

**A COBERTURA EM POLÍTICA NO WEBJORNALISMO: UM ESTUDO DE CASO  
DA COBERTURA DA POLÍTICA NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS 2012 EM  
PALMAS - TOCANTINS**

**Malena Araújo Mota<sup>1</sup>**

**Resumo**

Trata-se da cobertura jornalística especializada em política em portais T1 Notícias e Portal CT durante as eleições municipais de 2012 em Palmas-TO. Como referencial teórico utilizou-se *newsmaking*, *agenda-setting* e *gatekeepers* no cenário da internet e do jornalismo político. Utilizamos pesquisa quantitativa e qualitativa, como técnicas a análise de conteúdo e entrevistas semiabertas. As conclusões são que as rotinas produtivas ofereceram mudanças com quantidade de fontes oficiais e o prestígio dos jornalistas responsáveis pelos portais estudados, também interferiram na cobertura, e pouco são explorados as características do *webjornalismo*.

**Palavras-chave:** Jornalismo Político. Cobertura jornalística das eleições Municipais em 2012. Portais de Notícias. T1 Notícias e Portal CT. Palmas (TO).

**Jornalismo político no Brasil**

Segundo Seabra (2006, p.113-114), o jornalismo político no Brasil não é um fato novo. Ele surgiu ao mesmo tempo em que a imprensa brasileira nascia com a criação em 1º de Junho de 1808 do primeiro jornal brasileiro *O Correio Braziliense – Armazém Literário*, editado por Hipólito da Costa. O autor defende o fato de este ter sido o precursor do jornalismo político porque Hipólito da Costa defendia posições sobre os acontecimentos políticos da época, inspirado na revolução francesa. No entanto, Hipólito divulgava ideias favoráveis à dependência do Brasil a Portugal.

Durante o período da Ditadura Militar (1964-1985), grupos antagônicos ao regime

---

<sup>1</sup> Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP no Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PosCom. malenamotta@hotmail.com

se unem para contrapor a censura imposta pelo militares, e buscar uma alternativa à grande imprensa brasileira. É neste momento que entram em cena os pequenos jornais (imprensa nanica), ou jornais alternativos, periódicos de cunho político ideológico tendo à frente intelectuais, jornalistas e universitários, que se engajaram à causa da esquerda política no Brasil. Nesse processo destacava-se a figura do líder, jornalistas-alma do projeto alternativo. “*Teria existido Opinião sem Raimundo Pereira? Pif-Paf sem Millôr Fernandes? O Pasquim sem a dupla Ziraldo – Jaguar ou Versus sem Marcos Faerman? Dificilmente*” (KUCINSKI, 2003, p. 16-17).

Com a redemocratização do Brasil e o fim da censura prévia aos meios de comunicação, a partir de 1985, muitos dos profissionais da imprensa se firmaram como jornalistas políticos, principalmente aqueles vindos da imprensa alternativa. “Os jornalistas, e não os jornais ensaiaram os primeiros passos rumo à liberdade de escrever o que pensavam” (SEABRA, 2009, p. 133).

Atualmente o país vive um novo período do jornalismo político, caracterizado pelo denunciismo. Bernardo Kucinski (2000) no livro “*Cartas Ácidas*” define como um modelo que teve como referência o caso *Watergate*, o qual durante os anos 70 e 80 fazia a cabeça dos jornalistas, além disso, o furo jornalístico era disputado entre as grandes empresas e os importantes jornalistas (KUCINSKI, 2000, p. 37).

### **Novo jornalismo: agenda-setting e gatekeeper na web**

Com a *internet* houve uma mudança no problema-chave da teoria do agendamento, seguindo a linha de raciocínio em que todo o cidadão tem a oportunidade de produzir e consumir informação, devido à grande expansão do uso das mídias digitais por grande parte do público em geral. “Hoje, este sistema apresenta-se modificado, o receptor passou a ser emissor, explicitando o movimento inverso no processo comunicacional” (SANTOS; SALDANHA, 2010).

Considerada como uma atualização e complementação da teoria do *gatekeeper*, a

teoria do *newsmaking* tem como principal objetivo compreender os critérios de noticiabilidade. Estes estudos contemplam o processo de rotina das redações jornalísticas, ou seja, o dia a dia dos veículos de comunicação, bem como quais são os critérios que levarão a notícia a ser veiculada, ou não. Os critérios utilizados pelo *gatekeeper* se inserem no âmbito da produção noticiosa, o que interessa a este estudo que aborda a cobertura de *sites* de jornalistas renomados em relação às eleições municipais de 2012.

Em consideração ao cenário do *webjornalismo*, porém, o jornalista também pode perder parte de sua autonomia na produção da notícia, deixando de ser o gestor privilegiado da informação. A participação do cidadão e a interação proporcionada pelas novas ferramentas mudaram esse papel. É como acontece principalmente nos *blogs*, conforme afirma Simão (2006, p. 157) “Os *blogs* são a forma desse tipo de expressão ganhar divulgação sem estar dependendo do ‘*Gatekeeper*’”.

### **Eleições municipais em Palmas 2012**

O atual prefeito, Raul Filho apoia a candidata do Partido da República (PR), Luana Ribeiro, o cenário político em Palmas começa a ser desenhado, e os principais candidatos começa a despontar, como aponta a pesquisa do Instituto Serpes-Pesquisas de Opinião e Mercado Ltda, encomendada pelo Jornal do Tocantins e divulgada no dia 23/08/2012, registrada no CONRE/1ª - Região com o nº 6.221. Com os seguintes resultados: Marcelo Lelis (PV) 46,3%; Luana Ribeiro 24,2%; Carlos Amastha(PP) 12%; Doutor Luciano (PRP) 0,9%; Professor Adail (PSDC) 0,8%; Fábio Ribeiro (PT do B) 0,6% e Abelardo Gomes (PSOL) 0,3%.

Marcelo Lelis (PV), Foi Vereador de Palmas em 2004 e eleito e reeleito Deputado Estadual pelo Tocantins em 2006 e 2010, tem como principal apoiador o atual governador do Tocantins, Siqueira Campos, líder do grupo político ao qual ele sempre pertenceu, também conta com o apoio de uma fatia do PMDB, agregado pela vice, que é do PMDB, CirlenePugliese.

Luana Ribeiro (PR) teve apoio do atual prefeito de Palmas, Raul Filho (PT), e

naquele momento passava por uma crise no seu governo por ser flagrado em uma conversa com o contraventor “Carlinhos Cachoeira”. Além do prefeito Raul Filho, teve como principais apoiadores o senador João Ribeiro (PR), o ex-governador do Tocantins e senador caçado, Marcelo Miranda (PMDB), importante liderança do PMDB e também do ex-presidente Lula.

Carlos Amastha (PP), apesar de ser um dos candidatos que integra o time dos principais candidatos à prefeitura municipal de Palmas, não possui apoio de grandes grupos políticos da região. Um dos seus principais apoiadores é deputado estadual Wanderley Barbosa (PEN), e o seu vice, deputado estadual Sargento Aragão do PPS, e do PC do B.

### **Principais portais de notícia de Palmas**

Os portais de notícias T1 Notícias como Cleber Toledo iniciaram suas atividades na internet por meio de *blogs* pessoais, alimentados diariamente com opiniões sobre os bastidores da política local. Com informações “quentes”, e em tempo real, aos poucos esses *blogs* foram tomando grande importância como fonte para os jornalistas e demais veículos locais, bem como meio de visibilidade para os políticos da cidade.

O Portal que no início da pesquisa se chamava Roberta Tum, mudou para T1 Notícias (<http://t1noticias.com.br>), é um veículo de comunicação *online*, que tem à frente a jornalista Roberta Tum, editora e diretora do *Site* de notícias. Há três anos, lançou seu *blog* pessoal, denominado “*Blog da Tum*”, no qual tecia análises e comentários sobre a política tocantinense. Este *blog* precedeu o então portal de notícias “Roberta Tum”, lançado em março de 2009 (Portal Roberta Tum, 2012, *online*).

O portal de Notícias Cleber Toledo (<http://www.portalct.com.br>) tem à frente o jornalista que criou o *blog* Tempo Real (2004-2005), um veículo que promoveu importantes debates sobre os mais diversos temas de interesse da sociedade tocantinense. Em 12 de março de 2005, criou o *blog* [Clebertoledo.com.br](http://Clebertoledo.com.br), que originou o atual Portal Cleber Toledo. (Portal Cleber Toledo, 2012, *online*).

### **Portal T1 Notícias**

Devido à especificidade do período, seguido pelo aumento de produção jornalística cada portal criou uma editorial especial para este período eleitoral, o portal T1 Notícias criou o “Especial eleições 2012” para abrigar as notícias referentes a este período. Durante este período foram analisados no *Portal T1 Notícias* 107 matérias de cunho informativo, em que destacavam os três principais candidatos, e destas 21 (28,5%) ocuparam destaque na *home* principal do portal, número baixo, e devido a atualização contínua os destaques não permanecem no decorrer do período. Já a editoria especial eleições apresentou 44 (59,5%) representa um número significativo, levando em conta que a editoria especial publicava além de matérias das principais cidades dos Tocantins, também notícias referente às campanhas de vereadores e outros fatos da eleição, tais como orientação do Tribunal Regional Eleitoral, e outros. Quanto ao destaque secundário no editorial especial, 9 (13%) matérias representam um número satisfatório.

Na subcategoria fontes, observamos o número excessivo de sugestões de pauta de assessoria, indicando a aceitação de publicação de *releases* de assessorias, este número ficou presente nas 68 matérias publicadas pelo portal, representando 58,4% da amostra. Já as fontes oficiais, em que os próprios candidatos e representantes de órgãos como Tribunal Regional Eleitoral, Polícia Federal, e políticos apoiadores, e ou/opositores dos candidatos, o número ficou em 44 dos 40,7% do material publicado. E as fontes independentes apenas uma matéria foi observada, correspondendo a 0,9% da amostra.

Analisando a produção textual foi comprovada a ausência de conteúdo de exploração e contextualização no *webjornalismo*, sendo estes representados de acordo com o modelo de pirâmide invertida proposto por João Canavilhas (2006). No entanto, os textos obedeceram a uma lógica de produção informativa e resumida, mas explorando o mesmo *lide* proposto no jornalismo impresso. Utilizou-se predominante a o nível de explicação base com texto mais curtos predominante do *webjornalismo*, com 61 matérias, correspondendo a 57% da amostra, os textos mais elaborados representados pelo nível de explicação, corresponde a 46% da amostra, totalizando 107 matérias publicadas.

Pelo fato de não utilizar *link se hiperlinks* a maioria dos textos fugiram às características propostas por Mielniczuk (2003), que sugere: Seguindo essa lógica de produção textual apontada por Mielniczuk (2003), elaboram-se três categorias para classificar as matérias por tamanho no *webjornalismo*: 450 caracteres (Nota); de 451 a 900 (matéria de cobertura cotidiana) e mais de 901 caracteres (matérias especiais). O que predominou na amostragem foram os textos mais longos tendo 103 deles ter acima de 901 caracteres, correspondendo a 96,2% da amostra. E apenas 4, ou seja, 3,8% da amostragem ficaram abaixo de 900 caracteres.

A pesquisa comprovou a falta de conteúdo ilustrativo alternativo, mas, no entanto, quase todas as matérias foram postadas com fotos, o número chegou a 97, representando 99% das postagens, foram constatados apenas 1 gráfico ilustrativo para demonstração de pesquisa eleitoral, representando 1% da amostra. A predominância do conteúdo informativo, ou seja, sem expressão opinião ou posicionamento por parte do veículo foram constatadas na maioria das amostras, sendo que 93 das 107 matérias não expressavam posicionamento, equivalente a 87,8% da amostra. Constatamos críticas em apenas uma das matérias publicadas. Entretanto, nas poucas matérias que expressavam posicionamento os argumentos representavam características de textos de *marketing* ao candidato, por meio de adjetivos tais como “clara demonstração de confiança”, “visivelmente emocionado e feliz com a aceitação do povo”, “com proposta diferenciada e inovadora”, “a campanha conquistou os corações dos pequenos”.

A pesquisa constatou que o portal ainda utiliza os releases e os publica, se não na íntegra, mas o seu conteúdo básico fornecido pelas assessorias, comprovados pela amostra de 77 das matérias não constar assinatura do jornalista do portal, e sim “com informações da assessoria”, sugerindo um conteúdo produzido pelas assessorias dos candidatos, o que representa 72,6% do total da amostra. As matérias produzidas e assinadas pelos jornalistas do portal fecharam em 29 postagens, representando apenas 27,4% da amostra total.

Ainda, dentro dos editoriais no *TI Notícias*, é que a editora-chefe e criadora do Portal, Roberta Tum, em sua coluna semanal publicou na sua coluna intitulada “Minha

Opinião”, 8 editoriais em que fala do contexto político e as eleições municipais, exemplificando com os fatos e, principalmente, dando sua opinião sobre os bastidores políticos. Em entrevista concedida para esta pesquisa, a jornalista Roberta Tum disse que a coluna representa o “carro-chefe” do conteúdo do *site*, sendo responsável pelo o início da sua história de publicações de conteúdo jornalístico no *webjornalismo*, iniciado pela transposição fidedigna de conteúdo de jornalismo impresso para o meio *online*. O que começou como um *blog* para comentar os fatos políticos da semana, acabou se transformando em um Portal.

### **Portal CT**

O portal CT criou o “Especial CT eleições 2012” para abrigar as notícias referentes a este período. Durante este período foram analisados no Portal CT 88 matérias de cunho informativo, em que destacavam os três principais candidatos, e destas 27 (28,4%) ocuparam destaque na *home* principal do portal, número baixo, levando em consideração que o portal tem como especialidade a cobertura política, mas por outro lado pública notícias dos candidatos das principais cidades do Tocantins, e devido a atualização contínua os destaques não permanecem no decorrer do período. Já a editoria especial eleições apresentou 42 (44,2%) representa um número significativo, levando em conta que a editoria especial publicava além de matérias das principais cidades dos Tocantins, também notícias referente as campanhas de vereadores e outros fatos da eleição, tais como orientação do Tribunal Regional Eleitoral, e outros. Quanto ao destaque secundário na editorial especial 27 (27,4%), representa um número satisfatório, devido este espaço ser reservado a outras coberturas menos relevante dentro do portal.

Na subcategoria fontes, observamos que mesmo contendo bastante matéria produzido pela equipe de jornalistas do portal o número de sugestões de pauta de assessoria, ainda é preocupante, indicando a aceitação de publicação de releases de assessorias, este número ficou presente nas 33 matérias publicadas pelo portal,

representando 37,5% da amostra. Já as fontes oficiais, em que os próprios candidatos e representantes de órgãos como Tribunal Regional Eleitoral, Polícia Federal, e políticos apoiadores, e ou/positores dos candidatos, o número ficou em 55 dos 62,5% do material publicado.

Analisando a produção textual foi comprovada a ausência de conteúdo de exploração e contextualização no *webjornalismo*, sendo estes representados de acordo com o modelo de pirâmide invertida proposto por João Canavilhas (2006). No entanto, os textos obedeceram uma lógica de produção informativa explorando o mesmo lide proposto no jornalismo impresso. Utilizou-se predominante a o nível de explicação, com textos longos para *internet*, considerando que as informações adicionais tais como notas, estavam presentes no corpo do texto. 45 textos o equivalente a 51%, correspondendo a 47,7% da amostra são textos considerados explicativos, 42 o que corresponde a 48% da amostra corresponde a textos de base e 1 (1%) dos textos possuía *hiperlink* que caracterizava nível se contextualização.

Pelo fato de não utilizar *links* e *hiperlinks* a maioria dos textos fugiram às características propostas por Mielniczuk (2003), que sugere: Seguindo essa lógica de produção textual apontada por Mielniczuk (2003), elaborou-se três categorias para classificar as matérias por tamanho no *webjornalismo*: 450 caracteres (Nota); de 451 a 900 (matéria de cobertura cotidiana) e mais de 901 caracteres (matérias especiais). O que predominou na amostragem foi os textos mais longos tendo 85 deles ter acima de 901 caracteres, correspondendo a 96,6% da amostra. E apenas 3, ou seja 3,4% da amostragem ficaram abaixo de 900 caracteres.

A pesquisa comprovou a falta de conteúdo ilustrativo alternativo, e que a maioria das matérias não possui nem mesmo fotografias para ilustrar a matéria, no total de 53 matérias sem ilustração, e apenas 35 matérias representando 39,8% das matérias postadas com fotos.

A predominância do conteúdo informativo, ou seja sem expressão opinião ou posicionamento por parte do veículo foram constatadas na maioria das amostras, sendo que

77 das 88 matérias não expressava posicionamento, equivalente a 88,6% da amostra. Constatamos crítica em apenas uma das matérias publicadas. Poucas matérias que expressavam posicionamento de apoio aos candidatos, somando 9 das matérias ao todo representando 10,3% da amostra e apenas uma apresentava crítica com 1,1% do total da amostra.

A pesquisa constatou que os releases e os publica, se não na íntegra, mas o seu conteúdo básico fornecido pelas assessorias, comprovados pela amostra de 37 das matérias não constar assinatura do jornalista do portal, e sim “com informações da assessoria”, sugerindo um conteúdo produzido pelas assessorias dos candidatos, o que representa 58% do total da amostra. As matérias produzidas e assinadas pelos jornalistas do portal fecharam em 37 postagens, representando apenas 42% da amostra total.

### **Considerações finais**

A questão central desta pesquisa foi como se deu a dinâmica do processo produtivo da informação no contexto eleitoral de Palmas em 2012 e o relacionamento das fontes com os principais portais noticiosos da cidade, *TI Notícias* e *Portal CT*. A escolha da análise de conteúdo e da entrevista semiaberta como técnicas de pesquisa ajudou, em primeiro lugar, a identificar várias características da cobertura, tanto no que diz respeito às temáticas e ao posicionamento editorial, quanto aos aspectos ligados à natureza da linguagem jornalística e do *webjornalismo*. A partir dessa identificação, o segundo passo foi analisar as tendências numéricas, tomando-as como elementos a serem explorados nas entrevistas semiabertas (ou semiestruturadas) realizadas com os jornalistas responsáveis pelos portais que compõem a amostra, de modo a colaborar com as análises e conclusões. Com as informações colhidas com os jornalistas Roberta Tum e Cleber Toledo houve um entendimento maior das rotinas produtivas nos portais estudados no período eleitoral em 2012, além do impacto que esse momento tem no dia a dia das redações.

Assim, com as três categorias de análise criadas: candidato, produção jornalística e *webjornalismo*, principalmente, foi possível identificar a natureza das fontes presentes e o

tamanho médio dos textos, os gêneros jornalísticos e o tipo de formato mais utilizado, a falta de utilização dos recursos do *webjornalismo*, tais como o *hipertexto* por meio de *links*, o conteúdo multimídia, que contextualiza as informações, a interatividade, entre outras características da cobertura, que se baseou muito mais no prestígio dos portais e de seus jornalistas responsáveis, que antes de atuarem na mídia digital construíram uma trajetória profissional na cidade e na cobertura política, tendo portanto credibilidade perante os cidadãos de Palmas.

Acredita-se que o trabalho que aqui se encerra tenha alcançado seus objetivos, bem como contribuído com uma pequena parcela na evolução dos estudos sobre o *webjornalismo*. Embora os resultados tenham nos levado a pistas mais claras sobre o *webjornalismo* em Palmas, houve também muitas dificuldades para a obtenção de informações sobre a história da imprensa no estado do Tocantins, em especial a capital, para que o leitor tenha uma dimensão melhor das peculiaridades locais da cobertura política. Outra dificuldade encontrada no desenvolvimento do estudo foi a negativa do responsável pelo terceiro portal que inicialmente compunha a amostra. O jornalista do *Portal Conexão* do Tocantins não nos concedeu a entrevista para o fechamento da análise que já tinha sido em parte realizada. Como a ideia era garantir as mesmas condições de análise presentes nos outros portais, a amostra se restringiu a dois veículos de comunicação.

Consideramos que as dificuldades encontradas não afetaram negativamente o nosso trabalho, visto que os dois portais analisados possuem representatividade e são pioneiros no *webjornalismo* no estado do Tocantins.

Importante ressaltar também que a realização deste estudo não teve como pretensão apontar deficiências no modo de produção do conteúdo *webjornalístico* em Palmas, mas essencialmente entender as dinâmicas destes veículos de comunicação dentro do contexto jornalístico da cidade e na cobertura eleitoral. Por isso procurou-se, antes de tudo, conhecer melhor o objeto, pois na *internet* há diversas formas de produzir e publicar notícias, presentes na primeira geração do *webjornalismo* (MIELNICZUK, 2003).

Isto posto é preciso enfatizar também que os dados obtidos na pesquisa revelam a

atualização contínua do conteúdo noticioso nos dois portais, o que segundo as definições de Marcos Palácios (2003) faz parte da linguagem na *web*, e também mantém canais para comentários nos rodapés das notícias, que são bastante utilizados pelos internautas, outro meio de interatividade que segundo os editores dos portais são muito utilizados é o email. Entretanto, quando observamos as outras características, como conteúdos multimídia, *hiperlinks* e o uso da pirâmide deitada, defendida por João Canavilhas (2006), no *TI Notícia* a aplicação é “zero”. Já no *Portal CT* houve tentativa inicial de estimular a multimídia com os internautas e os candidatos, mas a estratégia de cobertura não perdurou, talvez em razão do baixo nível de participação ou do uso do espaço pelos grupos adversários, como maneira de atingirem-se mutuamente.

Em continuidade às conclusões, destacamos que entre os dados obtidos e já apresentados no capítulo de análise, chamou-nos atenção a influência das assessorias de imprensa locais, cujos *releases* foram reproduzidos pelos portais expressivamente. O *TI Notícias* publicou 63 (58,4%) matérias sugeridas pelas assessorias dos candidatos, e 44 (40,7%) matérias com fontes oficiais; já o *Portal CT* veiculou 33 (37,5%) sugestões das assessorias e 55 (62,5%) matérias obtidas por meio de fontes oficiais. A concessão de grande espaço para conteúdos dessa natureza implica diretamente na qualidade da cobertura e nas discussões sobre a política local, uma vez que os *releases* possuem somente conteúdos favoráveis aos candidatos que representam. Certamente, como *gatekeepers*, os jornalistas dos portais estudados são assediados pelas assessorias dos candidatos, e isso pode influenciar na cobertura, inclusive com a criação de editorias específicas para atender as demandas de visibilidade dos políticos, como cita Roberta Tum na entrevista concedida para este trabalho.

Ambos os jornalistas durante as entrevistas destacaram a importância das fontes para a produção noticiosa do jornal e como diferencial na cobertura, ressaltando que possuem grande quantidade de fontes fidedignas, o que sugere a ligação das mesmas ao poder local (pelas características do conteúdo analisado), além de demonstrar que os jornalistas responsáveis pelos portais na localidade são alvos dos grupos políticos, pela

experiência e prestígio na cidade. Como se sabe, as fontes para todo jornalista fazem a diferença na cobertura, e no caso do *webjornalismo*, que exige rapidez, elas se tornam ainda mais cruciais.

O acirramento da concorrência entre os portais também é uma outra influência que interfere no processo noticioso, e num cenário político como o de Palmas, em que as relações de poder são mais próximas que nos grandes centros, ter a melhor informação e mais rapidamente torna-se também um atrativo para o internauta e para os anunciantes.

Tendo como base os dados apresentados, destaca-se ainda a presença da linguagem do jornalismo impresso: os textos são mais longos, com algumas notas inseridas, o que pode desmotivar o leitor a continuar a leitura, e ter opções de navegação dentro do conteúdo.

Os indícios verificados na pesquisa não se esgotam nos destaques dados nesta conclusão. E também não se pretende que esta pequena contribuição dê conta de apresentar todas as nuances e peculiaridades da produção noticiosa na cobertura jornalística política de Palmas em portais na *internet*. Outros estudos nesse sentido podem e devem ser realizados, o que exige constante observação científica. Esta dissertação pode ser encarada como um ponto de partida para outras pesquisas.

## Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 4.ed.rev.e atual. Lisboa: Edições 70, 2009.
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso: 15 mar. 2012.
- LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. 5. ed., Série Princípios. São Paulo: Ática, 2000.
- LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. 8. ed., Série Princípios. São Paulo: Ática, 2006.
- \_\_\_\_\_. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/lage.html>. Acesso em 5jan 2004.
- MIELNICZUK, Luciana; PALACIOS, Marcos. **Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web**: o link como elemento paratextual. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuck\\_linkparatextual.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuck_linkparatextual.pdf)

# 9<sup>o</sup> interprogramas de **mestrado** FACULDADE CÁSPER LÍBERO

PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no Jornalismo Online: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs). **Modelos do jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003. Disponível em: <http://gruposjol.wordpress.com/2003/04/23/palacios-2003/>

**comunicacional e o agendamento na era da mídia digital: redefinição de paradigmas.**

Disponível em:

<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/iniciacom/article/viewArticle/695> acesso em 10 dezembro de 2012.

SIMÃO, João. **Relação entre Blogs e Webjornalismo**. Revista Prisma.Com, n. 3 (2006).

Disponível em: <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/626>. Acesso: 23 out. 2012