

**Anais do 6º Interprogramas de Mestrado
da Faculdade Cásper Líbero
(São Paulo, SP, 5 e 6 de novembro de 2010)
ISSN: 2176-4476**

Texto original como enviado pelo/a autor/a

**JORNALISMO CIDADÃO NOS JORNAIS IMPRESSOS DO GRUPO RBS
Discussões acerca do amadorismo do público e da profissionalidade dos jornalistas**

Marcelo Barcelos¹

Resumo

O artigo é um recorte da dissertação, em construção, que pesquisa o jornalismo cidadão nos oito jornais impressos do Grupo RBS (BRAMBILLA, 2006; FOSCHINI; TADDEI, 2006; GILLMOR, 2005). O pesquisador analisa a produção amadora do público para confrontá-la com o conteúdo jornalístico tradicional (DINES, 2009; HENN, 1996; LAGE, 2001). A pesquisa ainda debate o conflito ético (CHRISTOFOLETTI, 2008; FIDALGO, 2008) e discute competências do leitor-repórter e do jornalista. Serão investigadas 56 edições (sete por jornal), através da análise de conteúdo. O trabalho trará também entrevistas com repórteres sobre a função do profissional na atualidade.

Palavras-chave: Jornalismo cidadão. Jornalista. Leitor-repórter. Amadorismo. Profissionalidade.

1. Jornalismo partilhado

A chuva que devastou o estado do Rio de Janeiro em abril deste ano – e causou a morte de mais de 190 pessoas. O terremoto que sacudiu o Chile em fevereiro, provocando a

¹ Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (Pojoir) – Mestrado em Jornalismo. E-mail: marcelobarcelos.jornalismo@gmail.com

destruição de dezenas de cidades. E o assassinato, gravado em vídeo, da iraniana Neda Agha-Soltan, nas ruas de Teerã, capital daquele país, em 2009.

A cobertura desses três fatos jornalísticos – e sua repercussão junto à sociedade e dentro da própria imprensa tradicional – não teria sido a mesma se o jornalismo cidadão não fosse praticado. Testemunhados por pessoas que não têm como profissão o jornalismo, mas que, por um determinado instante assumem o papel de repórteres-cidadãos, os acontecimentos ganharam novas narrativas, angulações, relatos e informações exclusivas de quem estava no lugar certo e na hora certa.

Embora boa parte das empresas de comunicação – de médio e grande porte – ainda apresente certa resistência a permitir que seus públicos participem da produção das notícias, é notório que, a presença do jornalista-cidadão, pouco a pouco, vai se consolidando dentro de portais de notícias, emissoras de televisão, jornais online e, até mesmo, nos veículos impressos, como se discutirá ao longo do texto.

Antes da revolução tecnológica que se vive hoje, a participação de leitores de jornais impressos, por exemplo, estava restrita a seções como “Cartas do Leitor” e em editoriais do tipo “Opinião”, destinadas a publicar artigos e crônicas do público e – vale lembrar – através de um diálogo de pouca interação com os jornalistas e a redação.

Mas, ao abrirmos as páginas dos jornais hoje, percebemos novas “marcas do leitor”, em diferentes segmentos editoriais ao longo do jornal. Com a chegada da Internet – e sua popularização a partir do final da década 90 – e graças à evolução e ao acesso de ferramentas de tecnologia como hardwares e softwares (computadores, laptops, palmtops, câmeras digitais, telefonia digital, redes Wi-Fi e a mobilidade para a transferência de dados), este novo esquema de colaboração do público consumidor se propagou.

Tratado como jornalismo cidadão, mas também chamado de jornalismo *open source* (produção aberta), jornalismo colaborativo, jornalismo participativo e até mesmo jornalismo cívico, o movimento que dá ao cidadão comum o poder de se assumir como repórter, é um dos mais conflitantes paradigmas do jornalismo na atualidade. Isto porque invade um território até pouco tempo fechado: o dos jornalistas.

Embora tenha nascido como uma forma independente e livre de divulgar notícias do público para o público, o modelo acabou sendo absorvido pela imprensa tradicional – da qual o próprio modelo e quem o integrava tentava fugir, em busca de legitimar um discurso

que propagava uma nova voz, distante dos embargos ideológicos, corporativos e editoriais que todo repórter profissional já experimentou ou um dia vai viver.

À medida que se debate dentro das redações e na academia até que ponto esse tipo de contribuição é jornalismo de fato e quais são os seus limites de atuação de quem a faz – uma vez que é produzida por pessoas que não tem formação jornalística – percebe-se que, em boa parte dos jornais impressos, no Brasil e no exterior, o leitor-repórter começa a ser valorizado. Já aparece como uma figura reconhecida, muitas vezes identificada e estimulada a participar.

Inúmeras empresas de comunicação, como o Grupo RBS², abriram espaços específicos a estas contribuições, e utilizam-nas para complementar o noticiário tradicional produzido pela equipe. Lado a lado com reportagens escritas por repórteres profissionais, percebemos a presença do leitor, seja através de um selo indicando que o assunto foi proposto por ele ou em forma de nota, comentário ou até mesmo matéria.

Por ser mais uma mudança que altera modos de produção e papéis no processo de comunicação e informação contemporânea, a aproximação entre leitor e jornalista é conflitante e polêmica. Levantam-se questões do ponto de vista do público, como a competência do leitor para tratar de temas específicos, a isenção, a precisão, o compromisso com a verdade e o domínio da técnica dentro de competências profissionais diluídas e, agora, partidas, servidas à mesa para quem quiser experimentá-las.

De outro lado, enxerga-se uma alternância de papeis tumultuada, um redesenho da cultura e do código profissional dos jornalistas, novos princípios seguidos na seleção e edição de notícias e respostas imprecisas sobre o que se quer trazendo o leitor para o processo de construção do produto jornalístico.

Diante deste conturbado cenário, a pesquisa analisará a presença do jornalista-cidadão nos oito jornais³ impressos do Grupo RBS, o maior conglomerado de mídia da

² Fundada em agosto de 1957 por Maurício Sirotsky Sobrinho, a Rede Brasil Sul (Grupo RBS), é uma das mais influentes e amplas empresas de comunicação do País. Com atuação e liderança predominantemente nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, o grupo tem oito jornais, sete portais de Internet, 18 sucursais de televisão, além de emissoras de rádios como a Rádio Gaúcha, Atlântida e Itapema FM, gravadora, uma editora e uma fundação.

³ Em Santa Catarina, serão investigados os jornais A Notícia, Hora de Santa Catarina, Diário Catarinense e Jornal de Santa Catarina. No Rio Grande do Sul: Diário Gaúcho, Diário de Santa Maria, O Pioneiro e Zero Hora.

região Sul do Brasil. Procurará identificar e mapear as “marcas” dessa contribuição em diferentes editoriais, os gêneros textuais apresentados pelos leitores, as suas semelhanças e diferença do discurso jornalístico.

2. Problemática:

Embora seja considerada ameaçadora e risco à qualidade da informação jornalística, a aproximação entre os territórios do público e dos jornalistas também representa um fator que contribui para compensar um déficit de comunicação e interesses, entre dois polos afastados por décadas: o emissor e o receptor, que, agora, confundem-se em seus próprios campos de atuação social.

Como destaca Lévy (1999), o contexto global, atrelado às potencialidades dos recursos digitais, permitiu que os espectadores da notícia rompessem com uma recepção relativamente passiva da informação. Agora, é possível não “apenas ler um livro, como navegar em hipertexto, olhar uma série de imagens... mas também alimentar essa memória com textos, imagens, etc” (Lévy, 1999: 94).

O modelo ganhou destaque, segundo Cardoso (2006), de forma individual e independente, no final da década de 90, nos Estados Unidos, por meio de sites pessoais e blogs, abastecidos por textos e fotos de pessoas comuns, a maioria insatisfeita com a cobertura dos grandes conglomerados de mídia.

Querendo atrair esses leitores que começavam a “fazer notícia” e ampliar o seu raio de ação, vigília e “presença” jornalística, muitas as empresas de comunicação ao redor do mundo então abriram espaço para as contribuições dos leitores. Embora se saiba que o ambiente dominante para esta participação amadora seja a mídia on-line, através dos sites, blogs e portais, graças a uma interface de interatividade imediata, também podemos notar o aparecimento de “marcas” desse diálogo nos veículos impressos.

Isso comprova o esforço que as mídias tradicionais, como os jornais impressos, vêm se empenhando para não perder espaço e conquistar a colaboração de seu público ou para garantir e elevar a circulação. É bem verdade que, com a iniciativa do jornalismo cidadão,

as empresas passam a dispor de centenas de ajudantes na rua. Embora atuem de forma esporádica, não precisam ser remunerados.

Um contexto social, tecnológico e informacional ainda contraditório e em construção, mas que Fidalgo (2005) arrisca resenhar:

A especificidade do trabalho dos profissionais da informação poderá estar, futuramente, menos na **revelação** de notícias ou dados ‘em primeira mão’, e mais na **interpretação** e **contextualização** dessas notícias, bem como num serviço de **sinalização** e **certificação** que permita ao público se orientar num ambiente cada vez mais inundado de fluxos informativos de todas as proveniências, onde será necessário saber ‘navegar’ distinguindo ‘o trigo do joio’ para fazer um percurso autónomo mas crítico. (Fidalgo, 2005:13).

Nesse compasso, Bowman e Willis (2003) analisam que a profissão de jornalista, realmente, não está apenas transformada pelas novas tecnologias, mas, principalmente, pelo público consumidor de informação, que hoje tem ao alcance ferramentas e equipamentos, inclusive portáteis e fáceis de usar, que os colocam em uma posição de atividade na criação e distribuição de informações.

Pesquisador e jornalista, Carlos Castilho sinaliza bem essa mudança que chama de revolução em andamento. Para ele, a parceria entre público e jornalistas mal está saindo da teoria para entrar na prática e irá ditar o ritmo do cotidiano dos profissionais daqui para frente.

É uma conversa muito especial, porque ela (a lógica) terá de, inicialmente, desmontar desconfianças e preconceitos passados entre quem publica e quem consome informação, o que por si só já é uma tarefa complicadíssima. O desdobramento imediato é o desenvolvimento dos novos valores que vão comandar a relação entre os *prosumers* (jargão inglês para a fusão de produtores e consumidores de informação). Mais uma vez, o jornalismo 2.0, dentro do qual está o que alguns chamam de jornalismo cidadão, é pedra fundamental deste processo, pois ele é o grande laboratório da mudança. (Castilho, 2007: 9)

Em busca de respostas e novas perguntas para estas mudanças, o projeto de pesquisa irá mapear, identificar, classificar e confrontar – sob o olhar jornalístico – a relevância e características da produção feita e gerada pelo leitor-repórter e o impacto desta participação no cotidiano e na profissão do jornalista.

3. Objetivos

- Identificar, mapear e categorizar as participações dos leitores nos oito jornais impressos do Grupo RBS em busca de respostas sobre a qualidade jornalística das colaborações com base na isenção, pluralidade de fontes e estilo da narrativa jornalística.

3.1 Objetivos específicos

- Conhecer dos jornalistas envolvidos na seleção de conteúdo produzido pelo leitor como julgam com essa presença.

- Descobrir quais são os critérios utilizados e que conflitos existem da recepção à seleção do material amador produzido.

- Apontar que adaptações o conteúdo sofre até ser publicado: é checado, conferido, contextualizado, complementado e editado?

5. Referencial Teórico

A relativa abertura dos jornais e de seu modo de produção, percebida com a apropriação do modelo do jornalismo cidadão, dão o tom da fragilidade por que para a atividade profissional e o próprio jornalismo. Nessa relação de proximidade nunca antes experimentada, detecta-se atrito, dúvidas e conflitos de competência, afinal, a nova realidade coloca em xeque o papel do jornalista no exercício da sua profissão.

Como sustenta Primo (2006), diferentes vozes hoje podem atravessar a notícia, por uma série de fatores em evolução: a popularização das tecnologias da informação, a queda no preço de computadores e conexões à Internet, espírito de interação de época – que busca fugir da informação atrelada à leitura dos meios de comunicação de massa –, valorização da cidadania, apelo ao discurso libertário e o desejo de livre expressão.

Pode-se dizer que esses aspectos encontraram sintonia em um modelo de comunicação que avança em todo o mundo: o jornalismo cidadão, objeto desta dissertação de mestrado, tema que é conceituado por Gillmor, um dos principais defensores da prática

no mundo, como o canal de comunicação onde “pela primeira vez na história o usuário está mesmo no poder” (Gillmor, 2004:127).

E pelo qual, na teoria, qualquer pessoa, independente de sua ocupação e formação acadêmica, estaria apta a ser um jornalista ocasional, produzindo relatos, fotos e vídeos aonde quer que esteja com o objetivo de publicá-los em algum site noticioso, de caráter público ou privado ou em qualquer outro suporte de mídia.

A insatisfação com a qualidade do jornalismo entre a audiência — e entre os próprios jornalistas — não é novidade. Ativistas à direita e à esquerda tradicionalmente denunciam a suposta parcialidade e comprometimento da mídia com interesses comerciais. Leitores especialistas em determinado campo, por outro lado, irritam-se com as imprecisões ou erros flagrantes contidos em reportagens. Até agora, estes grupos tinham apenas o instrumento das cartas, telefones ou publicações caseiras para expressar suas opiniões ou publicar matérias como pensam que estas devam ser. Hoje, podem empreender esforços individuais ou coletivos para produzir suas próprias informações. (Primo; Träsel, 2006:5)

Apesar da crescente multiplicação de canais tecnológicos que ligam o internauta à redação dos jornais, os conteúdos produzidos por não-jornalistas estão fadados à submissão de mecanismos exclusivos dos profissionais em comunicação. Algo que Gillmor (2005) e Primo (2006) não renegam, mas que julgam insuficientes para desacreditar no jornalismo cidadão, argumentando que, com ele, se ganha em amplitude de cobertura e em leituras diferenciada dos fatos como um contraponto a das mídias tradicionais.

Ambos não veem o modelo como uma ameaça determinante à profissão do jornalista profissional, mas o tratam como uma nova possibilidade que pode ser administrada tanto de forma independente pelos usuários quanto regulada pelas grandes empresas de comunicação.

Tudo se resume algo de muito simples: os leitores (ou telespectadores, ou ouvintes) sabem mais do que os profissionais dos *media*. Uma verdade por definição: eles são muitos e nós, na maioria das vezes, somos um só. Precisamos de reconhecer o que é óbvio e, no melhor sentido da palavra, valer-nos dos conhecimentos deles. Se o não fizermos, mal os nossos antigos leitores verificarem que não têm de contentar-se com informações mal cozinhadas, poderão decidir ir em eles mesmos para a cozinha. (Gillmor, 2005:119).

Percebe-se que, no caso das mídias tradicionais, há uma discussão quanto à essência da aplicação do modelo do jornalismo cidadão. De fato, existe controle da produção e uma participação mediada e filtrada do que é produzido pelo leitor – no caso das mídias

tradicionais –, como se percebe em portais de notícias e sites de jornais em seções como “Você faz a Notícia” e “Você é o Repórter”, em veículos de grande relevância nacional como O Globo, Estadão, ZeroHora.com, Terra e G1 e na página do primeiro jornal brasileiro a migrar totalmente para a Internet, o Jornal do Brasil (JB Online).

Quadros (2005) enxerga nos blogs o lugar mais fértil para o exercício do jornalismo cidadão, ambiente aonde é o próprio produtor de conteúdo quem veicula o material e o disponibiliza na Internet, deixando de lado uma possível censura que certamente aconteceria dentro de veículos tradicionais. Ela reconhece, porém, que as empresas de comunicação têm mesmo aberto novos canais de participação para o público, mas vê na estratégia o lucro como objetivo principal:

Com isso, os meios de comunicação tradicionais e as suas versões digitais voltam a se preocupar com a possível migração de sua audiência para blogs ou outras experimentações interativas na rede mundial dos computadores. Na tentativa de reconquistar e/ou ampliar o seu público, empresários da comunicação olham com mais seriedade as mudanças em seu entorno, buscando adaptar e até criar algumas ideias que atraiam o usuário/leitor/telespectador/ouvinte. No entanto, a preocupação deles pelo público pode ser resumida em um interesse central: o lucro. (Quadros, 2005:5)

Outing (2005) é menos radical, e propõe uma fusão entre o jornalismo tradicional e o jornalismo cidadão – um modelo híbrido, que começa a despontar como o mais usual dentro do mercado jornalístico brasileiro. Pontua que se deva “abrigar o jornalismo cidadão e profissional” sob um mesmo teto, ou seja, integrar os dois modelos na criação de uma nova abordagem da informação.

Brambilla (2005) atenta que no jornalismo cidadão, o sujeito que lê é, muitas vezes, o mesmo que, de alguma forma, ajudou a escrever as notícias. Portanto, ele deve compartilhar responsabilidades e ter envolvimento pessoal com o conteúdo produzido e distribuído. Logo, o que se vê, nesse movimento, é que o espaço que a mídia de massa antes abria ao público, limitado às sessões de cartas, hoje avança sobre o território editorial, assumindo as pretensões informativas de um noticiário padrão, alargado por produções e colaborações de fora da redação.

Uma das principais contestações em torno da validação e aceitação do jornalismo cidadão está no fato de que os seus atores não têm formação acadêmica específica –

portanto desconhecem técnicas, o código de ética e o valores como o compromisso com a verdade e a busca pela isenção – para atuar como produtores de conteúdo noticioso, algo até então apenas atribuído aos jornalistas profissionais.

Assim, primeiramente pressupõe-se que eles (o público participante) não dominam os critérios e padrões das notícias e linguagem e tampouco compreendem os embates éticos que normatizam a conduta profissional, como será importante observar mais adiante no trabalho, no capítulo dedicado à profissionalidade dos jornalistas, abordando a cultura e a comunidade jornalística (Dines, 2009; Lage, 2001; Traquina, 2005), a deontologia (Bohére, 1994; Fidalgo, 2008) e o código de ética dos profissionais (Christofolletti, 2008; Karam, 1997).

Para Brambilla (2006), a resposta para acabar com o conflito sobre a competência do jornalista-amador está na administração desta colaboração dos cidadãos por parte de quem é especializado. Sugere que os jornalistas devam se posicionar como filtros capazes de dar tratamento às contribuições e, assim, garantir uma informação credível ao leitor final, dentro de um ambiente partilhado, colaborativo e mais democrático. Portanto, assim, o jornalismo cidadão aparece como um aliado do jornalismo tradicional.

O caminho para dosar a interação e aproveitar, de fato, esta participação em algo concreto para o jornalismo seria a checagem, complementação e contextualização, quando necessária, do material elaborado por leitores-repórteres. Comenta que, com sua formação, valores e práticas adquiridos na carreira, o profissional do jornalismo pode e deve atuar na edição do conteúdo criado pelo público, “organizando o vasto material e emprestando a credibilidade necessária à atividade jornalística” (Brambilla, 2006:45).

6. Metodologia

A pesquisa analisará sete edições, dentro da semana composta, dos oito jornais impressos do Grupo RBS, totalizando uma amostragem de 56 jornais. Em Santa Catarina, serão investigados os jornais A Notícia, Hora de Santa Catarina, Diário Catarinense e Jornal de Santa Catarina. No Rio Grande do Rio Grande do Sul: Diário Gaúcho, Diário de Santa Maria, O Pioneiro e Zero Hora.

Cada impresso terá suas páginas analisadas integralmente, sob o método da análise de conteúdo (Herscovitz, 2007; Krippendorff, 2004). Serão coletadas informações com o

objetivo de demonstrar com que amplitude o jornalismo cidadão aparece nas páginas, em uma reflexão qualitativa e quantitativa. A investigação abrange textos e fotos, selos e marcas que identifiquem os leitores-repórteres, na capa e contracapa, demais editorias, suplementos e cadernos, de segunda a domingo.

O plano metodológico – provisório e em construção – inclui o mapeamento de unidades textuais que contenham as informações explícitas sobre a produção dos leitores-repórteres, conforme a Análise Cateórica pré-definida, envolvendo matrizes como: autoria textual, assinatura, citação, participação e identificação.

Com o mapeamento realizado, será feita classificação das produções, com base em critérios jornalísticos como: produção do lead (obediência ou não), equilíbrio de fontes (uma ou mais fontes), a narrativa (em 1ª ou 3ª pessoa), atualidade (é factual ou não), interesse público (interessa a mais pessoas ou apenas ao autor), gênero (informativo ou opinativo) e domínio de estilo.

O passo seguinte será realizar pesquisa de campo junto às oito redações. Pretende-se conhecer como cada veículo compreende o jornalismo cidadão e de que maneira os jornalistas interpretam a participação dos leitores. Para isso, serão realizadas entrevistas semi-estruturadas (Becker, 1999) com editores e repórteres que têm ligação direta com as contribuições dos leitores.

A proposta de realizar uma visita exploratória à redação é relevante para acompanhar o cotidiano dos jornalistas e descobrir de que modo a rotina é afetada pela interferência do público.

Ainda se discute a aplicação de questionário fechado junto aos leitores-repórteres, caso se tenha acesso a emails. O objetivo é obter respostas como “Por que participaram?”; “O que os motivou?”; “Já ouviram falar no termo jornalismo cidadão?”, “O que entendem por ele?”; “Costumam colaborar frequentemente?”; “Com quem frequencia isso acontece?” e “Ao contribuir, você acha que exerce sua cidadania?”; “Você se sente agindo como um jornalista?”.

Essas respostas poderão dar condições de interpretar a visão do público sobre a interação prometida pelo jornal, estabelecer uma amostragem qualitativa desse processo como um todo, realizar balanço do material amador e de que forma (e se) ele apresenta influência na qualidade da informação jornalística.

7. Bibliografia

BARCELOS, Marcelo S. **O leitor como pauteiro virtual na redação do Diário de Santa Maria.** Monografia de graduação (TFG) apresentada ao curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano (Unifra), 80 p. 2008.

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo open source:** discussão e experimentação do *OhmyNews International* (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2006.

BECKER, Howard S. **Métodos de pesquisa em ciências sociais.** 4 ed. São Paulo: Editora Hucitec, 1999.

BOHÈRE, G. **Profissão: jornalista.** Um estudo dos jornalistas como trabalhadores. São Paulo: LTr; [Brasília]: OIT, 1994.

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. **We Media:** How audiences are shaping the future of news and information. Media Center at American Press Institute, 2003. Disponível em: http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf. Acesso em: 20 ago. 2010.

CARDOSO, Marcelo Herondino; ANDRADE, Rafael. **Modelos para o jornalismo cidadão e uma análise do cenário brasileiro.** 2002. Disponível em: www.versoereverso.unisinos.com.br. Acesso em: 16 set. 2010.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2008.

DINES, Alberto. **O papel do jornal – uma releitura.** 4 ed. São Paulo: Summus, 1986.

FIDALGO, Joaquim. **O jornalista em construção.** Portugal: Porto Editora, 2008.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media.** Lisboa: Presença, 2005.

JENKIS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Metodología de análisis de contenido.** Teoria e prática. Barcelona: Paidós, 1990.

KARAM, Francisco. **Jornalismo, ética e liberdade.** São Paulo: Summus, 1997.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (orgs). **Metodologia de pesquisa em jornalismo.** Petrópolis: Vozes, 2007.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

OUTING, Steve. **The 11 layers of citizen journalism.** Poynter Online. 2005. Disponível em: www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126. Acesso em: 18 ago. 2010.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias.** Trabalho apresentado no VIII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação, 2006, São Leopoldo. Anais, 2006.

QUADROS, Claudia Irene. **A participação do público no webjornalismo.** Artigo apresentado no III Encontro de Pesquisadores em Jornalismo, 2005, Florianópolis, Santa Catarina.

SELLTIZ, Claire. **Métodos de pesquisa nas relações sociais.** 2 ed. São Paulo: EPU, 1987.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa e transnacional. Volume II. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Porto Alegre: Sulina, 2006.