

Carlos Alberto ZANOTTI

Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Jornalismo colaborativo, gêneros jornalísticos e critérios de noticiabilidade

Periodismo colaborativo, géneros
periodísticos y criterios de
noticiabilidad

Collaborative journalism, journalistic
genres and criteria for newsworthiness

Recebido em: 29 out. 2010
Aceito em: 01 dez. 2010

Jornalista, professor e pesquisador da Faculdade de Jornalismo da PUC-Campinas, com doutorado em Ciências da Comunicação (ECA-USP).
Contato: zanotti@puc-campinas.edu.br

RESUMO

A presença de leigos em auxílio ao jornalista, como informante ou comentarista de reportagens, não é um fenômeno necessariamente novo no campo da Comunicação. Essa condição, ao contrário do que propõe um dos principais conceitos para Jornalismo Colaborativo, não se alterou, a despeito da propagação das tecnologias que ora impulsionam a Sociedade da Informação. Levantamento realizado em jornal diário e seu respectivo portal no município de Campinas, um dos mais desenvolvidos do país, aponta que leitores e internautas, quando muito, apenas se enquadram aos estreitos limites impostos a sua intervenção na produção e circulação da notícia. O imobilismo, neste sentido, tende a deslegitimar o jornalismo enquanto produtor de informações essenciais para a vida em sociedade, enfraquecendo a base de financiamento de uma atividade essencial ao exercício da democracia.

Palavras-chave: Jornalismo colaborativo; Jornalismo e internet; Enredamento no jornalismo.

RESUMEN

La presencia de laicos en apoyo al periodista, como un informante o como un comentarista de reportajes, no es, necesariamente, un fenómeno nuevo en el campo de la comunicación. Esta condición, al contrario de lo que propone uno de los principales conceptos de Periodismo Colaborativo, no ha cambiado a pesar de la difusión de las tecnologías que ahora han impulsado la Sociedad de la Información. Una encuesta llevada a cabo en un diario, y su portal en internet, en Campinas, una de las ciudades brasileñas más desarrolladas, señaló que los lectores y los internautas, en el mejor de los casos, sólo operan dentro de los estrechos límites de su intervención en la producción y circulación de noticias. La ausencia de mecanismos para aprovechar una mejor práctica de colaboración tiende a deslegitimar al periodismo como un productor de información esencial para la vida en sociedad, socavando la base de financiación de una actividad estratégica en las prácticas democráticas.

Palabras clave: Periodismo colaborativo; Periodismo y internet; Enredamiento y periodismo.

ABSTRACT

The presence of laymen aiding the journalist, as a report commenter or informant, is not necessarily a new phenomenon in the area of communications. That condition, opposed to what is proposed by one of the main concepts for Collaborative Journalism, has not been altered despite the spread of the technologies that move the Information Society. A survey in Campinas (one of the most developed cities in Brazil) daily newspaper and its website shows that readers and surfers just fit into the narrow limits imposed on their intervention in the news production and circulation. The absence of mechanisms to better exploit the collaborative practice tends to delegitimize journalism as a producer of essential information for life in society, undermining the financial support basis for an activity that is intrinsic to the exercise of democracy.

Keywords: Collaborative journalism; Journalism and internet; Entanglement in journalism.

A colaboração no jornalismo

A existência de leigos colaborando com jornalistas na produção de notícias não é um fenômeno necessariamente novo no campo da comunicação social. Antes da internet, essa colaboração já se dava por meio de telefonemas, cartas e visitas pessoais às redações de jornais ou mesmo emissoras de rádio e TV. Não eram raras as denúncias, reclamações e sugestões de reportagem que chegavam aos jornalistas, que as filtravam e avaliavam a possibilidade de transformá-las em textos noticiosos, sendo eles os atores principais nas etapas de apuração e redação do que seria divulgado. Na época, quando os poderes constituídos já não davam conta de amparar, investigar, denunciar e, se fosse o caso, punir, recorria-se automaticamente aos órgãos que se autoproclamavam enquanto um quarto poder no universo das instituições sociais.

Se a colaboração é, assim, uma prática antiga, o mesmo não se poderá dizer da expressão jornalismo colaborativo, que ganhou vida e expressividade no estágio de desenvolvimento que sucedeu a sociedade industrial, para o qual a literatura registra denominações tão diferenciadas quanto sociedade pós-moderna, informática, do conhecimento ou informacional, entre outras. Um dos principais trabalhos já produzidos sobre esta nova etapa da aventura humana é assinado pelo espanhol Manuel Castells, autor da trilogia *Sociedade em Rede*, que em palestra proferida na quinta edição do Fórum Social Mundial, realizada em Porto Alegre (RS), assim resumiu as características da Era da Informação:

É um período histórico caracterizado por uma revolução tecnológica centrada nas tecnologias digitais de informação e comunicação, concomitante, mas não causadora, com a emergência de uma estrutura social em rede, em todos os âmbitos da atividade humana, e com a interdependência global desta atividade. É um processo de transformação multidimensional que é ao mesmo tempo incluyente e excluyente em função dos valores e interesses dominantes em cada processo, em cada país e em cada organização social (CASTELLS, 2006: 225).

Para o sociólogo, esta nova etapa do desenvolvimento inaugura também um novo paradigma a partir do qual se poderá repensar a economia, as relações humanas, a cultura, a ciência, a política, a comunicação etc. Afinal, o novo paradigma usa como matéria primeira a informação, não aquela do tipo que age sobre a tecnologia (quando o comando opera a máquina), mas a informação que é gerada e gerida a partir da tecnologia que oferece as condições de existência de uma sociedade em rede

(CASTELLS, 1999: 77-81). Na nova era, registrar-se-ia uma crescente convergência tecnológica voltada à criação de um sistema altamente integrado, no qual “organizações e instituições podem ser modificadas, e até mesmo fundamentalmente alteradas, pela reorganização de seus componentes”, segundo Castells (1999: 78).

Em relação ao jornalismo, o maior impacto da sociedade informacional se deu no território da difusão (CHAPARRO, 2009), visto que até então já era possível, a qualquer leigo, produzir e editar informações de interesse noticioso, mas não distribuí-las por meios próprios. O interessado necessitava, para tanto, recorrer a um ramo específico de atividade da era industrial de então para atingir uma audiência que pudesse ser considerada massiva. O novo estágio, contudo, trouxe consigo o advento de ferramentas agrupadas sob a designação de TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação), que podem ser entendidas como “a reunião dos meios audiovisuais, informáticos e comunicacionais que permitem criar, armazenar, recuperar e *transmitir* informação em grande velocidade e em grande quantidade” (MONTEIRO e PINHO, 2007: 107), com grifo nosso. Caracterizada pela metáfora de rede, essa estrutura comunicacional “aproximou os produtores da audiência e também permitiu que ‘amadores’ se convertam, também, além de consumidores da informação, em criadores de conteúdo jornalístico” (LIMA JÚNIOR, 2009: 2). Estavam assim lançadas as bases para a propagação do termo colaborativo no campo do jornalismo, cujo conceito não deixa de suscitar divergência entre os estudiosos do ramo. Afinal, o colaborativo se caracterizaria pela produção e difusão de informação, por parte de leigos, através de instrumentos como blogs, ou pela possibilidade de sugerir e/ou agrupar informação às produções jornalísticas, através de postagens nos sítios noticiosos?

Para Primo e Träsel (2006: 9), jornalismo participativo/colaborativo define-se por “práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na web, onde a fronteira entre produção e leitura não pode ser claramente demarcada ou não existe”. Já para Holanda, Quadros, Palácios e Silva (2008), não haveria necessidade de um suporte específico (a rede de computadores) para existir participação no jornalismo, que pode ser caracterizada apenas pela criação e implementação de mecanismos que possibilitem envolver o público em diferentes etapas dos processos de coleta, criação, análise e distribuição de notícias.

Para os últimos, o jornalismo colaborativo pode se instalar sem que haja um jornalista gerenciando ou checando informações enviadas pelo público, o que seria inviável para alguns estudiosos do ramo. Na mesma linha de pensamento está Brier

(2008), que considera o *Slashdot* (<http://slashdot.org>) – portal colaborativo sobre o universo da informática que acolhe informações de não jornalistas – um exemplo bem acabado de jornalismo colaborativo. Já para Moura (2002: 2), “o *Slashdot* é, em essência, uma democratização do jornalismo, deixando-se bem claro, no entanto, que não é jornalismo”¹. Esta autora questiona a credibilidade das informações em colaborações dessa natureza, quando não há a intervenção de jornalistas fazendo a apuração das notícias.

O papel do jornalista e sua intervenção nas práticas que possam ser consideradas como jornalismo colaborativo é também abordado por Brambilla (2005), que considera esta atuação fundamental, visto que além de redator de notícias, o jornalista acentua sua tarefa de editor a partir do material que o público lhe oferece; seria, para ela, o profissional de imprensa o responsável por avaliar a oportunidade e o interesse que o tema possa suscitar, bem como sua estrutura e linguagem. Para a mesma autora (BRAMBILLA, 2007), o jornalista que atua em auxílio aos colaboradores deve, inclusive, estar muito bem preparado para lidar com o material que o usuário envia, sendo necessária a identificação, a checagem e uma pesquisa antes da veiculação de conteúdos desta natureza. Em tese, o jornalismo colaborativo acrescentaria uma certa carga de trabalho aos modos convencionais de produção jornalística, pois se multiplicam as fontes e os pontos de vista em torno dos acontecimentos que se transformam em notícia.

O debate acima aponta, portanto, que “[...] o jornalismo participativo não é um conceito simples que possa ser universalmente aplicado a todas as organizações noticiosas” (OUTING, 2005). No Brasil, estudos sobre esta prática ainda são embrionários, já que uma pesquisa recente junto ao banco de teses da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) não localizou trabalhos de doutorado sobre suas formas de manifestação (HOLANDA, QUADROS, PALACIOS e SILVA, 2008).

No entanto, independentemente de seu amadurecimento ou consenso conceitual, o tema ganha força num momento historicamente importante, quando a sociedade é atingida pelo processo de inovação tecnológica e organizacional, apontando para uma

¹ No *Slashdot*, segundo entendem alguns pesquisadores, vigora um modelo de participação que poderia ser classificado sob a designação de *open source*, que seria o jornalismo de fonte aberta, um meio de permitir que a fonte (o internauta) possa contribuir para alterar a informação disponível no banco de dados, em condição parecida com o que ocorre com a *Wikipedia*. Esta última, no entanto, não produz notícia, caracterizando-se como uma enorme enciclopédia colaborativa.

inovação social, ambiente em que o jornalismo encontra-se imbricado (FRANCISCATO, 2006). Nesta etapa, os meios tradicionais podem usar as iniciativas de participação para aperfeiçoar a produção jornalística, democratizar conteúdos e incorporar públicos ao processo produtivo (LÓPEZ, 2008). Seria este o posicionamento estratégico, a ser assumido por empresas jornalísticas, de que fala Saad (2003), diante das ameaças de enfraquecimento do jornalismo enquanto campo produtor de um gênero específico de informação. Este enfraquecimento seria decorrente, sobretudo, da dificuldade de se continuar financiando industrialmente a produção de informação, conforme aponta Isaacson (2009) em artigo publicado na revista *Time*, no qual critica a gratuidade de conteúdos jornalísticos na rede de computadores.

Para além das definições conceituais, contudo, o jornalismo participativo pode ser inserido num modelo de gestão de informação que Anderson (2006) chama de “cauda longa” dos processos organizacionais e produtivos para a atividade. O termo refere-se tanto à possibilidade de incorporação de novos públicos, que iriam enredando a notícia primária a partir de hiperlinks associados aos seus comentários, como ao atendimento de demandas de nichos muito específicos de mercado consumidor (McCOMBS, 2007). Por esta linha de raciocínio, o jornalismo, em especial o praticado na internet, se transformaria num enorme palco que agruparia informações produzidas por profissionais de imprensa e leigos, intercambiando-se em relação aos interesses gerais e grupais, podendo estes serem, por exemplo, os jogadores de um time de futebol de bairro que jamais alcançaria a primeira página de uma publicação impressa.

Participação e gêneros

No jornalismo da era industrial – quando o termo colaborativo ainda não se ligava a uma prática jornalística –, o espaço reservado ao leitor sempre foi tradicionalmente voltado à publicação de sua opinião a respeito dos temas ou das coberturas realizadas pela mídia. Nestes espaços, invariavelmente sujeitos à edição por parte de jornalistas – para revisão e adequação de tamanho e aderência à linha editorial –, a única contribuição possível situava-se no gênero opinativo, que ao lado do informativo compunha as macrodivisões dos gêneros de imprensa (MELO, 1994), às quais Chaparro (1994) acrescentaria serviço. A rigor, as contribuições de leitores publicadas não se enquadrariam enquanto colaborações que ajudassem a produzir a

notícia ou a reportagem, exceto quando houvesse uma sugestão ao jornal, o que já era critério para descaracterizar sua condição de carta do leitor.

No entanto, ao configurar-se na internet, o jornalismo cuidou logo de abrir espaços para que os leitores pudessem enviar comentários às reportagens publicadas, numa estratégia de transferir para a tela o que antes o interessado já fazia no jornal impresso. Lindemann (2008: 15), por exemplo, avalia o mecanismo, em alguns portais, unicamente como uma artimanha para fidelizar leitores e garantir um grande número de acessos, cuja decorrência é a valorização comercial da iniciativa. Em pesquisa que realizou no portal *Terra*, a autora observou o que chamou de “atuação primária” na participação do público: “Trata-se de uma iniciativa que tem como propósito apenas gerar tráfego adicional em suas páginas, sendo que as fotografias e os textos dos colaboradores desempenham papel secundário”. O tema também aparece nas reflexões de Belochio, que liga a prática colaborativa à cauda longa da informação. Diz a autora:

O aparecimento de espaços colaborativos em jornais digitais demonstra a apropriação do modelo de construção de notícias a partir da contribuição de amadores, que se consolidou na cauda longa da informação (...). Verifica-se a potencialização da interação com o público, bem como a mudança de seu papel no ciclo informativo. Mesmo existindo regras e seletividade na publicação do que é enviado por amadores, a abertura aos cidadãos nas seções colaborativas tem formato inédito. Nesse sentido, percebe-se uma ruptura que envolve parte importante da lógica comunicacional tradicionalmente seguida no jornalismo (BELOCHIO, 2008: 3-4).

Da mesma forma que a autora, entendemos que jornalismo colaborativo pressupõe a participação do público em todas as etapas de produção jornalística – da pauta à apuração, cabendo ao jornalista (ao acolher a contribuição) realizar avaliações concernentes aos códigos que determinam a ética, a técnica e a estética que devem reger a atividade. A não observação de tais códigos, por decorrência, tende a empobrecer ou mesmo descaracterizar o jornalismo –, o que, a médio ou longo prazo, levará ao seu enfraquecimento, seja enquanto valor de um gênero de informação indispensável à coexistência, seja enquanto atividade que reúna meios para financiar sua produção segundo os fundamentos que a caracterizam.

A abertura de canais de participação ao público, nesta etapa em que ele próprio ganhou o poder de *transmitir* informações, e sua inserção no contexto de cauda longa, deveria pressupor uma presença mais efetiva do leitor no processo de produção dos meios noticiosos. Dele, se esperaria intervenções reais na pauta, reorientando

agendamentos; ou na apuração, acrescentando informações; ou ainda na diversificação das fontes, ampliando o leque de sujeitos consultados pelos jornalistas – uma ruptura, para usar o termo de Belochio (acima), que tornaria ultrapassado de fato o conceito de *gatekeeper* (McCOMBS e SHAW, 1972).

Primeiras observações

Em pesquisa recente, focamos nossa atenção para as práticas colaborativas no município de Campinas, cidade que agrupa outros 18 municípios em uma região metropolitana habitada por 2,6 milhões de pessoas, considerada um importante pólo de desenvolvimento científico e tecnológico do país; ademais, a região concentra uma renda média, por habitante, três vezes superior à renda média nacional – fortes indicadores para um elevado grau de adesão à rede mundial de computadores. O estudo de caso empreendido procurou avaliar, no principal jornal impresso (*Correio Popular*, com tiragem diária de 42 mil exemplares²) e no mais importante portal noticioso da região (*Cosmo Online*, derivado do primeiro, com média de 400 mil páginas vistas/dia³), as atividades que pudessem se caracterizar enquanto colaborações de leitores e internautas, segundo graus de noticiabilidade⁴.

Embora não seja o diário de maior tiragem, o *Correio Popular*, aos 83 anos de existência, é o carro-chefe da Rede Anhanguera de Comunicação (RAC), que edita outros periódicos de pequena circulação e o bem-sucedido *Notícia-Já*, publicação recente que pode ser descrita como jornal popular de baixo preço. O *Correio Popular* possui duas seções destinadas a receber colaborações de seu público, que aparecem sem regularidade pré-definida: *Cena Urbana* e *Cidade Reclama*. A primeira é um espaço destinado a fotos do cotidiano dos municípios da região, para onde o leitor pode enviar registros do que julgar interessante para ser publicado. Nesta seção, as fotos veiculadas se alternam entre contribuições de leitores e cliques dos fotojornalistas funcionários do jornal. Já para a *Cidade Reclama*, o leitor pode enviar informações que estejam ligadas a sua cidade, que acabam invariavelmente referindo-se a problemas com a infraestrutura urbana. Neste caso, o corpo de jornalistas do *Correio Popular* busca entrar em contato

² Informação obtida no portal do grupo, disponível em www.rac.com.br.

³ Informação obtida no portal do grupo, disponível em www.rac.com.br.

⁴ O termo refere-se ao potencial de uma informação vir a se transformar em notícia, objeto da atenção de inúmeros pesquisadores. Para uma compreensão ampla, sugerimos as obras de WOLF, Mauro. *Teorias das Comunicações de Massa*, São Paulo: Martins Fontes, 2003; e de SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da Notícia e do Jornalismo*, Chapecó: Argos, 2002.

com os órgãos responsáveis para encaminhar o problema descrito pelo colaborador e, em edição futura, publicar a informação já com algum posicionamento oficial.

Em alguns casos, ocorre de o leitor encaminhar uma sugestão de matéria que, dependendo de seu rendimento (segundo os critérios de noticiabilidade), transforma-se em texto jornalístico, produzido por um repórter da casa. Quando isto ocorre, o jornal esclarece tratar-se de uma “Dica do Leitor”, nome que abriga um espaço no qual o periódico explicita que o texto teve origem a partir de uma sugestão, publicando a foto do leitor e oferecendo a ele espaço para explicar a motivação de sua sugestão.

Já no portal *Cosmo Online*, o espaço destinado às colaborações do público é denominado Eu, Repórter. Trata-se de uma seção específica do sítio, separada do noticiário convencional, para a qual o internauta pode enviar os arquivos multimídia e textos que julgar noticiosos. As contribuições passam pela avaliação dos editores do portal antes da veiculação; e os textos geralmente são publicados na íntegra, da forma como chegaram, muitos dos quais com relatos em primeira pessoa, o que descaracteriza a linguagem noticiosa convencional (LAGE, 1990). No levantamento⁵ por nós empreendido, entre 1º de outubro e 31 de dezembro de 2009, os comentários postados por internautas, ao pé de matérias dentro da seção Eu, Repórter, também foram considerados para efeito de levantamento de dados. Na busca, localizamos um total de 53 manifestações de leitores e/ou internautas nos três meses de observação, divididas segundo a tabela a seguir:

Seção \ Mês	Outubro	Novembro	Dezembro
Cena Urbana (impresso)	8	12	9
Cidade Reclama (impresso)	7	7	6
Dica do Leitor (impresso)	1	-	-
Eu, Repórter (portal)	2	-	-
Comentários (portal)	1	-	-
Total:	53		

Tabela 1: Divisão das colaborações por seções do impresso e do portal

Como é possível observar, das colaborações localizadas, apenas três correspondem às seções dedicadas à prática do que poderíamos chamar de jornalismo colaborativo no portal *Cosmo Online* (Eu, Repórter e Comentários). As outras 50 foram veiculadas nas seções Cena Urbana, Cidade Reclama e Dica do Leitor, do jornal

⁵ Este levantamento contou também com a colaboração da acadêmica Sarah Schmidt Costa, aluna de iniciação científica da Faculdade de Jornalismo da PUC-Campinas.

Correio Popular. Ou seja, 94% das manifestações colaborativas estão localizadas no jornal impresso, o que contraria a lógica – ao menos neste grupo editorial – de que a prática colaborativa tenha relação direta com a tecnologia.

Observou-se, também, que no *Correio Popular*, as seções não obedecem a nenhum critério de periodicidade, já que em outubro registraram-se oito fotos de leitores publicadas no *Cena Urbana*, enquanto em novembro o número chegou a 12. No mesmo período, houve apenas uma *Dica do Leitor* publicada. O mesmo fenômeno observou-se no portal *Cosmo Online*, quando, em outubro, foram veiculadas três colaborações, duas das quais no *Eu, Repórter*, com textos e fotos de internautas; e uma (comentário) ao final de uma das duas manifestações. Até o final do mês de dezembro daquele ano, nada foi registrado. Passaram-se, assim, dois meses sem que nenhuma participação colaborativa fosse veiculada no site. Em ambos os casos – tanto no online como no meio impresso–, a publicação de manifestações dependeu da demanda do público e do tipo de material recebido pelos veículos de comunicação.

Considerações finais

Ao que se observou, a hipótese de que as “mudanças evolutivas, em termos de mediações colaborativas, são notadamente mais percebidas em ambientes digitais” (ROCHA e BRAMBILLA, 2009: 2), não se aplica às publicações da Rede Anhanguera de Comunicação. O número maior de colaborações registrado na versão impressa deveu-se, ao que tudo indica, a uma estratégia implementada na última grande reforma editorial do *Correio Popular* (ZANOTTI, 2000), quando o periódico passou a estimular o público a enviar cartas ao jornal, publicando fotos dos rostos dos missivistas na coluna “*Correio do Leitor*”, na página 2; além disso, a seção ainda passou a ter chamada na primeira página, na qual também se incluem diariamente duas fotos de leitores, sendo que a quase totalidade dos comentários enviados à publicação chega via internet. O dado confirma as observações de Costa a respeito da nova mídia, que:

(...) abarca inclusive a ‘velha mídia’ (suportes já conhecidos como o papel, o rádio por ondas eletromagnéticas e o bulbo clássico do aparelho de televisão), uma vez que as novas maneiras de fazer e distribuir a informação se imiscuíram nas práticas daqueles que veiculam seus conteúdos em suportes tradicionais, incorporando-as, trazendo para si os novos preceitos e uma nova forma de relacionamento com a informação e com o público – interativa, participativa (COSTA, 2009: 16).

Para além das observações de Costa, temos a considerar que o público tende, nos modelos convencionais de comunicação, a se enquadrar ao uso dos espaços aos quais são chamados a colaborar. É assim nas cartas de leitores, quando envia comentários a reportagens publicadas; nas seções às quais remete fotografias dentro de um determinado espírito de produção; nos campos do gênero “comente esta notícia” ou “a remeta a um amigo”; nos programas televisivos ou radiofônicos em que pode fazer perguntas aos entrevistados selecionados pela emissora; ou ainda ao enviar fotos e vídeos na condição de cinegrafista amador, desde que o material, evidentemente, se enquadre nos critérios de noticiabilidade de quem os recebe. Trata-se, portanto, de um regime colaborativo dentro de limites bastante estreitos, ainda muito presos ao modelo tradicional do fazer jornalístico.

A lentidão com que se observa os avanços apontados acima se deve, ao que tudo indica, em grande parte ao conservadorismo dos próprios meios de comunicação ou dos profissionais que neles trabalham. Neste modelo, o jornalismo continua sendo uma via de mão única, na qual o público aparece apenas como moeda de troca na disputa pelas verbas do mercado publicitário. Ao debater a formação de jornalistas para a era da sociedade da informação, o professor Canavilhas (2009) aponta dois gargalos que julga cruciais: o advento de uma linguagem mais apropriada à internet e a criação de modelos de financiamento para a atividade no meio virtual. A estas duas questões, acrescentamos uma terceira: o relacionamento com o público, na perspectiva de trazê-lo para a produção da pauta e seus desmembramentos. As ferramentas para iniciativas desta natureza já estão disponíveis. O que falta é, de um lado, criatividade; e de outro, coragem para permitir que “leigos” desvendem o território sagrado do controle da informação.

Referências

ANDERSON, Chris. **The Long Tail**: Why the future of business is selling less of more. New York: Hyperion, 2006.

BELOCHIO, Vivian. A cauda longa da informação e suas implicações no jornalismo: estratégias comunicacionais, remediação e des-re-territorialização. **Anais do VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo** – SBPJor, UMESP, São Paulo, 2008.

BRAMBILLA, A. M. A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source. **Sessões do Imaginário**, 2005. Disponível em <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/reconfig.pdf>>. Acesso em: 03 maio 2010.

_____. Jornalismo colaborativo funciona. **Jornalistas da Web**. Postado em: 22 jul. 2007. Disponível em <<http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=2121>>. Acesso em: 15 fev. 2010.

BRIER, L. Slashdot e os filtros no Open Source Journalism. **Biblioteca Online de Ciência da Comunicação – BOOC**. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/breier-lucilene-slashdot.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2008.

CANAVILHAS, João Manuel Messias. Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação – BOOC**. Disponível em <<http://www.bocc.uff.br/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>>. Acesso em: 12 dez. 2009.

CASTELLS, M. **Sociedade em rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura**; v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. Inovação, liberdade e poder na era da informação. Conferência do autor no V Fórum Social Mundial, em Porto Alegre, 2005. In: MORAES, Denis (org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

CHAPARRO, Manuel C.C. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.

_____. Palestra proferida na **III Jornada de Estudos de Jornalismo**. PUC-Campinas, Centro de Linguagem e Comunicação (CLC), Campinas, 2009.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2009.

FRANCISCATO, Carlos E. Jornalismo e inovação: aproximações conceituais entre academia e setor produtivo. **Anais do IV Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor**, UFRGS, Porto Alegre, 2006.

HOLANDA, A.; QUADROS, C.; PALACIOS, M. S.; SILVA, J. A. Metodologias de pesquisa em jornalismo participativo no Brasil. In: PALACIOS, Marcos; NOCI, Javier Diaz (orgs.). **Metodologia para o estudo dos cibermeios – Estado da arte & perspectivas**. v.1. Salvador: EDUFBA, 2008.

ISAACSON, Walter. How to save your newspaper. **Revista Time**, 05 fev. 2009. Disponível em: <<http://www.time.com/time/busine ss/article/0,8599,18771911,00.html>>. Acesso em: 07 fev. 2009.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. Série Princípios, 3ª. Ed. São Paulo: Ática, 1990.

LIMA JÚNIOR, Walter Teixeira. Mídia Social Conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital. **Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo** – SBPJor, USP, São Paulo, 2009.

LINDEMANN, Cristiane. Onde está a democracia no webjornalismo participativo? O caso do canal Vc Repórter – Portal Terra. **Anais do VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo** – SBPJor, UMESP, São Paulo, 2008.

LÓPEZ, Xosé. La participación en los diarios digitales: similitudes y diferencias entre los cibermedios europeos y brasileños. **Anais do VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo** – SBPJor, UMESP, São Bernardo do Campo, 2008.

McCOMBS, M.; SHAW, D.L. The agenda-setting function of mass media. **Public Opinion Quartely**, XXXVI, 1972.

McCOMBS, Maxwell. Creating a new news opportunities on the Internet for broader and deeper journalism. Conferência proferida no **V Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, UFS, Aracaju, 2007.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2ª. Ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

MONTEIRO, E. P.; PINHO, J. B. Limites e possibilidades das tecnologias da informação e comunicação na extensão rural. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação** - Intercom. São Paulo, v.30, n.2, 2007.

MOURA, C. O jornalismo na era Slashdot. **Biblioteca Online de Ciência da Comunicação** – BOCC, 2002. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moura-atarina-jornalismo-slashdot.pdf>>. Acesso em: 03 fev. 2009.

OUTING, Steven. The 11 layers of citizen journalism. St. Petersburg, Florida: **Poynter Institute**, 15 jun. 2005. Disponível em <<http://www.poynter.org/content/contentview.asp?id=83126>>. Acesso em: 12 fev. 2009.

PRIMO, A; TRÄSEL, M. Webjornalismo participativo e a escrita coletiva de notícias. **Contracampo**, Niterói, v.14, 2006. Disponível em <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n52/13PrimoyTrasel.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2009.

ROCHA, Jorge; BRAMBILLA, Ana Maria. Comunicação relacional e as mediações possíveis no Jornalismo Colaborativo. **Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo** – SBPJor, São Paulo, 2009.

SAAD, B. **Estratégias para a mídia digital**: internet, informação e comunicação. São Paulo: SENAC, 2003.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

ZANOTTI. O leitor na primeira página. **Anais do VI Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo** – SBPJor, UFRGS, Porto Alegre, 2006.