora Senac, 2000.
- RAPHAEL Jordan. *Across the Universo Online*.  
<http://ojr.usc.edu/content/story.cfm?request=650>. (site do Online Journalism Review, da USC Annenberg).
- VIRILIO, Paul. *A arte do motor*. São Paulo, Estação Liberdade, 1996.
- \_\_\_\_\_. *Velocidade e Política*. São Paulo, Estação Liberdade, 1996. 2.ed.