



Revolução no Jornalismo Automotivo

A reinvenção da mídia especializada em carros

Sergio Quintanilha

Resumo de Revolução no Jornalismo Automotivo: A reinvenção da mídia especializada em carros

Anteriormente dominado por algumas revistas de periodicidade mensal, o jornalismo especializado em automóveis foi invadido pela agilidade da internet e por vários profissionais que atuavam em outras áreas – não apenas jornalistas, mas também engenheiros, pilotos e até simples aficionados por carros sem qualquer preparo acadêmico para a prática do jornalismo.

Baseado nas teorias de Zygmunt Bauman sobre a modernidade líquida e de Anthony Giddens sobre os sistemas especializados, o autor traça um perfil do jornalismo desde o seu surgimento, passa pela revolução da internet, analisa o automóvel como símbolo do capitalismo, observa a difícil transição do jornalismo impresso para o jornalismo online, revela diversas facetas do Jornalismo Automotivo e termina identificando as mudanças quanto ao papel social dos jornalistas.

Como o automóvel passou a ser um objeto de desejo “descartável” como qualquer outro, sofrendo constantes atualizações, o Jornalismo Automotivo precisou correr para se adaptar. Mas esse processo não tem prazo para terminar.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)