

O JORNALISMO CIDADÃO NA INTERNET

GRZESIUK, Mariana Dourado¹

RESUMO

Através da Internet – ferramenta que tem como característica marcante a interatividade – é possível que o cidadão comum se torne um repórter, relatando suas histórias e notícias, publicando suas fotos e até seus vídeos. Assim, o usuário da rede passa a ser também produtor de informações e com isso, aumenta a quantidade de vozes na mídia. Isso significa uma ampliação da esfera pública, descrita por Habermas (1984) como o lugar de debate racional entre os cidadãos sobre assuntos relacionados à regulação da sociedade. Não podemos deixar de lado problemas como a fragmentação desse espaço na Internet, da infoexclusão e da falta de credibilidade das informações que são produzidas por aqueles sem formação jornalística. Entretanto, aproveitar o potencial participativo pode trazer melhorias para o jornalismo, transformando-o em uma prática mais horizontal e plural. Além disso, o jornalismo cidadão é a oportunidade do público se expressar sobre o que lhe interessa e preencher as lacunas da mídia tradicional.

Palavras-chave: jornalismo cidadão, democracia na Internet, mudança na esfera pública.

INTRODUÇÃO

Ferramentas como *blogs*, *fotoblogs*, salas de bate-papo, *e-mail* e *sites* pessoais desenvolveram práticas que permitem que qualquer pessoa seja capaz de disseminar informação. Uma vez que o usuário da Internet passa a ser também produtor de

¹ Jornalista graduada em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, na Faculdade Assis Gurgacz (FAG) – Cascavel – PR.

informações, presenciamos um processo de democratização da comunicação. Como afirma Stevens:

Qualquer pessoa com uma linha telefônica pode se transformar em um porta-voz de sua localidade, com um alcance da voz mais amplo do que se poderia pensar. Através do uso das páginas da *Web*, serviços de correio eletrônico e grupos de notícias, o mesmo indivíduo pode se tornar um panfleteiro (STEVENS *apud* DIZARD, 2000, p.258).

. Um dos fatores que facilitam o processo participativo por parte do público é a crescente acessibilidade à Internet e às tecnologias, como câmeras integradas a aparelhos celulares, além de serviços que tornam simples a manutenção de um *site*. Tal avanço tecnológico facilitou também as produções em vídeo, até pouco tempo atrás restritas a especialistas, pela necessidade de conhecimentos técnicos e altos investimentos em aparelhos. Com uma câmera simples, como uma *webcam*, os internautas são capazes de fazer pequenas produções e disponibilizá-las na Internet. O *site* You Tube², por exemplo, virou febre e se tornou referência no compartilhamento de filmes na Internet. Criado em fevereiro de 2005, o *site* já tem disponível mais de 70 milhões de vídeos produzidos por internautas de todo o mundo.

O recurso da participação do público começa a ser usado pelas grandes mídias de comunicação, denominando essa produção como *user created content*³. O *site* Terra, por exemplo, criou o canal VC Repórter, especialmente para a participação de pessoas comuns na produção das notícias. O grupo de comunicação O Estado de S. Paulo tem um canal parecido, porém voltado às imagens: o Foto Repórter. As fotos dos internautas, sejam de máquinas digitais ou de celulares, passam por uma triagem e são divulgadas no *site*. Elas podem ainda ser publicadas nos jornais impressos e, se isso acontece, o autor da fotografia ganha um pagamento no mesmo valor que um *freelancer* profissional recebe. Desde maio deste ano, o *site* G1⁴, portal de notícias da Rede Globo, também possui um canal para publicações dos internautas, o VC no G1⁵. Com uma marca especial, as matérias dos leitores vão para o ar junto com as

² <<http://www.youtube.com/>>

³ Tradução da pesquisadora: conteúdo criado pelo usuário.

⁴ <<http://www.g1.com.br/>>

⁵ <<http://g1.globo.com/VCnoG1/0,,8491,00.html>>

produções de repórteres profissionais. Há ainda *sites*, como o Brasil Wiki⁶, inteiramente produzidos por amadores, em estrutura de colaboração.

Mesmo recente, a prática pode ser considerada um avanço em termos de democratização da produção comunicacional, com matérias feitas por qualquer pessoa, descentralizando o poder de veiculação e provocando uma ruptura no modo de divulgação que era de um para todos e se transformou em um fluxo informativo de todos para todos (MORAES, 2001).

O presente artigo faz parte do trabalho monográfico da autora, que ainda está andamento. Pretende-se com ele, discutir a validade do jornalismo praticado pelo cidadão sem formação jornalística. Assim, é discutida a descentralização do poder de comunicação que a grande rede proporciona e a ampliação do espaço público que decorre do uso dessas ferramentas democráticas. Mesmo com problemas como a infoexclusão e a falta de credibilidade, entende-se que a prática cidadã da notícia tem potencial para incluir novas vozes, novos assuntos e novos valores na prática jornalística – tornando-a mais horizontal.

1. A DEMOCRACIA NA INTERNET

A Internet⁷, que foi fundamental para a implantação do sistema global⁸, também é palco de surgimento de experiências democráticas e comunitárias, proporcionando o desenvolvimento de mídias alternativas. As características da rede nos permitem afirmar que ela é capaz de criar um ambiente propício para o desenvolvimento de uma

⁶ <<http://www.brasilwiki.com.br/>>

⁷ Desenvolvida em 1968, nos EUA, a Internet era uma forma de garantir comunicação emergencial, caso o país fosse atacado militarmente. Aos poucos passou também a ser usada no meio acadêmico e científico, até que abandonou o caráter militar para se desenvolver como rede de comunicação. Expandida para outras finalidades, a rede acabou se desenvolvendo e trazendo uma infinidade de serviços. Mas o uso expressivo da Internet e a ampliação do número de usuários só aconteceram com a criação da *World Wide Web* (1989) que facilitou o acesso à rede. Seu primeiro *boom* foi em 1996/7 com uma explosão de sites, *chats*, portais e serviços de busca. A partir daí, a convergência multimídia, a velocidade e a interação tornaram a Internet na imensa rede de fluxos comunicacionais que pode ser observada atualmente (FERRARI, 2003).

⁸ Com a globalização, os países passam a ser interdependentes, devido à intensa troca comercial e cultural entre eles. O liberalismo impera para deixar passagem livre para o comércio; países concentram forças em acordos multilaterais; o mundo passa a estar interligado e os transportes e a comunicação são elementos chave no desenvolvimento dessa sociedade. Pois para assegurar a integração mundial, as tecnologias se desenvolvem com o objetivo de manter uma comunicação rápida e segura entre países, empresas e organizações (DIZARD, 2000). E uma das ferramentas mais significativas desse processo é a Internet (CASTELLS, 1999, p. 68)

‘inteligência coletiva’ – denominação que Lévy (1999) usa para se referir à comunidade de usuários conectada pelas ferramentas de interação e assentada por princípios de diálogo, cooperação e participação (MORAES, 2001). A comunicação na *web* é capaz de eliminar distâncias e oferece custos de manutenção menores. O armazenamento de informações torna-se sem limites. E-mails, *newsgroups*, *mailing list*, *chats* e serviços de mensagem instantânea abrem possibilidades para discussões em grupos e troca de informações em tempo real. Mais do que oferecer informações diversificadas, a Internet permite que o indivíduo divulgue a sua própria informação sem o intermédio de ninguém. “O ciberespaço encoraja uma troca recíproca e comunitária, enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional na qual os receptores estão isolados uns dos outros” (LÉVY, 1999, p.203).

É assim que a Internet abre espaço para novas vozes, novos atores sociais; propõe o pluralismo, a diversidade informacional, a liberdade de acesso e alternativas concretas à massificação industrial. Possibilitando a inserção de personalidades antes anônimas, a rede promove a descentralização do poder enunciativo que antes se concentrava nas mãos das grandes empresas e grandes monopólios – não que a diversificação das mensagens tenha diminuído o poder ou o controle dos meios de comunicação de massa, como lembra Castells (1999), mas estes não passam a atuar como únicos. Os indivíduos deixam de ser representados e passam a ser reconhecidos pela própria voz através de seus próprios relatos e suas próprias linguagens (BARBERO In: MORAES, 2003); passam a ser co-autores do processo de construção do conhecimento (CASTRO, 2005). A própria necessidade ativa do internauta clicar, digitar o endereço do *site*, já o coloca em posição de comando de um processo que exige constante seleção, combinação e interação em uma dinâmica não-linear da navegação proporcionada pela hipertextualidade⁹. Assim, os usuários podem assumir-se como atores comunicantes e não mais espectadores (MORAES, 1997).

Entretanto, é impossível deixar de lado a infoexclusão, como Moraes (2003) adverte, afirmando que a Internet tem validade como alternativa, mas que a total democracia não passa de uma ilusão. Contudo, a falta de igualdade nos acessos e os

⁹ Uma série de blocos de textos jornalísticos conectados entre si por palavras-chave e possibilitando ao leitor diversos caminhos de leitura (PERUZZO, 2003).

riscos de um mau uso não devem ser considerados motivos para uma opinião contrária à tecnologia da rede que, de uma forma ou de outra, tem proporcionado grandes avanços na democracia da informação, possibilitando relações horizontalizadas, com ampla possibilidade de participação dos cidadãos. E mesmo ainda longe de ter o acesso total a todos os habitantes do planeta, o número de usuários cresce com enorme velocidade.

A Internet tem tido um índice de penetração mais veloz do que qualquer outro meio de comunicação na história: nos Estados Unidos, o rádio levou trinta anos para chegar a sessenta milhões de pessoas; a TV alcançou esse nível de difusão em 15 anos; a Internet o fez em apenas três anos após a criação da teia mundial (CASTELLS, 1999, p. 439).

Nas últimas décadas, a mídia sempre foi acusada de reduzir os indivíduos a situações passivas, tornando-os isolados, manipuláveis; agora a Internet contribui para o aparecimento de novos atores sociais (FREITAS, 1999). Com voz própria, o meio contribui para a interação e mobilização pelos direitos da cidadania, propondo outros modelos de militância, levando os indivíduos a um maior engajamento político e incentivando as lutas sociais e defesas de direitos. O cidadão passa a agir ativamente na vida comunitária, na atividade política e no uso público e argumentado da razão, ou seja, na esfera pública.

2. ESFERA PÚBLICA AMPLIADA

De acordo com Habermas (1984), a esfera pública pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público. Seu contexto de formação está intimamente ligado com o surgimento da burguesia, quando as pessoas se reuniam em salões, cafés e círculos de leitura para a discussão e debate sobre assuntos relacionados à regulação da sociedade e crítica ao poder do Estado. Dessa forma, podemos resumir esfera pública como “a reunião de um público [...] que constroem [SIC] uma opinião pública, com base na racionalidade do melhor argumento, e fora da influência do poder político e econômico, e da ação estratégica” (ALMEIDA, 1998, p. 1). Ela representa o uso público da razão entre indivíduos livres e capazes de

argumentar, em defesa de bens comunitários. Regida pelos princípios de acesso a todos e de igualdade, a esfera pública burguesa descrita por Habermas (1984) é usada como ponte de ligação entre a comunidade e o governo.

A necessidade de ampliar o debate enquanto esfera transformou a imprensa em uma das principais instituições da argumentação pública. Isso também é devido à esfera pública ser considerada o lugar da comunicação, do debate e da participação cívica. Os jornais passam a ser “porta-vozes e condutores da opinião pública, meios de luta da política partidária” (BÜCHER *apud* HABERMAS, 1984, p.213).

A formação moderna da opinião pública [...] ocorre inicialmente em espaços íntimos de discussão de idéias, com apresentação em primeira-mão das obras, para medir reações, transferindo-se, depois, para os debates mediatizados pelos meios impressos (HABERMAS 1984, p.213).

Nos anos 30 do séc XIX, o lucro passa a ser uma necessidade e os jornais se tornam grandes empreendimentos capitalistas, baseados na publicidade e nos anúncios. A esfera pública, “inserida no ciclo da produção e do consumo, não é capaz de constituir um mundo emancipado” (HABERMAS, 1984, p.190). Passa então, a seguir uma lógica capitalista, interessada na vendabilidade. Notícias passam a ser mercadorias e as redações adotam políticas de objetividade e imparcialidade política. Por conseqüência, “o conteúdo e o formato das mensagens são personalizados para o denominador comum mais baixo” (CASTELLS, 1999, p. 416) e o consumo esvazia o debate crítico-racional dos meios de comunicação. “O raciocínio desaparece por trás do véu das decisões tomadas internamente sobre a seleção e apresentação do material” (HABERMAS, 1984, p.201). Rodrigues (2006) argumenta que os *media* têm possibilidade de dar origem ao debate, “mas seu desenvolvimento tem transformado o princípio da publicidade em instrumento de interesses pré-estabelecidos” (THOMPSON *apud* RODRIGUES, Catarina, 2006, p.21).

Já o ciberespaço nasce sugerindo um campo de práticas coletivas que resgatariam essa noção iluminista de espaço público burguês. Para Lévy (1999), a Internet “desenvolveu-se a partir de uma prática assídua das trocas de informações e conhecimentos, que os filósofos das luzes consideravam como sendo o principal motor

do progresso” (LÉVY, 1999, p. 245). Ao dar voz a todos, a *web* representa um avanço na democratização da informação e amplia a esfera pública.

Catarina Rodrigues (2006) faz a ressalva: além da ampliação da esfera pública, as novas tecnologias representam uma fragmentação, uma vez que segmentam a audiência em diversos nichos específicos – porque mesmo podendo alcançar grandes audiências, poucos *sites* na *web* conseguem tal proeza. “Num vasto oceano de informação, as vozes individuais afogam-se. O pretendido caráter democratizador da Internet dilui-se na sua imensidade inabarcável” (ESTALELLA *apud* ROGRIGUES, Catarina, 2006, p. 67). O próprio Habermas (2006) alerta quanto à fragmentação. “O preço do aumento positivo do igualitarismo, com o qual a Internet nos brinda, é a descentralização dos acessos”.

Mas mesmo de forma fragmentada e desigual, a Internet não deixa de colaborar para a ampliação da esfera pública social – através de uma interatividade até então inexistente, que abriu espaço para práticas sociais mais igualitárias.

3. JORNALISMO CIDADÃO

Também chamado de jornalismo participativo ou *open source*, o jornalismo cidadão é aquele em que as audiências atuam ativamente na produção das notícias, propondo que qualquer pessoa possa produzir e publicar matérias. É quando os indivíduos passam a ter papel ativo na recolha, análise, escrita e divulgação de informações – funções que antes eram restritas aos meios de comunicação (RODRIGUES, Sofia, 2003). Tal modalidade ainda é uma prática recente, mas que vem ganhando cada vez mais espaço – principalmente na Internet, devido às ferramentas interativas que proporcionam um acesso às mídias de forma rápida, fácil e econômica.

O jornalismo deixou de ter mão única para ser um processo em que estão desaparecendo as barreiras entre produtores e consumidores de informação – e no qual o jornalista perdeu a exclusividade do manejo e da transmissão de notícias. [...] A idéia central é a de que a elaboração da notícia está se tornando um processo contínuo, colaborativo e interativo. Este processo tem como características principais a transparência e a participação (CASTILHO, 2004).

Nos atentados em Madri e em Londres, no *tsunami*, na tragédia de New Orleans, várias foram as pessoas que tiraram do bolso uma máquina fotográfica ou celular com câmera e registraram os acontecimentos que, disponibilizados na Internet, percorreram o mundo. O poder do público se multiplicou em relatos, fotos, áudios e vídeos amadores em *blogs* e outros *sites* afins. Graças a essa mobilização foi possível ter acesso a imagens que dificilmente teriam sido feitas pela mídia tradicional – uma vez que é impossível prever esse tipo de acontecimento e estar com uma equipe de reportagem de plantão no lugar.

A potencialidade das pessoas participarem das redes cibernéticas não mais como meras receptoras, mas também como produtoras da mensagem (PERUZZO, 2002) resulta no fenômeno crescente de um tipo de mídia comunitária, feita para e pelas pessoas em geral. O avanço está no uso de ferramentas interativas baseadas em “estruturas não verticais onde os pólos de emissão e recepção têm flexibilidade suficiente para se alternarem de modo semelhante à conversação oral” (CUNHA FILHO *apud* PERUZZO, 2002, p.3). No meio digital, desaparece a separação rígida entre os que fazem as notícias e os que recebem as informações.

Gillmor (2004) explica o fenômeno comparando-o a um diálogo, ao contrário das mídias tradicionais, que para ele seriam como palestras ou discursos, onde poucos falam para muitos apenas ouvirem. A elaboração das notícias e as ferramentas de publicação passam a ser de domínio público e não mais reservadas a umas poucas empresas de comunicação (CASTRO, 2007). “A notícia pode ser produzida por n mãos e, assim como os softwares, pode mostrar o resultado de um trabalho conjunto, não mais sujeito a uma hierarquia institucional, mas unicamente comprometido com o interesse pessoal de voluntários” (BRAMBILLA *apud* CASTRO, 2007, p. 9).

A participação do público pode ser aproveitada de diversas maneiras, desde comentários, sugestões de pautas, envio de fotos e vídeos até a produção e manutenção de *sites* inteiros de forma colaborativa, como nos *sites wiki*¹⁰, nos quais todos podem publicar conteúdo (sem passar por nenhum tipo de aprovação) e também modificar o conteúdo publicado.

¹⁰ Abreviação do inglês “*what I know is*”, que significa: “o que eu sei é”.

Devido à relevância e à popularidade da criação coletiva na web e ao crescimento desse tipo de conteúdo, a revista americana *Time* elegeu “você” como a Pessoa do Ano de 2006¹¹. Entretanto, algumas questões éticas devem ser levantadas. Afinal, uma vez que os cidadãos-jornalistas não têm formação acadêmica, eles não entendem dos conhecimentos de escrita e de ética da profissão. Sendo assim, não se pode ter garantias quanto à veracidade das informações ou aos cuidados em relação ao que escrevem (RODRIGUES, Sofia, 2006). Além disso, a Internet também propicia o anonimato, que pode ajudar em denúncias, mas também atrapalha na credibilidade.

Para Brambilla (2006), é aí que entra o papel dos jornalistas. Com sua formação, valores e práticas adquiridos na carreira, o profissional da comunicação deve atuar na edição do conteúdo criado pelo público, organizando o vasto material e emprestando a credibilidade necessária à atividade jornalística. Catarina Rodrigues (2006) também partilha da mesma opinião. “Qualquer um pode publicar, mas a necessidade de um mediador ainda existe” (RODRIGUES, Catarina, 2006, p. 63). Nesta reconfiguração, o jornalista teria como principal função juntar as idéias e dá-las um formato agradável ao público. Assim, “[...] desmistificaria o jornalista como um propagador de pontos de vistas soberanos, instituindo-o como alguém que consolida uma informação que vem do público, a que se acrescenta a importância que o jornalista assume no estímulo à discussão pública de pautas com diferentes enfoques” (BRAMBILLA, 2006, p.53).

Com a frase exposta no *site* pessoal¹²: *my readers know more than I do*¹³, Gillmor defende que os jornalistas devem aprender com seus leitores, incluí-los de forma a acrescentar à produção, mostrar diferentes pontos de vista. “*Tomorrow’s news reporting and production will be more of a conversation [...] The lines will blur between producers and consumers [...] The communication network itself will be a medium for everyone’s voice, not just the few who can afford to buy multimillion-dollar printing presses [...]*”¹⁴ (GILLMOR, 2004, p. 5).

¹¹ Matéria de Lev Grossman, publicada no dia 13 de dezembro de 2006, disponível em: <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html?aid=434&from=o&to=http%3A/www.time.com/time/magazine/article/0%2C9171%2C1569514%2C00.html>>. Acesso em: 3 de setembro de 2007.

¹² Disponível em: <<http://www.dangillmor.com/>>. Acesso em: 3 de setembro de 2007.

¹³ Tradução da pesquisadora: Meus leitores sabem mais do que eu.

¹⁴ Tradução da pesquisadora: O futuro da produção de notícias será mais como uma conversa (...). As linhas divisórias entre produtores e consumidores irão deixar de serem nítidas (...). A rede de comunicação em si será meio

Escrevendo sobre o que lhes interessa, o público preenche lacunas que a mídia tradicional não dá conta, seja por falta de interesse ou de tempo e espaço. “Os cidadãos-jornalistas não podem substituir os jornalistas, mas podem ‘obrigar’ o próprio jornalismo a mudar, no sentido de estar mais atento a questões e perspectivas que lhes escapam” (RODRIGUES, Sofia, 2003).

A visibilidade dada aos temas agendados pelos media nem sempre satisfaz os receptores da informação que se refugiam noutras formas de comunicar em espaços informais de discussão onde contribuem com a sua opinião própria e enriquecem o debate, seja sobre a atualidade seja sobre um tema específico ou alternativo (RODRIGUES, Catarina, 2006, p.22).

O público passa a interferir nos conteúdos e nas grades de programação, proporcionando surgimento de novas linguagens e novas práticas comunicativas. Além de resgatar a prática comunitária da notícia feita para o público e pelo público, Castro (2007) afirma que na teoria o jornalismo produzido coletivamente tende a ser de melhor qualidade,

“porque possibilita diversos olhares sobre o mesmo tema, que será checado pelo mediador e pelos próprios leitores [...]. Além disso, abre espaço para outras formas de pensar, analisar e falar ou escrever sobre o mundo que não estejam restritas as informações que chegam diariamente pelas agências transnacionais de notícias que pertencem a menos de 10 conglomerados de comunicação” (CASTRO, 2007, p. 9).

Dessa forma, o jornalismo cidadão abre a possibilidade para novas vozes dentro do espaço público e pode levar à transformações que tragam melhorias para o jornalismo enquanto prática social. Afinal, a possibilidade de serem desmentidos ou confrontados levará os meios de comunicação a serem mais cuidadosos com o conteúdo, atentos a alternativas, novas perspectivas e preocupados em atender às expectativas de um público ativo, pensante.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

para divulgação das vozes de todos e não apenas dos poucos que podem pagar por uma multimilionária máquina de impressão.

Ferrari (2003) descreve três fases distintas pelas quais passou o jornalismo digital. A primeira foi a pura e simples transferência dos conteúdos dos produtos originais impressos para a rede. A segunda é marcada pela criação de algum material original e enriquecimento com hiperligações. É só na terceira fase que os jornais criam conteúdos exclusivamente *online*.

O uso intensivo da interação e a participação do público na produção de notícias vêm modificando as práticas jornalísticas e podem ser consideradas características de uma quarta fase. Nessa etapa, as mídias deixam de ser instrumento de empresas privadas para serem ferramentas de visibilidade e estímulo do debate público (ALMEIDA, 1998). “[...] [as mudanças] apontam para a debilitação do controle político do jornalismo e para a existência de um campo jornalístico que é, cada vez mais, uma arena de disputa entre todos os membros da sociedade” (RODRIGUES, 2006, p. 56).

Práticas como o jornalismo cidadão são válidas porque permitem a inclusão de outras vozes na esfera pública, trazem pontos de vistas diferentes, assuntos antes escondidos ou obtusos. E essas ações têm potencial para provocar mudanças de qualidade nos conteúdos dos meios de comunicação (PERUZZO, 2002). Pois, uma vez que o público pode facilmente apontar erros e desmentir discursos, o jornalismo se verá forçado – mais do que nunca – a incluir os diversos lados das histórias, com o intuito de manter a credibilidade que conquistou. Ele passará a ter maiores cuidados com o conteúdo que publica e que será lido por uma audiência ativa e, portanto, atenta, crítica e desconfiada – diferentemente da massa passiva que tudo aceita.

O jornalismo cidadão traz a noção de dever da mídia em contribuir para a revitalização da vida pública, favorecendo o debate e ajudando a sociedade a se conhecer e agir pela cidadania (PERUZZO, 2002). E mais do que nunca, a função do jornalista como mediador desse processo é imprescindível para organizar a grande quantidade de informações que surgem na grande rede diariamente. Principalmente, porque o conteúdo cidadão carece de uma característica essencial para a troca de informações: a credibilidade. Mas juntos, jornalistas e público podem construir uma comunicação melhor. E a profissão não vai deixar de existir. Ao contrário, ganhará força com a colaboração dos cidadãos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Jorge. **Mídia, Opinião Pública ativa e Esfera Pública democrática**. 1998. Trabalho apresentado no GT Comunicación, Médios de Difusión y Política del IV Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación (IV ALAIC).

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

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. Volume 1. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.

CASTILHO, Carlos. Mudanças na produção da notícia. **Observatório da Imprensa**. 10 de agosto de 2004. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=289ENO001>>. Acesso em: 24 de agosto de 2007. Não paginado.

CASTRO, Coserte. O sistema nacional no espaço global. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano (orgs). **Mídia Cidadã**, utopia brasileira. São Paulo: Metodista, 2005.

DIZARD, Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

FREITAS, Hélio. **Nem tudo é notícia**: o grupo Folha na Internet. 1999. Dissertação para mestrado em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, SP.

GILLMOR, Dan. **We the media**: grassroots journalism, by the people, for the people. Sebastopol: O'Reilly Media, 2004.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da Esfera Pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

_____. **O caos da esfera pública**. Folha de São Paulo, 13 de agosto de 2006. Disponível em: <http://www.acesa.com/gramsci/?page=visualizar&id=561>. Acesso em: 29 de setembro de 2007. Não paginado.

MORAES, Denis de. **Globalização, Mídia e Cultura Contemporânea**. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

_____. **O Concreto e o Virtual**: mídia, cultura e tecnológica. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

_____ (org). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Editora Record, 2003.

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

PERUZZO, Cicília. Sociedade da informação no Brasil, desafio de tornar a Internet de todos para todos. In: _____; BRITTES, Juçara (orgs). **Sociedade da informação e novas mídias: participação ou exclusão?** São Paulo: Intercom, 2002.

_____. Webjornalismo: do Hipertexto e da Interatividade ao Cidadão Jornalista. **Revista Verso e Reverso**. Ano XVII – 2003/2. Número 37. Disponível em: <<http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=1&s=9&a=3>>. Acesso em: 24 de agosto de 2007.

RODRIGUES, Catarina. **Blogs e a fragmentação do espaço público**. 2006. LABCOM, Universidade da Beira Interior, Covilhã - Portugal. Disponível em: <<http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/pdfs/rodrigues-catarina-blogs-fragmentacao-espaco-publico.pdf>>. Acesso em: 24 de agosto de 2007.

RODRIGUES, Sofia. **Jornalismo versus Jornalismo cidadão**. Outubro de 2006. Disponível em: <<http://publicacoes-fac.blogspot.com/2006/10/jornalismo-versus-jornalismo-cidadao.html>>. Acesso em: 24 de agosto de 2007. Não paginado.