

A Imagem na Web: Fotojornalismo e Internet

Jorge Carlos Felz Ferreira*

Índice

1 A Internet como artefato cultural	2
2 Os novos modos de ver	2
3 Jornalismo Online	4
4 O Fotojornalismo na Web	6
5 Bibliografia	8

Resumo: As novas tecnologias e os novos meios de comunicação introduziram novos formatos e mudanças no fazer jornalístico. Com a Internet, surgiu o webjornalismo que se, a princípio utilizou as linguagens e modelos já estabelecidos, hoje tem características e padrões próprios. Este trabalho busca caminhos para compreender como se dá a representação do mundo, conhecida e experimentada por meio da imagem fotográfica produzida e veiculada por meio do jornalismo online. A construção de uma historiografia da visualidade na comunicação de massa ou mediada; o espaço, as características e o papel assumidos pela imagem jornalística disponível na Web também são parte fundamental deste percurso ou reflexão.

No final do século XX, o filósofo Michel Serres já dizia que a nossa relação com o mundo estava em transformação. Já não tínhamos uma relação local - local, mas uma relação local - global, pois cada vez mais a

terra nos aparecia, era mostrada por inteiro. Estas visões eram obtidas por meio das imagens de televisão transmitidas por satélites.

Outros autores (TOFFLER, 1984; LÉVY, 1994; CASTELLS, 2000) há anos anunciam que as transformações em curso na sociedade devem nos levar a uma nova estrutura social: a sociedade da informação mediada, principalmente, pelo computador.

Durante milhares de anos o homem foi um ser puramente visual. Mas nos últimos cinco mil anos de cultura e de forma mais efetiva nos últimos 500 anos com o livro impresso, o homem deixou esta visualidade de lado em detrimento do verbal/ escrito. Para Havelock,

A transformação que se opera hoje a uma velocidade vertiginosa é o resultado de um longo ciclo de mudanças iniciado com o aparecimento da linguagem, que desencadeou um processo de desenvolvimento das capacidades cognitivas do homem (...) a emergência de um novo discurso conceptual e, logo, de um novo estado mental (...) (HAVELOCK, 1982).

O advento das novas tecnologias de informação, especialmente a Internet, parecem provocar uma nova revolução no acesso à informação, agora armazenada em novos su-

*Professor de Fotografia e Novas Tecnologias (FAESA) – Mestrando UMESP.

portes eletrônicos e em espaços não topológicos e, como consequência direta, um retorno à visualidade na comunicação mediada. Em outras palavras, a comunicação antes mediada pela escrita, tem sido afetada pela mediação dos sistemas virtuais.

1 A Internet como artefato cultural

Muitas vezes nos referimos a esta sociedade, como um ambiente repleto de auto-estradas da informação e onde, quem circula, adquire maior conhecimento, sendo as ferramentas tecnológicas, apenas e tão só, um meio de as percorrer. É nesta perspectiva que Dominique Wolton define a Internet como a “rede constituída por diferentes redes interconectadas à escala mundial. É o precursor das auto-estradas da informação” (WOLTON, 2000. p.10).

Entretanto, se pensarmos assim, incorremos numa redundância uma vez que a informação não é automaticamente sinônimo de conhecimento, mas resultado de um processo de aprendizagem dinâmico, e experiência de uma construção individual. Além disso, falar de auto-estrada, torna-se impróprio pois lidamos com um espaço não linear conhecido como Net (rede) ou Web (teia), onde se tecem contínuas e particulares ligações.

A Internet é mais que uma tecnologia que permite o acesso à informação e onde os sujeitos são meros usuários. Estes sujeitos são na verdade, seres sociais que (re)constróem intersubjetividades no processo de “navegação”, transformando esta tecnologia em tecnologia social. Como uma “tecnologia social utiliza os mesmos métodos de forma a per-

mitir que indivíduos com interesses similares se encontrem, falem, ouçam e construam um leque de sociabilidades” (CARDOSO, 1998. p. 25), importa ainda considerar a Internet enquanto artefato cultural e espaço de produção cultural.

Enquanto artefato cultural, seguindo uma lógica descentralizada, a Internet permite um fluxo ininterrupto de informações, abrangendo cada vez mais pessoas em suas malhas e pontos de conexões. A Internet é mais do que uma rede mundial de computadores que se comunicam, permitindo uma maior interatividade do que, por exemplo, a televisão. A Internet permite uma relação local - global muito mais próxima e mais constante, mas condicionada pelos aspectos socioculturais dos contextos em que se insere e dos sujeitos que a utilizam.

Enquanto espaço de produção cultural, a Internet, por lidar com um espaço virtual, desterritorializado, acentua uma cultura dispersa pelas suas redes e pontuada pela deslocalização do saber, em contraste com a cultura tradicional, herdeira de um saber uniformizado e estabelecido na linearidade do livro (relato verbal e/ou escrito).

2 Os novos modos de ver

O espaço e o tempo do saber baseado no impresso é diferente do espaço e do tempo a que os usuários da Internet cada vez mais se habitam:

“as metáforas centrais da relação com o saber são (...) hoje a navegação e o surfe, que implicam uma capacidade de enfrentar as vagas, os redemoinhos, as correntes e os

ventos contrários sobre uma extensão plana, sem fronteiras e sempre variável” (LÉVY, 2000. p.172).

A memória apelativa e compartimentada vai, aos poucos, dando espaço à interatividade da inovação, do fazer contínuo de textos que se (re)escrevem de acordo com as necessidades dos indivíduos.

Para Lévy (2000), a construção do conhecimento não se dá como um processo enciclopédico, “totalizável e adicionável”. É uma viagem de contínuos movimentos de avanços e recuos, de construção e reconstrução, de elaboração e seleção de informação, de interação com os outros.

Para mover-se entre esse imenso arquivo de informação que é a Internet, o usuário se utiliza de percursos pessoais advindos das características intrínsecas ao hipertexto. Landow afirma que “o hipertexto (...) implica um texto composto por fragmentos de texto – o que Barthes denomina de *lexias* – e os nexos eletrônicos que os conectam entre si” (1995, p.15). Na mesma linha, Lévy define-o como

um texto estruturado em rede (...) constituído por nós (os elementos de informação, parágrafos, páginas, imagens, seqüências musicais, etc.) e por ligações entre esses nós, referências, notas, apontadores, “botões” que sinalizam a passagem de um nó ao outro (LÉVY, 2000. p.61).

O hipertexto possui características que permitem o jogo da exploração, induzem o usuário numa sucessão de processos associativos e argumentativos que o conduzirão à elaboração de novos ferramentais cognitivos.

Para Lévy, se o livro impresso trouxe a “possibilidade de folhear, de acesso não linear e seletivo ao texto, de segmentação do saber em módulos, de ramificações múltiplas a uma infinidade de outros livros graças às notas de pé de página e às bibliografias” (1994:44), o hipertexto vai proceder alterações importantes nessa relação refletidas imediatamente no processo de aprendizagem, de apreensão e representação de mundo. Este processo de aprendizagem, mais próximo do da vida real, afasta-se do “saber de cor” e aproxima-se da “memorização a longo prazo” (LÉVY, 1994).

Os novos modos de perceber e, especialmente, *vero* mundo, a partir do advento de novas mediações, estruturas comunicacionais, a exemplo da Internet ainda são pouco discutidos. Há uma tendência a se discutir as possibilidades de desenvolvimento tecnológico e as possíveis aplicações da nova tecnologia sem, na maioria dos casos, fazer as reflexões necessárias para a compreensão dos rumos que estamos dando à sociedade e às formas de representação de mundo.

Assim, será preciso (re)constituir o processo evolutivo da imagem, enquanto forma de comunicação mediatizada, buscando um entendimento do novo protagonismo que esta assume na busca dos referenciais da sociedade moderna.

A representação de mundo, mediatizada pelas novas tecnologias, pode ser estudada a partir uma de suas várias possibilidades, como no nosso caso, nas páginas e sites de jornais online. Nosso foco porém, volta-se para o fotojornalismo na Web, pois

a fotografia é destacadamente o recurso mais empregado, permitindo constatar que as potencialidades

multimidiáticas oferecidas pelo suporte digital para a construção da narrativa jornalística segundo um formato convergente - com o áudio e o vídeo - são usadas ainda de maneira muito limitada. Nas telas de abertura dos jornais observados não foi constatada a utilização de recursos multimídia. Além do texto, somente fotografias são usadas. Dos 44 jornais, apenas dois utilizam o áudio (*O Estado de São Paulo* e *A Tarde Online* -BA) e dois o vídeo em suas edições (*O Estado de São Paulo* e o *Jornal NH*, de Novo Hamburgo, RS). Simulações não foram encontradas em nenhuma publicação. Gráficos, figuras, tabelas e animações aparecem de forma secundária. (PALÁCIOS & MIELNICZUK, 2001. p.10)

A fotografia empregada na Web, como recurso de narrativa jornalística, que inclui a possibilidade de uma maior interatividade, de personalização e memória decorrentes diretas das características da própria Internet é um elemento multimídia passível de ser utilizado na webnotícia. Segundo Canavilhas (1999), “a imagem colhida no local do acontecimento (...) a verdade da imagem recolhida no local empresta à notícia uma veracidade e objectividade maior do que a simples descrição do acontecimento” (CANAVILHAS, 1999. p.05)

Não podemos dizer que há diferenças fundamentais entre a imagem fotográfica empregada na Web e a usada no jornalismo impresso. A imagem fotográfica na Web, assim como no impresso, em certas ocasiões assume o papel de texto autônomo. A imagem

jornalística, deve prescindir de uma legenda ou um texto escrito cuja função é contextualizadora. Isto é, é regra do fotojornalismo, indiferentemente do suporte, que a imagem produzida seja legível e compreensível.

“Mas no caso da imagem informativa, é evidente que esta desperta curiosidade e incerteza e, por isso, o espectador/leitor recorre ao comentário verbal.(...) Toda a representação da imagem informativa se constrói em torno de um discurso retórico com as suas próprias regras de funcionamento (mostrar a causa a partir do efeito, mostrar a parte pelo todo, produzir redundância em detrimento da quantidade de informação semântica).” (VILCHES 1985. p. 175)

Talvez a grande diferença seja mesmo o suporte técnico destas imagens. No jornalismo online, as imagens fotográficas se aproximam dos *frames* da televisão / vídeo, resultado de milhões de *pixels* numa tela. No impresso, a imagem é resultado da ação físico-química da luz sobre milhões de grãos de prata (pontos). Se no impresso, o leitor tem em mãos a imagem, na Web o usuário perde parte da emoção transmitida, mas não perde o papel legitimador da imagem.

3 Jornalismo Online

Antes da criação da Web, alguns experimentos já se utilizavam das redes de computadores para a produção, e veiculação de material jornalístico. Será a partir dos anos 90, com a rápida evolução da Internet, que esta será utilizada como suporte para uma nova forma de

fazer jornalístico. Num primeiro momento, se fez a simples transposição dos padrões do jornalismo impresso para a Internet; num segundo, iniciam-se experiências novas, híbridos com construção de uma linguagem e modelos próprios. Num terceiro momento, aparecem sites e produtos exclusivos, pensados de forma mais apropriada para a Internet. Vale ressaltar que, de modo paradoxal, tais modelos não se bastam. Muito menos um substitui o outro, mas ao contrário, convivem harmoniosamente num universo ainda em construção.

Esta situação talvez derive do funcionamento descentralizado e quase caótico da Internet, que permite usos e apropriações variadas. No caso do jornalismo online¹, as diferentes experiências hoje se traduzem numa gama ampla de formatos e conteúdos variados. Assim vamos hoje das edições online dos jornais, com similares impressos, muitas vezes meras reproduções destes, passando pelos grandes portais, que agregam informação jornalística, serviços e entretenimento e chegando até aos portais locais, voltados para certas cidades ou regiões e que se concentram na oferta de conteúdos e serviços específicos.

Vários autores têm discutido as características do jornalismo online. Bardoel & Deuze (1999) apontam quatro características básicas: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimidialidade. Palácios (1999), estabelece um quinta: memória.

Os estudos desenvolvidos por grupos

¹ Jo Bardoel e Mark Deuze (1999), referem-se ao jornalismo online como a quarta espécie de jornalismo, uma espécie ainda híbrida, derivada do impresso, do rádio e da televisão, com características próprias mas ainda muito pouco discutidas.

latino-americanos como o Grupo de Jornalismo Online da FACOM - UFBA, e ainda em São Paulo por pesquisadores como Squirra e Lima Jr., entre outros também oferecem suporte para a reflexão de como estas características podem afetar a imagem jornalística veiculada na Web.

Para o nosso estudo, as características mais importantes são:

1. Interatividade - Bardoel e Deuze (2000) consideram que a notícia *online* possui a capacidade de fazer com que o leitor/usuário sinta-se parte do processo. Isto pode ocorrer pela troca de e-mails, colunas de 'opinião de leitores', fóruns de discussões, debates via chats... Entretanto, segundo Lemos, o correto não seria pensarmos em interatividade, mas em processos interativos. "Diante de um computador conectado à Internet e acessando um produto jornalístico, o usuário estabelece relações: a) com a máquina; b) com a própria publicação, através do hipertexto; e c) com outras pessoas - seja autor ou outros leitores - através da máquina." (LEMOS, 1997).
2. Customização do conteúdo / Personalização - é a possibilidade de personalização ou individualização, dos os produtos jornalísticos de acordo com os interesses individuais do usuário. Alguns sites permitem a pré-seleção de assuntos que interessam ao usuário. Estes assuntos é que serão carregados quando do acesso. Também se pode falar de personalização, quando um site oferece um banco de imagens como complemento a uma dada notícia. Dá-se ao usuário a possibilidade de escolher

quais imagens serão usadas como conteúdo da notícia, ou mesmo optar por uma único e novo registro visual.

3. Hipertextualidade - específica da natureza do jornalismo *online*, possibilita interconectar textos através de links. Bardoel e Deuze (1999) chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar para outros textos, como originais de *releases*, outros sites relacionados ao assunto, material de arquivo dos jornais, textos que possam gerar polêmica em torno do assunto noticiado, entre outros.
4. Multimídia / Convergência - No contexto do jornalismo *online*, multimídia, refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico (PALÁCIOS & MIELNICZUK, 2001). No caso específico do fotojornalismo na Web, tal multimídia avança os conceitos próprios da imagem jornalística e o uso desta, com a possibilidade de manuseio digital e mesmo da apropriação e mudança dos formatos pelo receptor.
5. Memória – a Internet amplia a possibilidade de acumulação de informações. A memória antes restrita ao cérebro e aos suportes técnicos tradicionais, passa a ser usada, recuperada e (re)construída de forma ilimitada. Como se trata de uma nova forma de lidar com o espaço/tempo, trata-se de uma memória de caráter múltiplo, instantâneo e cumulativo. A Web possibilita a utilização de um espaço praticamente ilimitado para o material noticioso, seja como texto,

seja como qualquer outro formato midiático, uma vez que o hipertexto não se traduz apenas no emprego de texto escrito, formal, mas também se refere a uma imagem ou som, gráfico, animação, vídeo,...

Partindo da idéia inicial de que o jornalismo online é sem dúvida, uma nova forma de jornalismo, uma nova narrativa adaptada à Web, e resultado da possibilidade de convergências/ multimídia que a Internet é capaz de oferecer, e, muito embora haja uma discussão acadêmica estabelecida em torno do uso de termos como *jornalismo online*, *jornalismo digital*, *webjornalismo*, emprego aqui, assim como Palácios (2002), os termos *jornalismo online*, *webjornalismo*, *jornalismo na Web* para denominar indistintamente as produções jornalísticas que utilizam como suporte a WWW (*world wide Web*) da Internet. Discussões à parte, o que deve ficar claro é que,

(...) se, para o jornalista, a introdução de diferentes elementos multimídia altera todo o processo de produção noticiosa, para o leitor é a forma de ler que muda radicalmente. Perante um obstáculo evidente, o hábito de uma prática de uma leitura linear, o jornalista tem de encontrar a melhor forma de levar o leitor a quebrar as regras de recepção que lhe foram impostas pelos meios existentes. (CANAVILHAS, 1999)

4 O Fotojornalismo na Web

Visto num sentido lato, o fotojornalismo caracteriza-se pela finalidade, pela intenção,

e não tanto pelo produto. Este pode estender-se das *fotografias unárias*², a que Barthes (1984) tanto se refere em sua obra póstuma, às reportagens mais elaboradas, partindo da fotodocumentação às fotos "ilustrativas".

Já numa visão mais específica, o fotojornalismo distingue-se e se afasta da fotodocumentação. Esta distinção reside mais na prática e no produto do que na finalidade. O fotojornalismo compreenderia tão somente as imagens do dia-a-dia, do cotidiano e de tragédias, e as fotos ilustrativas. Se diferenciaria também da fotodocumentação pelo método: enquanto o fotojornalista raramente sabe exatamente o que vai fotografar, como o poderá fazer e as condições que vai encontrar, o fotógrafo documental trabalha com projetos: quando inicia um trabalho, há um conhecimento prévio do assunto e das condições em que pode desenvolver o plano de abordagem do tema que anteriormente trouxe.

Essas distinções mereceriam novas reflexões quando tratamos da imagem, fotojornalismo na rede, online. Isto porque, além de se constituir um registro do cotidiano, em ilustração e/ou complemento de relatos ancorados na escrita, com a construção dos bancos de imagens, disponíveis virtualmente, as fotografias digitais também têm um uso como registro histórico e documentação, memória

O fotojornalismo na *Web* dá-se por dois meios. Como um procedimento analógico, baseado em *foto* → *scanner* → *Web* e, mais recentemente, com as evoluções da tecnolo-

² Para Roland Barthes, no fotojornalismo poderíamos inferir a existência de um campo formado por fotografias únicas que condensam uma representação de um acontecimento e um seu significado, as quais eles denominou "fotografias unárias", pois se bastam em si próprias.

gia digital, em um outro, mais rápido e dinâmico: *máquina* → *Web*. Neste segundo caso, a velocidade é fator fundamental e característica principal. Maior velocidade, maior número de imagens, menor custo e em menor tempo.

Estes procedimentos permitem uma velocidade de atualização quase em tempo real e recursos de memória ilimitados, principalmente com o emprego de bancos digitais de imagens. É uma evolução daquela fotografia descoberta por Niépce no início do século XIX.

Com a capacidade de arquivo dos bancos de imagem a possibilidade das reportagens terem não apenas uma imagem, mas várias, é quase ilimitada e, detalhe importante, com a eliminação dos custos extras: fotolitos, ampliações, etc.

Já não é mais somente o editor o responsável pela imagem que irá acompanhar o texto da reportagem. O leitor/ usuário, com um clique, pode escolher uma entre várias opções de imagem, visualizá-la em diferentes formatos, arquivar, copiar, enviar para outro internauta. E tudo isso quase em tempo real e sem custos adicionais e sem a necessidade de equipamentos sofisticados.

Para Walter Benjamin a fotografia, imagem fotográfica "*submete o único à reprodução – contribuindo para a derrocada da 'aura' e multiplica as possibilidades de percepção do semelhante*" (BENJAMIN, 1985). No caso do acervo fotográfico disponível na rede, especificamente nas páginas de jornais online, essa multiplicação seria ainda maior, bastando apenas um clique, não do equipamento fotográfico, mas do mouse ou teclado. Benjamin vislumbra as imagens visuais (fotografias) como uma sucessão de *agoras* ou do instantâneo que contrai o passado e fu-

turo, e reconhece que uma imagem será sempre um paradoxo: “*transitoriedade e reprodutibilidade*”.

Clifford(1988) e Burnet(1995), ressaltam a importância de se dedicar mais atenção aos significados culturais colocados pelas imagens, e também às formas como a produção e a leitura dessas imagens são mediadas. As imagens visuais, ainda que isso pareça à princípio uma redundância, parecem conter não somente mensagens, mas também alguns dos mapas necessários para compreender estas mensagens.

Outro fator importante no processo de comunicação que se estabelece na rede mundial de computadores é a universalidade da imagem já destacada por Squirra: “As fotografias estão fortemente presentes na vida do ser contemporâneo.(...) Fazem parte de nosso cotidiano e constroem nossa visão de mundo. (...) percebe-se a chegada de uma nova gramática visual no mundo ciberespacial” (SQUIRRA, 1999).

Estas questões se refletem não apenas na compreensão do espaço, características e papel do fotojornalismo, mas também nos levam a pensar como as características (memória, interatividade, personalização...) da Internet vão, de forma marcante, afetar a produção das imagens.

Partindo desse pressuposto, com o acesso às imagens e seu consumo em outro suporte, ainda que no caso da virtualidade esse termo careça de maior reflexão, seria necessário repensar os caminhos e roteiros, no mapeamento de cenas que se constroem no tempo, no que alguns conceituam como ciberespaço.

5 Bibliografia

- ADELL, Jordi (1997), *Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información*, in Revista electrónica de tecnología educativa. Espanha: <http://www.uib.es/depart/gte/revelec7.ht>, capturado em 12 de janeiro de 2003.
- BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. *Network Journalism*. Disponível em <http://home.pscw.uva.nl/deuze/pul19htm>.
- BENJAMIN, Walter. *Textos Escolhidos*. Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas*, volume I. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BURNETT, Ron. *Cultures of Vision: Images, Media and the Imagery*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1995.
- DIZARD Jr. Wilson. *A Nova Mídia, A Comunicação de Massa na Era da Informação*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Martins fontes, 2000.
- CÁDIMA, F. *Desafios dos Novos Média: A Nova Ordem Política e Comunicacional*. Lisboa: Editorial Notícias, 1999.
- CANAVILHAS, João Messias. *Considerações gerais sobre jornalismo na Web*. Comunicação apresentada no I Congresso Ibérico de Comunicação: 1999. Disponível em <http://bocc.ubi.pt>. Capturado em 12 de janeiro de 2003.

- CARDOSO, Gustavo. *Para uma sociologia do ciberespaço - comunidades virtuais em Português*, Oeiras: Celta Editora, 1998.
- CASTELLS, Manuel (2000), *A sociedade em rede*, vol.1, São Paulo, Paz e Terra.
- CLIFFORD, James. *The Predicament of Culture*. Cambridge: Harvard University Press, 1988.
- FELDMAN-BIANCO, Bela. LEITE, Míriam Moreira. *Desafios da Imagem*. Campinas: Papirus, 1998.
- GIDDENS, Anthony. *AS Conseqüências da Modernidade*. São Paulo: Editora da Unesp, 1991.
- HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 1993.
- HAVELOCK, Eric A. *The literate revolution in Greece and its cultural consequences*, Princeton, New Jersey, Princeton University Press, 1982
- HINE, Christine. *Virtual ethnography*, London: Sage Publications, 2000
- JOHNSON, Steven. *Cultura da interface - como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001
- LANDOW, George P. *Hipertexto – la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica. 1995
- LEMONS, André. *Sobre interatividade e interfaces digitais*. Disponível em : <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência - o futuro do pensamento na era da informática*, Lisboa, Instituto Piaget, 1994.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura - relatório para o Conselho da Europa no quadro do projecto “Novas tecnologias: cooperação cultural e comunicação”*, Lisboa: Instituto Piaget. 2000),
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações, Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.
- MIELNICZUK, Luciana. *Características e Implicações do Jornalismo na WEB*, trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM, Lisboa, 2001
- MOHERDAUI, Luciana. *Guia de Estilo na Web: produção e edição de notícias online*, São Paulo: Ed. SENAC, 2000.
- MOUILLAUD, Maurice & PORTO, Sérgio (Eds). *O Jornal da Forma ao Sentido*, Brasília: Paralelo 15, 1997.
- PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana. *Narrativa Jornalística e Escrita Hipertextual: considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web*. Trabalho apresentado no GT de Jornalismo do X Encontro Nacional da COMPÓS – Brasília, 2001.
- PALACIOS. Marcos. *O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?* Conferência proferida por ocasião do

- concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, Salvador, Bahia, em 21.09.1999.
- PALACIOS, Marcos. *Jornalismo Online, informação e memória*. Comunicação apresentada nas jornadas de Jornalismo Online. Porto: Universidade da Beira Interior, 2002.
- PALACIOS, Marcos. *Hipertexto, fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva*. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/modens.html>
- PARENTE, André. (org.) *Imagem e máquina, a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- SILVA JR. José Afonso. *Características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do Grupo Estado de São Paulo*. Salvador: Dissertação de Mestrado. Faculdade de Comunicação, UFBA, 2000.
- SQUIRRA, Sebastião. *Leitura da imagem: fotografia e TV*. Paper apresentado na 8ª Jornada Nacional de literatura. Passo Fundo (RS): Universidade de Passo Fundo, 1999.
- SQUIRRA, Sebastião. *Jorn@lismo online*. São Paulo: CJE/ECA/USP, 1998.
- SQUIRRA, Sebastião. *O Jornalismo do futuro*. In: Revista Comunicação e Sociedade. N.º 28. São Paulo: UMESP, 1997.
- TOFFLER, Alvin, *A terceira Onda*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira (1984)
- VILCHES, Lorenzo. *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Barcelona: Ed. Paidós, 1984.
- VILCHES, Lorenzo. *La televisión: los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Ed. Paidós, 1999.
- WOLTON, Dominique, *E depois da Internet? – para uma teoria crítica dos novos médias*. Lisboa: Difel, 2000.