

RELATO DE EXPERIÊNCIA

PORTO PARAHYBA: O WEBJORNALISMO ANCORA EM TERRITÓRIO LABORATORIAL, COLETIVO E MULTIPLATAFORMA

Luiz Manoel Pereira Filho; luiz.filho@academico.ufpb.br¹

Norma Maria Meireles Macedo Mafaldo; norma.meireles@academico.ufpb.br²

RESUMO

Este artigo relata a experiência de desenvolvimento do Porto Parahyba, um produto jornalístico digital e coletivo criado na disciplina Laboratório de Redação Jornalística: Impresso, Visual, Sonoro, Digital do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da UFPB. O projeto explorou o webjornalismo hipermediático e multiplataforma, unindo texto, fotografia, vídeo e áudio em um ambiente digital; buscou adaptar as práticas jornalísticas ao ciberespaço e potencializar características como multimídia e interatividade. A metodologia envolveu a criação coletiva, dividida por editorias de mídia, com foco em narrativas sobre o Centro de João Pessoa. O resultado foi uma revista digital hospedada em um website, demonstrando a aplicação prática de conceitos teóricos e o desenvolvimento de novas habilidades jornalísticas no ambiente digital.

PALAVRAS-CHAVE

webjornalismo. narrativas hipermediáticas; jornalismo multiplataforma; joão pessoa; laboratório.

1. INTRODUÇÃO

O processo de democratização do uso da internet alterou as dinâmicas, práticas, linguagens e ambientes no jornalismo. As reestruturações proporcionadas pelo impacto desta tecnologia levaram os jornalistas a desenvolverem novas habilidades a fim de se adaptar ao ciberespaço (Lévy, 2008). Ainda que estas alterações não sejam novidades, o jornalismo passou a ocupar este ambiente virtual de forma hipermediática (Scolari, 2008) e em diversas mídias e plataformas.

A possibilidade de unir várias mídias em um único produto jornalístico potencializou a capacidade de narrar e interpretar histórias, fatos e situações. O texto, comunica junto a fotografia, ao vídeo e ao áudio. Na ambiência virtual, as mídias

¹ Graduado em Jornalismo e Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (PPJ/UFPB).

² Doutora em Educação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Professora associada do Departamento de Comunicação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

necessitam estar interligadas, seus limites e bordas se encontram em uma espécie de gaseificação; as margens e delimitações não são mais sólidas ou líquidas. A informação ganhou novas propriedades, a expansão e ocupação de todo este ambiente digital em formatos híbridos, novos e convergentes (Jenkins, 2008).

É neste recipiente digital que surge a Porto Parahyba³, um produto jornalístico digital e coletivo que organiza sua estrutura de forma hipermediática e multiplataforma. O objetivo deste artigo, então, é relatar a experiência do desenvolvimento deste produto, com seus desafios, dificuldades e, ao mesmo tempo, riqueza em dinâmicas, práticas, linguagens e na veiculação de histórias sobre o Centro de João Pessoa.

A Porto Parahyba surge a partir da disciplina “Laboratório de Redação Jornalística: Impresso, Visual, Sonoro, Digital”, ministrada pelos professores Dra. Norma Maria Meireles Macedo Mafaldo, Dra. Patrícia Monteiro Cruz Mendes e Dr. Paulo Fernando de Carvalho Lopes. Conforme a estrutura curricular do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, na qual é ofertada, trata-se de disciplina eletiva.

O conteúdo da disciplina envolve um conjunto de conteúdos teóricos próprios da prática jornalística, como a linguagem jornalística clássica e suas experimentações, a exemplo do jornalismo literário e o "New Journalism". Além de processos gráficos e de editoração, discutindo o design da informação; a linguagem jornalística em formatos audiovisuais, como rádio e telejornalismo; e o jornalismo online, destacando a interação e a convergência midiática.

A sala de aula, no período 2024.2, apresentava uma diversidade de alunos com diferentes habilidades, objetos de pesquisa e interesses no campo jornalístico. O primeiro questionamento que surgiu, para docentes e discentes, foi como desenvolver um produto que desse conta de abarcar a coletividade de saberes disponíveis para sua realização. O que reportar, como reportar, que estéticas e linguagens utilizar e onde veicular as histórias?

³ <https://portoparahyba.wixstudio.com/home/>

A partir destes questionamentos e das aulas expositivas e dialógicas, experimentou-se criar coletivamente. Uma variedade de ideias, tentativas e assimetrias no diálogo entre os discentes, docentes e possíveis fontes, trouxe fragilidades, angústias e silêncios, ao passo que surgiu também momentos de autonomia, alegria, vontade de fazer e experimentar.

A experimentação em um laboratório é o motor chave de descobertas. Nesta disciplina não foi diferente. A partir de experiências já realizadas, como a Web Rádio Porto do Capim, da UFPB, foi possível desenvolver novas formas de narrar territórios, corpos, mentes e histórias. Discussões sobre o futuro do próprio jornalismo e sobre a história e a realidade de diversas iniciativas jornalísticas dentro do ambiente acadêmico, dispararam nos alunos a vontade de criar algo vindouro, moderno e acessível.

O exercício da experimentação levou a turma de discentes a constituir equipes. As mídias foram as categorias utilizadas para essa distribuição, assim, foram criadas as editorias de digital, audiovisual e redes sociais, áudio, fotografia e texto. Em um processo de comunicação coletiva por meio da plataforma *WhatsApp*, cada grupo experienciou o planejamento, a escolha das pautas e temas de reportagens, e pelo *Google Meet*, reuniam-se todos os grupos para conversar sobre a linguagem, a humanização e os valores sociais das histórias a serem contadas.

Pela diversidade da realidade vivenciada pelos discentes, habitando bairros, cidades e estados diferentes, o objetivo de contar histórias do Centro de João Pessoa, percorreu habilidades coletivas, tanto em sala de aula como em momentos extra-sala, de produção conjunta, de auxílio mútuo, de planejamento em várias mãos. O desejo por aportar um futuro possível para o Centro, bairro que dá início à cidade de João Pessoa, mas que passa por um processo de esquecimento governamental, rico em narrativas de passado, presente e futuro fez sentir que havia a conexão de um propósito único.

Desta forma, este artigo se constrói como um ancoradouro, ainda que sumariado, das experiências vividas ao percorrer o leito deste rio de produção coletiva. Em um primeiro momento, dedica-se ao jornalismo no ambiente digital, conceituando o Webjornalismo, possibilitante de um jornalismo multiplataforma e

hipermidiático; em um segundo momento, apresenta-se a produção do Porto Parahyba, entre identidade visual, editorias, website e produtos. Por fim, pautam-se algumas considerações sobre a experiência, o ensino e a prática do jornalismo nesta disciplina laboratorial.

1.1 O jornalismo no ambiente digital

O jornalismo, como fruto de seu tempo, sempre se ligou às mudanças tecnológicas. O surgimento da prensa, da energia elétrica, do telefone, do rádio, da fotografia, da televisão, dos computadores e da internet foram alterando as formas do jornalismo produzir, distribuir e acessar informação.

Na sociedade atual, as redes passam por uma estrutura cabeada, submersa nos oceanos, conectando as pessoas, mercados, produtos, serviços, e as próprias formas de comunicação; o que gerou novos ecossistemas midiáticos que ultrapassam fronteiras em uma velocidade até difícil de processar pela mente humana.

As relações entre o jornalismo e a internet deram origem a diferentes definições sobre esta nova prática. Termos como jornalismo digital, ciberjornalismo, jornalismo on-line e webjornalismo tem sido utilizados na tentativa de descrever o jornalismo produzido, consumido e pensado em rede.

Em três décadas, o webjornalismo (Canavilhas, 2007), ou jornalismo produzido exclusivamente para a web, passou por diversas implicações como o surgimento de edições online de jornais, a incorporação de recursos multimídia nos conteúdos de notícias, alterações na escrita, novos públicos e plataformas (Mielniczuk, 2003). O leitor passou a ser um ator importante na nova dinâmica, interagindo e produzindo conteúdo e comentários a partir da prática jornalística, podendo até mesmo pautá-la.

A adaptação do profissional jornalista para o uso da internet inaugurou modos de pensar, produzir e distribuir informações. As novas características vão em direção a: 1) multimídia, 2) interatividade, 3) hipertextualidade, 4) personalização, 5) atualização e 6) memória (em bases de dados), como apontado por Bardoel e Deuze (2001) e Palacios (2002). No entanto, “[...] as características do Jornalismo na Web aparecem majoritariamente como continuidades e potencializações e não,

necessariamente, como rupturas com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores” (Palacios, 2002, p. 5).

Nesse momento, na intenção de potencializar estas características e a aproximação com público, o jornalismo passa a aderir a conhecimentos de outras áreas como o Webdesign. A identidade visual, a diagramação da página, a disposição das diferentes mídias em um mesmo produto, a acessibilidade do conteúdo, a experiência de navegação, o tempo de carregamento de uma página web, tudo passa a fazer parte da construção da notícia, para além de auxiliar no contexto e na profundidade das narrativas.

Na última década, o webjornalismo ganha mais fortemente as redes sociais digitais como plataforma de produção e consumo de informação. As características introduzidas pelos portais e blogs jornalísticos crescem de maneira exponencial. A notícia nunca foi tão interativa, consumível, compartilhável, ligada a outras notícias, a links, hipertextos, hiperlinks⁴, customizável, personalizável, personificada, atualizada instantaneamente, gerando cada vez mais dados.

Na web, o site e as redes são parte de uma mesma lógica de produção de notícia, as redes levam ao site, ao mesmo tempo que o site pauta as redes, e é pautado pelas redes, apesar de cada um funcionar também de maneira independente. A convergência é a realidade da prática jornalística. Além disso, consumir notícia quando, onde e como você quer, sob demanda, passa acontecer pelo uso de diferentes dispositivos como os smartphones, os tablets, as smartvts, as assistentes virtuais. O jornalismo não é só em rede, mas é também móvel.

Assim, a telejornalismo, o radiojornalismo, e até mesmo o webjornalismo se transforma continuamente. Novos formatos, gêneros e linguagens se aproveitam do fazer característico do jornalismo, na informação, na interpretação, entretenimento, opinião e utilização cotidiana, para compor os discursos que ganham as telas e ouvidos do público.

⁴ [...] a soma de hipertexto e multimídia. A dimensão interativa está presente no próprio conceito de hipertexto - para navegar, é preciso interagir - e a digitalização, como já indicamos, é uma propriedade transversal e básica das novas formas de comunicação. Em outras palavras, falar de comunicação digital ou interativa é [...] o mesmo que dizer comunicação hiperlink. (Scolari, 2008, p.119, tradução nossa)

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e público. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. [...] Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. (Jenkins, 2008, p. 41)

Gêneros como o podcast passaram a ser produzidos pelo jornalismo, uma tecnologia em áudio que permite a distribuição, recepção e escuta de conteúdos produzidos sob demanda (Bonini, 2020). Outros formatos como os reels, os webstories, os tiktoks, vídeos e imagens de curta duração também fazem parte da produção de notícias atualmente.

Ao estarmos imersos nesta realidade gasosa, hipermidiática e multiplataforma, com diferentes gêneros, formatos e linguagens, a serem consumidos instantaneamente e sob demanda, o desenvolvimento do Porto Parahyba foi a alternativa escolhida para habitar o ambiente virtual. Os discentes do mestrado praticaram o desenvolvimento de diferentes produtos jornalísticos, em vídeo, texto, fotografia, áudio e webdesign, que consumaram em um produto final. Assim nasce “uma revista digital, que explora a pluralidade do fazer jornalístico, conectando histórias, culturas e perspectivas que atravessam as ruas” do Centro de João Pessoa, conforme posto em seu editorial de lançamento.

Antes de tudo, este é um produto jornalístico, ainda que realizado na internet, em seu website e no Instagram, a construção destes produtos foi procedido de práticas próprias da profissão, como a apuração, o desenvolvimento de pautas, de entrevistas, visitas aos locais reportados, reportagem e verificação de dados. O auxílio de tecnologias para construção coletiva, como o WhatsApp, o Google Meet e o Google Drive para organização, planejamento e execução, foi o caminho encontrado para a realização deste desafio. A seguir, delineamos melhor o processo de produção.

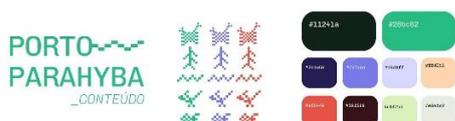
2. A EXPERIÊNCIA DO PORTO PARAHYBA

Diante da tarefa de criar um produto jornalístico coletivo, multiplataforma e hipermidiático, se impõe um desafio. Por isso, o processo de desenvolvimento do Porto Parahyba foi realizado em quatro etapas. A primeira foi o fio coerente entre os

produtos, após algumas discussões em grupo em sala de aula e pelo *WhatsApp*, ficou decidido abordar as diferentes temáticas latentes do Centro e Centro Histórico de João Pessoa, assim foi criada a identidade do projeto. O nome surge da junção da história de produtos jornalísticos criados a partir do PPJ, a Web Rádio Porto do Capim, com o nome histórico da cidade de João Pessoa, Parahyba, remetendo ao nascimento desse local.

Escolhido o nome, partimos para a criação da marca e de toda identidade do Porto (figura 1). A marca Porto Parahyba Conteúdo simboliza um espaço de construção coletiva e conexão com elementos urbanos e naturais da paisagem do Centro de João Pessoa. A paleta de cores representa uma identidade visual que é equilibrada, inovadora e conectada tanto à tradição quanto ao futuro. Os tons naturais e terrosos reforçam a ligação com o meio ambiente e a história local, enquanto os tons vibrantes e modernos trazem energia e renovação. Utilizar a fonte Chivo Mono como a principal tipografia da marca traz a clareza e a modernidade. Além disso, incorporar elementos naturais pixelizados como o caranguejo, a garça, as raízes do mangue, o peixe e a onda simbolizam a transição do Centro para o digital.

FIGURA 1 - IDENTIDADE VISUAL DO PORTO PARAHYBA



Fonte: Acervo do projeto.

A segunda etapa foi a da divisão em editorias por mídias. A editoria Digital foi compartilhada por dois discentes, que pensaram a identidade, o editorial, e o webdesign do site do projeto, além de desenvolverem uma espécie de edição geral dos produtos criados, revisando e adaptando ao ambiente das redes. Para cada uma das outras editorias, foi designado um editor-chefe para coordenar e gerir as produções de conteúdo e informação. A editoria de audiovisual e redes foi compartilhada por três discentes, elas ficaram responsáveis por criar conteúdo em vídeo para as redes sociais, além de gerenciar o Instagram⁵ do Porto Parahyba, com postagens que levassem o

⁵ <https://www.instagram.com/portoparahyba/>

público a consumir os produtos e compreender melhor o projeto. A editoria de áudio foi compartilhada por seis discentes; a tarefa desta editoria era criar um produto em áudio para integrar o projeto multiplataforma. O produto escolhido foi o podcast, e assim nasceu o Parahypod⁶. A editoria de Texto foi compartilhada por quatro discentes, que deveriam criar reportagens multimídias sobre diferentes contextos vivenciados no Centro. Por fim, na busca por integrar todos os discentes da disciplina neste projeto, criou-se uma editoria de Fotografia para ilustrar as paisagens urbanas do local.

No quadro abaixo é possível visualizar os conteúdos produzidos, entre reportagens, fotografias e episódios do podcast produzidos para cada uma das editorias:

TABELA 1: CONTEÚDOS PRODUZIDOS COM SEUS RESPECTIVOS AUTORES E EDITORIAS

TÍTULO	AUTOR(A)	EDITORIA
Território de memórias e muitas histórias	Carolina Pacheco e Kéthuly Góes	Texto
O que prevê o “Viva o Centro”	Kéthuly Góes	Texto
Declínio econômico mobiliza vereadores	Carolina Pacheco	Texto
História, resistência e cultura: Casarão dos Azulejos, em João Pessoa, renascerá como Museu da Diáspora Negra	Erickson Nogueira	Texto
Catolicismo e memória: o legado religioso no Centro Histórico de João Pessoa	Felipe Bezerra	Texto
Parahypod #1 - Centro: origem de histórias, berço de memórias	Lukas Santiago	Áudio
Parahypod #2 - Perfil de Fábio Rodrigues	Cris Honório	Áudio
Parahypod #3 - Perfil de Fernando Trajano	Lucas Freitas	Áudio
Parahypod #4 - Perfil de Iran Félix	Camilla Barbosa	Áudio
Parahypod #5 - Perfil de Ramón Suárez	André Firmino	Áudio

⁶ <https://open.spotify.com/playlist/2CdSPH3yHnmCdzfQSpDeM?si=LFyxNVZoSTmSTYJz1ZY8XA>

Apresentação da Porto Parahyba	Beatriz Viana, Gabriella Loiola e Larissa Duarte Soares	Audiovisual e Redes
O que conhecer no Centro Histórico	Beatriz Viana, Gabriella Loiola e Larissa Duarte Soares	Audiovisual e Redes
Afroturismo	Beatriz Viana, Gabriella Loiola e Larissa Duarte Soares	Audiovisual e Redes
Reportagem sobre as memórias e as muitas histórias	Beatriz Viana, Gabriella Loiola e Larissa Duarte Soares	Audiovisual e Redes
Galeria: Histórias em cada esquina do Centro de João Pessoa	George Diniz	Fotografia
Chegada do Porto Parahyba	Beatriz Viana, Gabriella Loiola e Larissa Duarte Soares	Audiovisual e Redes
A marca do Porto Parahyba	Beatriz Viana, Gabriella Loiola e Larissa Duarte Soares	Audiovisual e Redes
Primeiro episódio do Parahypod	Beatriz Viana, Gabriella Loiola e Larissa Duarte Soares	Audiovisual e Redes
Segundo episódio do Parahypod	Beatriz Viana, Gabriella Loiola e Larissa Duarte Soares	Audiovisual e Redes
Reportagem sobre o Casarão dos Azulejos	Beatriz Viana, Gabriella Loiola e Larissa Duarte Soares	Audiovisual e Redes
Editorial - O Porto é Expansão	Lara Brito e Luiz Filho	Digital

Fonte: Os autores.

Em cada um dos conteúdos produzidos, tentou-se desenvolver um jornalismo responsável e compromissado com a memória e o sonho, os direitos humanos e dos não-humanos, construindo um produto que registre histórias e conteúdos de maneira atemporal. Cada editoria de dividiu e geriu sua produção autonomamente, com direcionamentos de abordagens humanizadas e sensíveis às vivências presentes no Centro. As reportagens trazem histórias e buscam respostas sobre as inquietações junto às autoridades, os episódios dos podcasts contam sobre pessoas que vivem e

articulam ações no Centro, as redes e o audiovisual trazem para a linguagem dos vídeos curtos o turismo e cultura presentes no Centro. Além disso, a fotografia apresenta ângulos, enquadramentos, cores e luzes que refletem o cotidiano no local.

Estes conteúdos desembocam na terceira etapa, a construção do site (figura 2) que hospeda o que foi produzido. A plataforma foi pensada para transportar o Centro para o ambiente digital. Ela é um convite para conhecer as histórias de vida e luta neste lugar. As informações estão dispostas de forma interativa, e cada clique leva a conhecer o leito do rio informacional que nos trouxe até aqui.

A plataforma escolhida para hospedagem do site foi o Wix Studio, uma ferramenta de desenvolvimento para a web, que não exige programação ou códigos, o que facilita o design das páginas. Com a identidade visual concebida, ficou mais fácil desenvolver e diagramar cada uma das abas. Escolhemos, então, a organização e estrutura do site, que contém 5 abas: a página inicial; a aba O Porto, que traz o editorial, a missão e a visão do projeto; a aba A Gente, que apresenta todas as pessoas que participaram da construção do produto; a aba O Conteúdo, onde é possível encontrar o que foi produzido pelos discentes; e a aba O Acervo, que relembra as produções da Web Rádio Porto do Capim.

O estilo de design escolhido para o site foi o Bento Design. Inspirado em caixas japonesas, este estilo traz clareza e facilita a leitura e o uso por se basear em cartões e layouts de grade, onde as informações são apresentadas em seções ou contêineres. As animações também foram outro recurso utilizado para criar movimento no site, simbolizando o cotidiano no centro da cidade. A interatividade com os botões foi facilitada na organização do site, e há uma seção que permite o envio de pautas pelo público.

FIGURA 2 - PÁGINA INICIAL DO SITE DO PORTO PARAHYBA



Fonte: Website do Porto Parahyba.

Com o site publicado, passamos para a quarta etapa, que foi a da divulgação do material por meio das redes sociais. Durante o processo de produção, a coletividade mais uma vez se fez presente. A cada entrevista e visita eram feitos registros em fotos e vídeos para facilitar o trabalho nas redes. Foi criado também um calendário de postagens para facilitar a organização do perfil do Instagram.

Coletividade, autonomia, criatividade, tecnologia e um olhar sensível para o Centro de João Pessoa permitiram superar as dificuldades no desenvolvimento deste projeto. As múltiplas habilidades dos discentes possibilitaram criar algo moderno, jovem, mas preocupado com um jornalismo responsável e humanizado, que perdure e que se reinvente.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência de se criar algo a partir de muitas mãos nos remete a algumas conclusões. A vontade de fazer dar certo é um motor importante na construção de produtos coletivos; a dinâmica de mestrado profissional, em que boa parte dos discentes trabalham e dividem seu tempo com as atividades acadêmicas, foi facilitada exatamente pela autogestão e compartilhamento das ações e atividades entre as editorias.

O domínio tecnológico pelos jornalistas e discentes é outro ponto importante. É esperado que o jornalista dos anos 20 do século XXI seja multitarefa e atue em diferentes plataformas. Este projeto é um bom exemplo disso. As habilidades utilizadas aqui reforçam uma atuação dinâmica em diferentes mídias, áreas do conhecimento como edição de imagem, som e webdesign, além de habilidades de gestão de equipes, algo que por vezes, fica fora da formação do jornalista.

A produção de conteúdo apresentou novas linguagens, formatos, gêneros e práticas jornalísticas que se distinguem pelos modelos de produção atuais, seguindo regras que se impõem nas redes, mas aproveitando as brechas digitais para alcançar outros públicos como as legendas de vídeos em outros idiomas.

É verdade que o resultado do Porto Parahyba não poderia ser tão feliz, tanto do ponto qualitativo como do quantitativo. Em apenas um mês, conseguimos produzir diversos conteúdos, criamos um site, uma identidade visual, comunicamos nas redes



sociais, nos fizemos vistos e ouvidos pelos produtos integrantes da plataforma digital. Fizemos ecoar uma voz esquecida, não apenas em João Pessoa, mas em diversas capitais do Brasil e do mundo. O Centro é onde o coração da cidade bate, apesar das dificuldades enfrentadas, ele segue vivo e cheio de muitas outras histórias que ainda não chegaram ao Porto Parahyba. Que as vozes ecoem e se amplifiquem e que o Porto Parahyba siga sendo um local para receber cada uma delas.

REFERÊNCIAS

- BARDOEL, J.; DEUZE, M. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. **Australian Journalism Review** 23, n. 2, 2001.
- BONINI, T. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. *Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG*, v. 11, n. 01, p. 13-32, jan./abr. 2020.
- CANAVILHAS, J. “Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada”. In: BARBOSA, S. (Org.) **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Coleção Estudos em Comunicação. Covilhã: LabcomBooks, 2007.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- LÉVY, P. (2008). *A revolução contemporânea em matéria de comunicação*. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 5, n. 9, p. 37-49, 2008a.
- MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. 246 f. Tese (Doutorado)–Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.
- PALACIOS, M. **Jornalismo Online, Informação e Memória**: Apontamentos para debate. Trabalho apresentado durante as Jornadas de Jornalismo Online, 21 e 22 de junho de 2002, Universidade da Beira Interior, Portugal.
- SCOLARI, C. **Hipermediaciones**: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Editorial Gedisa, 2008.