

Especial “A Fé Que Move Mariana”¹

Stênio Henrique LIMA²

Eduardo MOREIRA³

Felipe Passos MACEDO⁴

Jan Alyne Barbosa e SILVA⁵

Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG.

RESUMO

Esse trabalho sistematiza os processos produtivos de um especial jornalístico em multimídia e hipermídia intitulado “A fé que move Mariana”, vinculado à disciplina “Webjornalismo”, oferecida atualmente no 3º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto. O produto deriva de práticas de apuração, circulação, produção e edição de conteúdos através de ferramentas colaborativas e de um sistema de gerenciamento de conteúdos intitulado Jux, a partir dos quais instaura-se um ambiente de experimentação para o desenvolvimento de produto, linguagens e (meta)narrativas pensadas segundo algumas das especificidades do jornalismo praticado na, para e através da Web.

PALAVRAS-CHAVE: Webjornalismo; produto; hipermídia; multimídia.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho descreve o processo produtivo de um especial em multimídia e hipermídia intitulado “A fé que move Mariana”, durante o período 2013.2, vinculado à disciplina de 60 horas, “Webjornalismo”, da Universidade Federal de Ouro Preto, sob a orientação da Profa. Dra. Jan Alyne Barbosa e Silva.

Ao contrário de dinâmicas de trabalho anteriores, em que os alunos eram divididos por equipes para desenvolver produtos com temáticas diferenciadas (SILVA et al, 2013), optamos por continuar com a modalidade didática “trabalhos por projetos” (ICOD, 2006), porém, envolvendo os alunos de toda a turma para elaborar um único produto com diferentes subtemas.

A escolha do tema se deu em função do ineditismo do tema, para além da forte religiosidade constitutiva da identidade Marianense, evidenciada pelas tradições e festividades religiosas que ocorrem na cidade, bem como pelo seu contexto histórico, social e cultural, como foi possível observar por ocasião do desenvolvimento do produto.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Website (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso Jornalismo, email: steniohlimas@gmail.com.

³ Estudante do Xº. Semestre do Curso Jornalismo, email: eduardoh.moreira3@gmail.com.

⁴ Estudante do Xº. Semestre do Curso Jornalismo, email: felipepmacedo@hotmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Jornalismo, email:janalyne@gmail.com.

2 OBJETIVO

O desenvolvimento deste especial tem por objetivo promover um ambiente de experimentação de novos processos e modelos produtivos jornalísticos e colaborativos, que perpassam o uso de ferramentas de monitoramento, apuração, produção, edição e circulação de conteúdos em hipermídia e multimídia pensados segundo as especificidades dos ambientes da Web.

De modo geral, a disciplina visa a: 1) Proporcionar aos alunos o conhecimento sobre as principais características e especificidades do jornalismo praticado na Web, as fontes e os principais recursos on-line, com o objetivo de apurar, armazenar, produzir, fazer circular e difundir informações jornalísticas; 2) Compreender as transformações por que passa as atividades concernentes ao jornalismo contemporâneo; 3) Praticar formas de escrita e de composição jornalística para a Web; 4) Experimentar e desenvolver modelos produtivos, produtos e linguagens para o jornalismo praticado na Web.

O planejamento e produção de um produto jornalístico digital em hipermídia e multimídia contemplam os objetivos elencados acima e serão especificados na seção de metodologia deste trabalho.

3 JUSTIFICATIVA

Considera-se importante instaurar um ambiente de experimentação de linguagens e narrativas sobre aspectos da religiosidade em Mariana, uma vez que este tema não havia sido contemplado de maneira ampla e aprofundado nos produtos laboratoriais do curso de Jornalismo da UFOP até então. É também uma forma de promover o contato dos alunos com esta realidade cultural, social e histórica, como eles próprios atestaram por ocasião do feedback concedido à professora/orientadora, no momento da avaliação dos processos de aprendizagem no final do semestre.

Aliado a isso, o especial em multimídia e hipermídia foi produzido com o objetivo de desenvolver um produto jornalístico digital, a partir de práticas colaborativas, caracterizadas pela cooperação, além do exercício de novas funções jornalísticas e modelos produtivos pautados pela apropriação de sistemas e ferramentas da Web.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para o desenvolvimento do produto, os alunos (repórteres multimídia) produziram um roteiro de planejamento com base em um modelo adaptado do livro de Bradshaw (2013), no qual é possível vislumbrar práticas pedagógicas e colaborativas para o desenvolvimento de produtos jornalísticos.

Em relação aos aportes teórico-conceituais, discutiu-se de forma aprofundada os princípios que caracterizam os novos media (MANOVICH, 2001), algumas das principais características do jornalismo praticado na e para a Web (PALACIOS, 2003), o emprego da multimídia (LONGHI, 2010, 2012; TEIXEIRA et. al., 2010; STEVENS, 2011 online), com atenção especial para as narrativas verticalizadas, o comportamento do usuário na Web, noções de usabilidade aplicada ao texto jornalístico na Web (FRANCO, 2009; NIELSEN apud FRANCO, 2009), densidade informativa, pirâmide invertida, deitada (CANAVILHAS, 2007) e por diferenciação tipográfica (FRANCO, 2006), estratificação da informação (FRANCO, 2009), narrativa não linear, redação hipertextual (CANAVILHAS, 2007; SALAVERRÍA, 2005; DÍAZ NOCI, 2011), redação e otimização para mecanismos de busca (FRANCO, 2009), divisão de funções, por ocasião da emergência de novos processos e práticas em jornalismo colaborativo (BRADSHAW, 2013) e das (meta)narrativas construídas a partir da concepção da Web como uma grande base de dados (MANOVICH, 2001).

O desenvolvimento do produto jornalístico digital incluiu a criação de “pautas” ou roteiros, baseados na formulação de hipóteses e fórmulas de investigação, divisão e reorganização de funções (BRADSHAW, 2013)⁶, na informação de proximidade, utilizando bases de dados, documentos oficiais ou notícias locais, fóruns de discussão, redes sociais, alternando entre fontes online e offline, a partir dos quais se pode definir diferentes enquadramentos, como ponto de partida para a criação de (meta)narrativas relacionadas ao tema principal do especial.

Discutiu-se também alguns tipos de estruturas hipertextuais, de modo a fornecer uma base conceitual para a construção de uma arquitetura de informação do produto jornalístico digital (DÍAZ NOCI, 2011; SALAVERRÍA, 2005).

A criação de reportagens hipertextuais foi acompanhada paulatinamente, de modo que o emprego dos links na (meta)narrativa fossem elaborados segundo um princípio

⁶ No processo produtivo do especial, a equipe pode exercitar funções de editor (um único membro da equipe que se concentra na história e que planeja os recursos e recortes para empregar as informações utilizadas), gerente de comunidade (aluno com foco na comunidade que está sendo trabalhada, tem por objetivo engajar-se na comunidade e procurar segui-la em redes sociais), jornalista de dados (focado na documentação, papéis, relatórios...), jornalista multimídia (tem o papel de filmar entrevistas, organizar podcasts, coletar imagens etc.) e o jornalista agregador de rede (pessoa responsável por manter o site funcionando enquanto as informações e abordagens vão sendo construídas).

lógico, ou seja, uma lógica sistemática de criação de coesão estrutural e semiótica, além do propósito discursivo dos links, a partir do qual se desdobra uma tipologia básica (DÍAZ NOCI, 2011).

Considera-se que as atividades de planejamento e desenvolvimento de um produto jornalístico digital é a que contempla o maior número de aspectos relacionados às competências digitais ligadas ao saber e ao fazer (Rede ICOD, 2006). Possibilitam a aplicação do conhecimento acumulado até então ao longo da(s) disciplina(s) direta ou indiretamente atreladas a tais atividades e são possíveis graças a discussão e aplicação de noções fundamentais ligadas ao sentido da narrativa multimídia, hipermídia, *crossmedia* e *transmídia* (LONGHI, 2010; LONGHI, 2012; SCOLARI, 2013; JENKINS, 2008), por meio da criação de produtos originais.

Além de um quadro conceitual básico ligado ao sentido de narrativa em multimídia, hipermídia⁷ (STEVENS, online, 2011; MACHADO, 2007; LONGHI, 2010; LONGHI, 2012), *crossmedia* e *transmídia* (SCOLARI, 2013; JENKINS, 2008), e a processos de apuração e produção de notícias baseados nas propriedades do jornalismo digital (BRADSHAW, 2013), acompanhou-se ainda uma série de tutoriais complementares⁸, a partir dos quais foi possível desenvolver uma espécie de planejamento do produto, no qual seus elementos constitutivos devem ser especificados e cujo tema principal esteja vinculado a algum aspecto da realidade religiosa de Mariana.

Importante também é mencionar que os alunos exploraram ainda, por meio de tutoriais, algumas das ferramentas para apuração, produção, circulação e consumo de conteúdos jornalísticos, disponibilizada numa base de dados alojada no Google Drive e atualizada continuamente ao longo do período⁹. além de uma diversidade de narrativas, linguagens e produtos jornalísticos digitais, a exemplo de (meta)narrativas, infográficos,

⁷ O termo especial em hipermídia e multimídia é polissêmico e sua precisão conceitual é inexistente. A flexibilidade e dinamicidade das narrativas hipermidiáticas e multimidiáticas na Web, caracterizadas pelo emprego da hipertextualidade, multimidialidade e interatividade (CANAVILHAS, 2007), admitem variedade quanto aos formatos, linguagens, gêneros e produtos jornalísticos, a exemplo das galerias de imagens, infográficos interativos, audioslides, entre outros. Questiona-se, por exemplo, se tais especiais seriam conteúdos adicionais ou pacotes completos de informação: “(...) por se tratar de uma imensa gama de formatos diferentes, que utilizam os recursos da hipermídia, como a interatividade, a multilinearidade e a adição de elementos multimídia, esse tipo de produto webjornalístico carece de uma definição mais apurada” (LONGHI, 2010, p. 151).

⁸ Alguns exemplos de manuais ou tutoriais dedicados ao planejamento e produção de especiais hipermultimidiáticos são: <<http://onlinejournalismblog.com/2012/08/21/how-to-get-started-as-a-multimedia-journalist/>>, <<http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/04/19/crea-tu-propio-especial-multimedia-con-wix/>>, <<http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/04/20/crea-tu-propio-especial-multimedia-con-wix-parte-ii/>>. Acesso em 15 de outubro de 2013.

⁹ <https://docs.google.com/spreadsheets/ccc?key=0Am5PPEyuBhCgdHBxeHQ0QkZkZWtLekRxTlgtU5HSkE&usp=drive_web#gid=0>. Acesso em: 26 de março de 2014.

mashups, podcasts, audioslides, webdocumentários, blogs, galerias de imagens, projetos de jornalismo colaborativo, projetos de *crowdsourcing*, dentre outros (as).

Mais especificamente, dedicamos uma atenção especial às narrativas verticalizadas, que têm sido amplamente utilizadas por grandes empresas jornalísticas nacionais e internacionais e que servem como referentes mais próximos ao produto que nos propusemos a desenvolver, a exemplo das narrativas criadas pelos profissionais vinculados ao *The New York Times*¹⁰.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Ao contrário de experiências anteriores (SILVA et al, 2013), nas quais equipes de até 5 pessoas desenvolviam produtos com temáticas distintas, desta vez, a produção do especial concentrou-se no planejamento e produção de um único produto integrado, dividido por sub-temas específicos ligados à temática da religiosidade em Mariana. A justificativa para tal procedimento deu-se em razão do aprimoramento da qualidade do produto, uma vez que potencializa um planejamento mais cuidadoso, divisão de funções e maior densidade informativa, a partir dos enquadramentos ligados ao tema principal, à medida que um maior número de repórteres e editores trabalha sobre ele.

Seguimos parte da sugestão de Bradshaw (2013), quando propõe uma subdivisão de funções em redações para o desenvolvimento de produtos digitais, a saber: 1) Gerentes de comunidades (2 alunos), responsáveis por promover o diálogo entre usuários na página oficial do produto no Facebook¹¹, configurando uma espécie de extensão do especial, com o objetivo de selecionar possíveis fontes, promover debates, gerar opinião sobre os subtemas ligados à religiosidade na cidade, monitorar temáticas semelhantes e dar visibilidade ao produto, bem como do Twitter e Youtube¹². 2) Repórteres multimídia (14 alunos), responsáveis por definirem os formatos informativos mais adequados para a construção das narrativas e proceder à coleta do material referente à pauta por ele também produzida. A pauta, por sua vez, se estende para além da especificação do tema, do encaminhamento e da

¹⁰ Ver os produtos premiados internacionalmente Tomato Can Blues <<http://www.nytimes.com/projects/2013/tomato-can-blues/>>, Snowfall <<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/?forceredirect=yes#/?part=tunnel-creek>>, a título de exemplo.

¹¹ <<https://www.facebook.com/afequemovemariana?fref=ts>>. Acesso em: 26 de março de 2014.

¹² <https://www.youtube.com/channel/Ucfl1_06KrZWnUQGruoE6mfQ?feature=watch>. Acesso em: 26 de março de 2014.

seleção de fontes. Ela também se configura como uma espécie de roteiro no qual são especificados os formatos informativos empregados e as ferramentas utilizadas, para além dos itens especificados acima. 3) Editores (5 alunos), responsáveis por pensarem a concepção das narrativas planejadas em pauta juntamente com os repórteres, coordenar e viabilizar sua equipe¹³, bem como a produção do material, editar o material e viabilizar a sua inserção no produto final. A concepção do produto final, por sua vez, é tarefa do 4) editor de interface (1 aluno), responsável por pensar as sequências narrativas do produto e a sua viabilização técnica.

O produto final é um especial multimídia e hipermídia intitulado “A fé que move Mariana” (<http://afequemovemariana.jux.com/>), que envolveu a participação de 23 alunos matriculados na disciplina Webjornalismo da UFOP no período 2013.2. Além das etapas de planejamento e execução, aliadas ao referencial teórico citado anteriormente, o desenvolvimento do especial perpassou a experimentação de modelos e processos produtivos e a divisão de funções estabelecidas segundo as especificidades da Web e de certa forma desvinculadas de modelos produtivos tradicionais do jornalismo.

A *home* do produto contém os links estruturais (menus) subdivididos em: “A cara da fé”; “Crer para ver”; “Diversidade religiosa” e “Fé, política e sociedade”. Elaboramos um quadro descritivo com o objetivo de sistematizar a estrutura das (meta)narrativas (subtemas), os formatos informativos empregados para cada uma delas, bem como as ferramentas utilizadas.

Menus principais	Matérias / Temas (em sequência)	Formatos informativos empregados	Ferramentas empregadas na construção das narrativas
A cara da fé, (elementos constitutivos da identidade religiosa marianense).	A tradição dos tapetes de serragem de Mariana, que integra parte das festividades da semana santa.	1) vídeo construído a partir de colagens de fotografias retiradas de sítios da Web, com a sua devida creditação e entrevista realizada com um dos coordenadores desta atividade; 2) matéria composta por texto verbal e fotos que compõem uma narrativa verticalizada sobre esta tradição e 3) infográfico que explica os passos para ajudar a fazer um tapete de serragem.	1) Google street view - usado para reconstruir o do caminho tradicional e o programa <i>Quicktime</i> (https://www.apple.com/br/quicktime) para a captação. 2 e 3) Criados dentro do Jux

¹³

Cada editor coordenou uma média de 4 pautas. Para verificar as funções desempenhadas pelos alunos, ver: https://docs.google.com/spreadsheets/ccc?key=0AoycPGxMsaBXdEVbDNTNXJCCwTjLXJPTI83Y2ZSU1E&usp=drive_web#gid=0

	A tradição dos sinos de Mariana	<ol style="list-style-type: none"> 1) matéria composta por texto verbal que explica a importância e a tradição dos sinos dentro da Igreja Católica; 2) uma crônica em vídeo, composta por imagens de arquivo e tiradas pela própria aluna, feita a partir de uma entrevista com dois sineiros¹⁴ da cidade e 3) Sequência de vídeos que explicam 5 toques diferentes de sinos 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 2) 3) Criadas dentro do Jux
	Seminário de Mariana: 263 anos de formação religiosa	<ol style="list-style-type: none"> 1) Texto introdutório sobre o assunto; 2) Linha do tempo em vídeo, constituída a partir de dados que contam a história do Seminário e 3) Infográfico que explica o processo de formação de um seminarista. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Criado dentro do Jux; 2) Prezi (prezi.com) usado para a construção de uma linha do tempo, a fim de construir uma sequência de fatos e dados, incorporado em formato de vídeo. 3) Criado pelos alunos e hospedados no Jux
	Semana Santa	<ol style="list-style-type: none"> 1) Infográfico que indica os oito principais acontecimentos da Semana Santa em Mariana. Composto por texto verbal e imagens de anos anteriores, devidamente creditadas; 2) Vídeo construído por recortes de entrevistas feitas com fiéis, colaboradores e um dos padres responsáveis pela produção da Semana. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) A ferramenta usada foi o Thinglink (thinglink.com) nele o leitor tem a possibilidade de conhecer por texto verbal, fotográfico e audiovisual, de maneira não sequencial, cada um dos acontecimentos.
Crer para ver (Demonstrações de fé e milagres conhecidos na cidade.)	Em que posso lhe ajudar?	<ol style="list-style-type: none"> 1) Texto introdutório sobre a vida de Dom Luciano de Almeida, arcebispo de Mariana. Linha do tempo verticalizada composta por texto verbal e imagens; 2) Vídeo construído a partir de dados com os passos para se tornar um santo, em função da beatificação de Dom Luciano; 3) Vídeo com entrevistas com Padre Paulo Barbosa, que conviveu com o arcebispo e 4) Texto verbal que levanta a questão atual do processo de beatificação de Dom Luciano, fazendo uma linkagem com um vídeo da Tv Comunidade; 5) Texto verbal (frase de Dom Luciano) acompanhado de uma imagem do arcebispo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Criado dentro do Jux 2) Prezi (prezi.com) usado para a construção de uma sequência de pontos/passos, incorporado em formato de vídeo. 3) Vídeo produzido e incorporado ao Jux; 4) Criado dentro do Jux; 5) Criado dentro do Jux.
	Fiéis que alcançaram graça	<ol style="list-style-type: none"> 1) Texto introdutório sobre o tema tratado nos dois vídeos seguintes; 	<ol style="list-style-type: none"> 1, 2 e 3 - Criados dentro do próprio Jux

14

Em 2009, o ofício de sineiros em Minas Gerais foi registrado como Patrimônio Imaterial Nacional, pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan).

		<p>2) Vídeo com entrevista com fiel, morador de Mariana, que alcançou a fé após de provação e</p> <p>3) Vídeo com entrevista com pai de criança que se salvou de acidente, após ter visto Jesus, segundo ele.</p>	
<p>Fé em todas as crenças (Apesar de ser tradicionalmente reconhecida como símbolo do catolicismo, Mariana abriga também outras demonstrações)</p>	Do outro lado	<p>1) Texto introdutório que apresenta Mariana como um esponente não só da fé católica. No texto verticalizado, apresenta:</p> <p>1.1) o perfil de Sancho José Pereira, benzedor marianense;</p> <p>1.2) peça em texto verbal, que conta a história de Lalau, praticante da Umbanda, tratando do sincretismo religioso;</p> <p>2) Vídeo produzido com trechos da entrevista com Lalau e uma demonstração das orações que faz no terreiro.</p>	1 e 2 - Criados dentro do próprio Jux
	Grupo de Oração Universitário	<p>1) Texto introdutório sobre o “GOU”;</p> <p>2) Vídeo composto por imagens do grupo reunido em um momento de adoração.</p>	1 e 2 - Criados dentro do próprio Jux
	Comunidade evangélica - Um outro lado da fé	<p>1) Texto verticalizado, acompanhado por fotos feitas em um culto da igreja Assembleia de Deus, destacando frases e passagens bíblicas;</p> <p>2) Vídeo produzido em culto da Igreja Assembleia de Deus, em 26 de janeiro de 2014, onde os pastores Davi Roque e Geraldo Nunves trabalham a palavra do Semeador;</p>	
	Debate entre ateus e religiosos de Mariana	<p>1) Texto verbal que abre o tópico e levanta a questão da não-crença;</p> <p>2) Peça em áudio com o debate entre ateus e religiosos de Mariana, na íntegra.</p>	<p>1) Criado dentro do Jux;</p> <p>2) Uso da plataforma online soundcloud, usado para a publicação de áudios (https://soundcloud.com/)</p>
<p>Fé, política, sociedade e Educação (Relação entre religião e as políticas públicas no cenário marianense)</p>	Quando religião e política se cruzam	1) Texto verticalizado, acompanhado de imagens, tratando de como a política, ainda hoje, é influenciada pela religião;	1) Criado dentro do Jux
	Trabalho desenvolvido pela Casa Espírita Irmão Horta	1) Texto verticalizado, acompanhado de imagens, tratando da presença da seita Espírita em Mariana e do trabalhos social desenvolvido por eles.	1) Criado dentro do Jux
	A Religião nas Escolas	1) Texto verticalizado, acompanhado de imagens retiradas da internet, sobre a influência da religião na educação	1) Criado dentro do Jux

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O produto jornalístico digital em questão foi desenvolvido com o objetivo de estimular e instaurar um ambiente de experimentação e de inovação no que diz respeito ao desenvolvimento de um produto jornalístico digital, em que formatos narrativos pudessem ser criados a partir da hibridização de linguagens e formatos.

Além disso, podemos dizer que o ambiente de experimentação se estendeu em relação à instauração de modelos e processos produtivos pensados segundo algumas especificidades da Web, em que as ferramentas, plataformas, produtos e narrativas condicionam e são condicionados por processos de apuração, composição, edição, circulação e distribuição de conteúdos.

Apesar das dificuldades encontradas no desenvolvimento do projeto, no que diz respeito à carga horária reduzida (60 horas) para a elaboração do produto digital, considera-se que os processos de aprendizagem foram satisfatórios, uma vez que os alunos se sentiram extremamente motivados e que as competências do saber e do fazer foram exercitadas em dimensões variadas e diversificadas, de modo a aliar teoria e prática.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, S.(org). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007.

BRADSHAW, P. Pieces. **Stories and streams. Teaching collaborative journalism using peer based learning**. Leanpub, 2013.

CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: Da Pirâmide invertida à pirâmide deitada**. In: Barbosa S. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007. pp: 25-40

CRUCIANELLI, S. **Herramientas digitales para periodistas**. Texas: Knight Center For Journalism in the Americas, 2010.

DIAZ NOCI, J. Online News Narrative, Hypertext and Interactivity. An Analysis of International Media. Projecte de Recerca. Concurs de Catedra F8/11, Departament de Comunicacio (Perfil: Periodisme a Internet), Universitat Pompeu Fabra,.

FRANCO, G. **Como Escrever para a Web**. Austin, Texas: Knight Center for Journalism in the Americas, 2009.

LONGHI, R. R. **Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia**. Estudos em Comunicação no7 - Volume 2, PP. 149-161, maio de 2010. Narrativas webjornalísticas em

multimídia: breve estudo da cobertura do NYTimes na morte da Michael Jackson. In: Carla Schwingel; Carlos A. Zanotti. (Org.). *Produção e Colaboração no Jornalismo Digital*. 1ed. Florianópolis: Editora Insular, 2010, v. 1, p. 137-148.

MANOVICH, L. **The Language of New Media**. Cambridge: MIT Press, 2001

PALACIOS M.; MACHADO, E. (Org). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Editora Calandra, 2003a, p.13-36. PALACIOS, M. (Org). **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo**. Volume 1: Modelos. Covilhã: Labcom Books, 2011

PALACIOS, M., RIBAS, B. **Manual de Laboratório de Jornalismo na Internet**. Salvador: EDUFBA, 2007.

MACHADO, E. **O Ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

SALAVERRÍA, R. **Redacción periodística em internet**. Navarra: Eunsa, 2005.

SCOLARI, C. **Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan**. Barcelona: Deusto, 2013.

SILVA, Jan Alyne Barbosa e. **Um relato sobre a experiência de ensino de jornalismo digital através do emprego da modalidade didática “trabalho por projetos”**. 2013.