

**JORNALISMO PARTICIPATIVO:  
O LEITOR COMO ELEMENTO ATIVO NOS SITES NOTICIOSOS**

**PARTICIPATORY JOURNALISM:  
THE READER AS AN ACTIVE ELEMENT IN NEWS SITES**

**Marta Eymael Garcia Scherer**

Doutoranda em Teoria Literária pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)  
Professora da Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL)  
martascherer@gmail.com

**Saraga Schiestl**

Bacharel em Comunicação Social pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL)  
saraga.s@gmail.com

**RESUMO**

A popularização da Internet e dos meios eletrônicos promove diversas mudanças na forma de se fazer jornalismo. Com o estabelecimento dos canais de informação dentro de sites da rede mundial de computadores aparece um novo 'repórter': o cidadão comum, aquele que deseja manifestar alguma problemática de seu cotidiano. Analisar esta nova forma de passar informação, intitulada jornalismo participativo ou jornalismo cidadão, é ao que esse artigo se propõe. Como objetos de estudo foram escolhidos os canais brasileiros de jornalismo participativos dos portais iG e Terra, respectivamente *Minha Notícia e vc repórter*. A proposta desta comunicação é analisar quem é este cidadão repórter e como o jornalista deve agir ao receber esta matéria, advinda de uma pessoa que não possui o menor conhecimento sobre as "regras da arte" do fazer jornalístico.

**Palavras-chave:** Jornalismo participativo. Webjornalismo. Internet.

**ABSTRACT**

The popularization of the Internet and electronic media promotes several changes in the way of doing journalism. With the establishment of information channels within the World Wide Web sites from computers, it appears a new 'reporter': ordinary people who want to express some of their daily problems. Analyzing this new way of passing information entitled participatory journalism or citizen journalism is what this article proposes. As the object of

study were chosen Brazilian participatory channels of journalism, in the iG and Terra portals, respectively *Minha Notícia e Vc reporter*. The purpose of this way of communication is to examine who is this citizen reporter and how the journalist should act when receiving this subject-matter, coming from a person who does not have any clue about the “rules of the art” of doing journalism.

**Key-words:** Participatory journalism. Webjournalism. Internet

## 1 INTRODUÇÃO

O advento da Internet pode ser considerado uma revolução para a área da comunicação social também pelo fato de levar muitos cientistas da comunicação a repensar formatos e estratégias de como se fazer jornalismo dentro de uma rede tão ampla, que pode, em um sistema apenas, englobar meios impressos e audiovisuais. Obviamente, muitas perguntas surgem com todas essas mudanças. Afinal de contas, transformam-se todos os conceitos teóricos desenvolvidos até agora e desenvolve-se uma nova teoria, baseada apenas em atributos de um jornalismo que deve ser produzido para a Internet?

Neste sentido, surge a questão norteadora deste artigo. Após análises de sites noticiosos da Internet, percebe-se a quantidade de canais disponíveis dentro destes sites para a participação integral do leitor, como forma de incentivar o cidadão a participar da produção de um jornal. O que ficou conhecido por muitos autores como jornalismo participativo ou jornalismo cidadão ainda possui mais perguntas do que respostas, principalmente por ser uma maneira recente de transmitir informações e interagir com o público leitor. Afinal, uma porta de contato direto com as redações jornalísticas se abre para aquela pessoa que antes era pouco mais que mera expectadora.

É certo que, desde muito tempo, os leitores são convidados a enviar suas cartas com críticas e comentários às redações. De um tempo para cá, o fato do cidadão participar ativamente de fóruns na Internet para expressar a sua opinião, semelhante às cartas dos jornais impressos, também se tornava comum. Os próprios blogs, páginas pessoais em que qualquer pessoa pode expressar sua opinião e publicá-la livremente na Internet difundiu-se de forma incrível. Porém, nunca o leitor foi tão imprescindível para um jornal como o é na web.

Para concretizar este trabalho foram analisados dois sites noticiosos que permitem essa relação aberta com seu leitor: o *vc repórter* do Portal Terra e o *Minha Notícia* do Portal iG. Ambos os canais são exclusivamente de jornalismo participativo e tiveram suas matérias



investimentos do Portal Terra foram na qualidade do serviço de banda larga. O retorno foi certo, já que no ano de lançamento o Portal já abocanhava 50% do mercado de banda larga no Brasil, sendo considerado até hoje o maior provedor brasileiro.

O Portal foi pioneiro ao lançar, em setembro de 2000, a TV Terra, que desde seu início contava com mais de 8 horas de programação diária ao vivo, além de oferecer um acervo com mais de 100 mil peças de áudio e vídeo. “O Jornal do Terra, programa jornalístico multimídia lançado em outubro de 2002, é exibido ao vivo em três boletins diários: 11h, 15h e 17h30” (TERRA, 2004). O canal de jornalismo participativo do portal Terra iniciou em fevereiro de 2006.

Para garantir a isenção da responsabilidade quanto às notícias enviadas pelos canais de jornalismo cidadão, tanto o Portal iG quanto o Terra disponibilizam aos seus colaboradores normas para a publicação. O leitor encontra estas normas todas as vezes que decide publicar uma notícia nova em cada portal.

O ponto em comum mais relevante entre os dois portais e as regras criadas por ambos é que os dois canais deixam claro que, todas as notícias enviadas serão analisadas criteriosamente, e caberá ao jornalista responsável a sua publicação ou não. Portanto, segundo critérios estabelecidos pelas redações, o jornalista possui a autonomia de publicar ou não a matéria enviada pelo repórter-cidadão. Estas afirmações ficam claras através da leitura destes itens grifados nos textos de ambos os sites: “Todos os textos serão analisados pelo pessoal do iG e o iG se reserva a decisão de publicar ou não” (iG, 2008) e “O TERRA se reserva o direito de não veicular material que atente contra a ordem pública, a moral e os bons costumes e que infrinjam a legislação aplicável” (TERRA, 2008).

Os dois portais também deixam claro que, se publicados, o conteúdo das matérias torna-se propriedade dos sites e ficará disponibilizado em suas páginas por tempo indeterminado. Porém, ambos se reservam o direito de incriminar o autor da matéria caso haja algum problema quanto ao direito autoral da notícia enviada. Para assegurar a identidade do repórter-cidadão, nenhum dos sites permite a utilização de pseudônimos. Para enviar a notícia, deve-se preencher um cadastro completo com RG ou CPF e informar o nome completo.

Além de esclarecer as regras aos leitores que enviam suas notícias aos portais, um manual de redação simplificado também foi publicado, para que os cidadãos comuns possam ter ao menos as bases de como se realiza uma matéria para um jornal na web.

Entre as normas, pede-se que a pessoa busque, na matéria, responder aos questionamentos básicos do jornalismo: o que? Quando? Onde? por que? Quem? e como?.

Além de solicitar ao participante que escreva de forma clara e objetiva, com palavras simples, frases curtas, evitando o uso de gírias e buscando escrever com o mínimo de erros nas palavras da língua portuguesa. “Textos com muitos erros têm menos chances de serem publicados e os erros podem não ser corrigidos” (iG, 2008). Os dois portais ainda esclarecem que, para ser publicada, a matéria precisa ser imparcial, ou seja, o leitor não deve se posicionar sobre o que estiver escrevendo, e também deve possuir credibilidade, assegurando que os fatos relatados são verdadeiros.

A preocupação mantida pelos dois sites noticiosos analisados, quanto aos direitos sobre as matérias divulgadas em seus portais, têm base na Lei dos Direitos Autorais nº 9610/98, de 19 de fevereiro de 1998, que assegura: “aquele que cria a obra intelectual será considerado como o autor desta e a quem deve ser reconhecida a autoria, ou seja, a criação da obra” (LEITE, 2004, p. 54). Leite acrescenta que todo e qualquer autor possui o direito sobre suas obras, invenções e textos e, portanto, considerando-o proprietário intelectual do que produziu (2004).

No contexto digital, Leite conclui que houve uma mudança significativa no modo de se ver o Direito Autoral. Para ele, agora toda pessoa pode tornar-se o criador, produtor, distribuidor e consumidor de uma obra, fato que não difere muito do jornalismo participativo, onde o autor cria, produz, distribui e tem a possibilidade de consumir sua obra publicada em sites noticiosos. Este fator é para o autor uma questão que dificulta de certa forma os entendimentos de direito autoral.

O fato de que no universo digital uma pessoa pode se tornar, de uma única vez o produtor, o criador, o distribuidor e o consumidor de uma obra, além de permitir o surgimento de novos modelos comerciais (aparecimento de novos negócios e empresas), pode representar uma mudança social tendo em vista a alteração na forma como a sociedade interage, pois, anteriormente, os papéis de produtor, criador, distribuidor e consumidor eram exercidos por diferentes indivíduos dentro da mesma comunidade (LEITE, 2004, p. 211).

Em âmbito jornalístico, entendemos a afirmação de Leite da seguinte forma: enquanto as novas mídias como a Internet ainda não haviam se consolidado, existia uma separação das tarefas entre os autores, produtores e distribuidores de uma matéria. Diferentemente do que acontece agora, quando uma só pessoa realiza todas as funções dentro de uma redação *online* e, com um agravante ainda maior no jornalismo participativo, onde um não jornalista pode realizar todas as funções citadas.

Nesse sentido, entende-se que a autoria de todos os textos, fotografias, áudio e vídeos publicados dentro dos canais de jornalismo participativo, são de integral responsabilidade de seus autores. Porém, como menciona o artigo “Art. 46. Não constitui ofensa aos direitos autorais: I – a reprodução: (a) na imprensa diária ou periódica, de notícia ou de artigo informativo, publicado em diários ou periódicos, com a menção do nome do autor, se assinados, e da publicação de onde foram transcritos” (BRASIL, Lei dos direitos autorais, 1998). Entretanto, apenas o portal Terra respeita a legislação publicando todas as matérias com o nome completo do autor; em algumas notas enviadas pelos leitores de iG aparece apenas o primeiro nome do autor, ou até mesmo no lugar do nome aparece o título do Blog que enviou a nota.

O portal Terra informa a seus jornalistas colaborativos que fica como responsabilidade do Terra utilizar ou não as matérias enviadas, assim como, editá-las da melhor forma, como fica claro nos termos disponibilizados em seu portal para que os repórteres cidadãos concordem antes de enviar sua matéria: O Portal iG não faz nenhuma referência aos artigos da Lei em seu contrato com o leitor, porém, deixa claro que todas as informações enviadas podem ou não ser publicadas, assim como esclarece que as matérias são de total responsabilidade de seu autor.

Cabe como direito moral do autor de qualquer obra o fato “o de assegurar a integridade da obra, opondo-se a quaisquer modificações ou à prática de atos que, de qualquer forma, possam prejudicá-lo ou atingi-lo, como autor, em sua reputação ou honra” (BRASIL, 1988). Nesse sentido, o autor Plínio Cabral, no livro *Direito autoral: dúvidas e controvérsias*, assegura que o direito moral do autor é “inalienável, irrenunciável e imprescritível” (CABRAL, 2000, p. 84), portanto, este direito perdurará enquanto a obra existir. Desta forma, as matérias enviadas pelos leitores, independente de editadas ou não pelos jornalistas responsáveis, permanecerão como responsabilidade de seus autores durante todo o tempo em que se mantiverem publicadas nos portais. Após esta explanação sobre os direitos autorais, cabe apresentar a análise realizada das matérias publicadas nos Portais iG e Terra.

### 3 ANÁLISE

Na semana compreendida entre os dias 22 a 28 de setembro de 2008 foram observadas as publicações dos canais de jornalismo participativo iG e Terra. A quantidade de

matérias publicadas foram 19 no vc repórter do Portal Terra e 95 no canal Minha Notícia do Portal iG, totalizando 114 matérias enviadas por leitores nos dois sites. As matérias catalogadas por dia podem ser observadas no quadro abaixo:

**Tabela 1: Quantificação das matérias por dia**

DIA / QUANTIDADE	VC REPÓRTER DO PORTAL TERRA	ÚLTIMO SEGUNDO DO PORTAL IG
22 de setembro	02 matérias	20 matérias
23 de setembro	03 matérias	19 matérias
24 de setembro	05 matérias	19 matérias
25 de setembro	03 matérias	09 matérias
26 de setembro	01 matéria	11 matérias
27 de setembro	05 matérias	09 matérias
28 de setembro	-	09 matérias

A publicação das matérias nos dois portais foi feita diariamente, - com exceção do vc repórter que não publicou no domingo, dia 28 – sempre nos horários entre as 9 horas da manhã e 9 horas da noite.

Como os dois sites possuem critérios diferentes para a classificação das matérias, para viabilizar a pesquisa, as matérias foram distribuídas entre as seguintes categorias: Tecnologia, Sexo, Educação, Cinema, Shows e Música, Famosos, Bizaras, Pesquisas, Polícia, Trânsito, Esportes, Economia, Mundo, Saúde, Geral e Televisão. Os resultados da pesquisa quantificando por dia as matérias dentro dos sites, separadamente, podem ser observados no quadro abaixo:

**Tabela 2: Classificação das matérias publicadas no site Último Segundo**

DATA	22	23	24	25	26	27	28
CATEGORIA	QUANTIDADE DE MATÉRIAS POR DIA						
Tecnologia	0	0	1	0	1	0	0
Sexo	6	4	4	4	2	1	0
Educação	0	0	0	0	1	1	0
Cinema	2	2	0	0	0	0	0
Shows/Música	3	4	2	0	2	1	1
Famosos	4	3	4	0	3	2	2
Bizaras	1	3	2	3	0	1	2
Pesquisas	1	0	1	0	1	0	0
Polícia	2	1	1	0	0	2	0
Trânsito	1	1	0	0	0	0	0
Esportes	0	1	2	1	1	1	0

Economia	0	0	1	2	1	0	0
Mundo	0	0	1	0	0	0	0
Saúde	0	0	0	0	0	1	0
Geral	0	0	0	0	0	0	0
Televisão	0	0	0	1	0	0	0

**Tabela 2: Classificação das matérias publicadas no site vc repórter**

DIA	22	23	24	25	26	27	28
CATEGORIA	QUANTIDADE DE MATÉRIAS POR DIA						
Tecnologia	0	0	0	0	0	0	0
Sexo	0	0	0	0	0	0	0
Educação	0	0	0	0	0	0	0
Cinema	0	0	0	0	0	0	0
Shows/Música	0	0	0	0	0	0	0
Famosos	0	0	0	0	0	0	0
Bizarras	0	0	0	0	0	0	0
Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0
Polícia	2	1	1	0	0	0	0
Trânsito	0	2	1	1	0	1	0
Esportes	0	0	0	0	0	0	0
Economia	0	0	0	0	0	0	0
Mundo	0	0	0	0	0	0	0
Saúde	0	0	0	0	0	0	0
Geral	0	1	3	1	1	4	0
Televisão	0	0	0	0	0	0	0

Através da análise criteriosa das tabelas 1 e 2, podemos perceber grandes diferenças entre o que é publicado no site vc repórter e no Último Segundo. Claramente vê-se a diferença de público entre os dois sites: no vc repórter existe uma preocupação do leitor em publicar assuntos mais factuais e relevantes para a população. Percebe-se que provavelmente, mesmo sem saber, os leitores dos dois sites sempre *supervisionados* pelos jornalistas dos veículos, preocupam-se com os critérios de noticiabilidade que Nelson Traquina defende dentro da Teoria Interacionista:

Os acontecimentos constituem um imenso universo de matéria-prima; a estratificação deste recurso consiste na seleção do que irá ser tratado, ou seja, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia, numa palavra – ter noticiabilidade (newsworthiness). Aliás, a questão central do campo jornalístico é esta: o que é notícia? O seja, quais os critérios e os fatores que determinam a noticiabilidade dos acontecimentos (TRAQUINA, 2005, p. 180).

No caso do jornalismo participativo, vemos então claramente a necessidade de perceber o que é ou não noticiável. Se pensarmos que tudo o que foi publicado dentro dos

dois sites é notícia, podemos pensar que existe uma grande diferença no público que é alvo destes canais de jornalismo participativo. Neste sentido, vale lembrar Michael Schudson, citado por Jorge Pedro Sousa, no livro *Teorias da Notícia e do jornalismo*, quando o autor aborda que:

poderíamos explicar as notícias em função de três tipos de forças interligadas e interatuantes: uma ação pessoal, uma ação social e uma ação cultural. Desta forma, [...] seria possível traçar um quadro explicativo sistemático e global para termos as notícias que encontramos em cada meio sociocultural e em cada momento histórico. (SCHUDSON *apud* SOUSA, 2002)

Parafraseando Schudson, entende-se que as forças pessoais que movem as notícias são aquelas que resultam parcialmente das pessoas e de suas intenções. As sociais são fruto do meio organizacional onde elas foram construídas e, as ações culturais nascem do sistema cultural onde elas estão inseridas. No caso do jornalismo participativo, entendemos que estas três forças movem o repórter-cidadão a escrever suas notícias e enviá-las. Na análise, este fato ocorre tanto no vc repórter quanto no Minha Notícia que, apesar da diferença das publicações - um mais voltado à cidadania e outro mais voltado ao mundo de fofocas – existe um padrão: os leitores enviam o que para eles é interessante e vale ser noticiado.

Neste sentido, podemos ter como base o fato que tudo é notícia, de acordo com os autores do artigo *Manual de jornalismo cidadão*. Segundo Ana Foschini e Roberto Taddei, qualquer fato ocorrido pode ser noticiado, o que muda é o alvo deste fato, pois, de acordo com os autores, o que interessa a uma pessoa pode não ser interessante ou relevante para outra.

Existem interesses diferentes em relação a um tema, de acordo com a pessoa ou grupo que recebe a notícia. Você pode querer saber mais detalhes sobre isso ou aquilo, enquanto o seu vizinho se interessa mais pela repercussão. Em outras palavras, é difícil satisfazer a todos os leitores (FOSCHINI e TADDEI, 2008, p. 27).

Apesar da obviedade, a passagem faz-se necessária, principalmente se remetermos às publicações do portal iG. Nelas, ao contrário do vc repórter, existe uma preocupação muito maior com a quantidade de matérias publicadas, sem realmente questionar se aquilo merece ou não devida publicação. Em uma matéria como a publicada pelo Último Segundo no dia 23 de setembro com o título “jogadoras alemãs oferecem nudez em troca de patrocínio”, entende-se ela como uma matéria enviada por um blogueiro, visto que no final da matéria existe um link para o blog de quem a enviou.

Portanto, este tipo de informação que não possui a intenção de transformar a possibilidade de interação propiciada pela Internet em uma real participação do jornalismo

cidadão que, como o próprio nome confirma, parte dos princípios da cidadania. Então, se fossem seguidos esses preceitos, as matérias enviadas por leitores deveriam ser selecionadas a partir do ideal de expor o que acontece na sociedade em que o “jornalista cidadão” está inserido.

Cabe, então, remeter ao dicionário e encontrar o conceito de cidadão: “[De cidade + -ão<sup>2</sup>] S.m. I. Indivíduo no gozo dos direitos civis e políticos de um Estado, ou no desempenho de seus deveres para com este. 2 Habitante da cidade. 3. Pop. Indivíduo, homem, sujeito [...]” (FERREIRA, 2004, p.465). Se levarmos em conta, portanto, a definição do dicionário, o jornalista cidadão deveria buscar informações que fossem relevantes para transformar aquilo que é do seu cotidiano, da sua vida, em notícia. O portal iG isenta sua responsabilidade quanto aos assuntos enviados, colocando entre suas regras que: “o único critério editorial quanto à publicação de notícias ou destaques na página principal do iG é o **próprio interesse do internauta** em relação a assuntos que ele acredita ser importante dividir com os demais internautas [Grifo do site]” (iG, 2008).

Partindo desta afirmação do Portal iG e analisando as tabelas 2 e 3, visualiza-se a quantidade de matérias publicadas no Minha Notícia é muito maior do que no portal Terra. Tomando por referência o dia 22 de setembro, o Último Segundo publicou 20 matérias em seu canal de jornalismo cidadão, sendo que deste total, seis delas remetiam a algum assunto relacionado a sexo. No mesmo dia de análise, o vc repórter divulgou apenas duas matérias, ambas relacionadas a assuntos considerados da editoria de polícia: uma matéria que se referia à descoberta de onze corpos em um rio do interior do Paraná e outra que abordava o fato de um vereador ter sido assaltado em uma cidade da Grande São Paulo. As duas matérias enviadas para o portal Terra foram escritas por leitores das cidades onde os assuntos eram fato, logo, entende-se que exista uma maior credibilidade para o assunto, visto que quem escreveu a notícia, possui uma proximidade muito maior com o fato ocorrido. Ao contrário do que acontece no canal Último Segundo que, neste dia, publicou como manchete uma matéria que relata a venda da virgindade de uma ex-participante de um *Reality Show* italiano. A notícia, enviada através de um blogueiro que faz link para sua página pessoal no site, ganha apenas a definição de fofoca, sem levar em consideração os critérios de noticiabilidade. Para Nilson Lage (1999), por exemplo, o papel da notícia hoje ressalta o direito à informação e frisa a liberdade que o cidadão tem de informar e de receber a informação.

Os critérios de noticiabilidade também podem passar por interesses mais fortes. Nos dois casos dos portais analisados podem existir influências do setor comercial das empresas

jornalísticas, que publicam matérias de diferentes estilos e voltadas a públicos distintos para atender às exigências dos patrocinadores. Matérias de fofoca e que contemplem o mundo das celebridades, constantemente publicadas pelo Último Segundo do iG chamam mais a atenção de uma categoria do público leitor, do que as matérias publicadas no Portal Terra, normalmente mais sérias e com uma contextualização social. Para Landemann, as políticas editoriais de cada veículo passam a interferir de forma intensa na publicação. A autora explica este fato citando Berguer quando o autor frisa que:

Acrescentamos a aprovação do anunciante e a apreciação do leitor para contemplar o círculo que ajuda a definir a noticiabilidade e assim, a natureza da imprensa. A questão para um editor é: o que há de novo no mundo hoje que ‘caiba’ (nos dois sentidos) no meu jornal, que conquiste leitores e não se confronte com os que o sustentam economicamente (LANDEMANN, 2008, p. 54).

Entende-se, através das análises, que se delimita para o site Último Segundo um crivo menos apurado pelos jornalistas para a publicação das matérias. Vê-se de maneira estrondosa a publicação de matérias com assuntos tidos como bizarros, a vida dos famosos e pornografia. A quantidade de matérias também é incrivelmente maior do que do Portal Terra. Este fato se deve à possibilidade de uma publicação infinita de matérias que a Internet trouxe e que, de certa maneira, deslumbrou a maior parte dos jornalistas. Ou seja, dá-se mais importância à quantidade e à velocidade da informação do que propriamente ao conteúdo publicado, se aquela matéria realmente está adequada e se encaixa nos critérios de noticiabilidade.

Cabe salientar que a informação, até há pouco elemento de primeira importância em jornalismo, gradativamente passa a ceder espaço para a velocidade (VIRILIO, 1996). Com isso, com o aporte das novas tecnologias, a velocidade vai deixando de lado suas nuances de ordem tecnológica e passa a adquirir valor conceitual, portanto de contornos técnicos (SOSTER, p. 2, 2003).

No trecho citado por Soster, entendemos que mais do que nunca a informação transformou-se em um produto descartável. Afinal, ao contrário do que defendiam os teóricos como Paul Virilo, citado por Soster nesta mesma publicação, dizendo que a notícia no século XX era o único produto que se tornava descartável em apenas 24 horas, podemos afirmar que a notícia no século XXI torna-se descartável no tempo de uma atualização e outra de um webjornal. Isso ocorre principalmente para o leitor que busca notícias tidas como sensacionalistas ou com entendimento de fofoca. A tirania do tempo, como nomeia Sousa (2002), pode levar muitos jornalistas a publicar matérias sem ter certeza se realmente este fato ocorreu.

A pressão do tempo, agudizada pela competitividade, levaria ainda os jornalistas a relatar frequentemente as histórias em situações de incerteza, quer porque nem sempre reúnem os dados desejados quer porque necessitam de selecionar rapidamente acontecimentos e informações (SOUSA, 2002, p. 48).

Neste caso, a matéria publicada pode até gerar dúvida no leitor, que não pode ter certeza se aquele fato aconteceu ou não daquela maneira. Portanto, visto por este viés, não acontece o que Marcos Palácios defende no artigo *Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória*, em que o autor defende uma memória coletiva, na qual a velocidade das informações viria calhar e ser útil para o conhecimento de toda uma população.

A rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização do material nos jornais da web. Isso possibilita o acompanhamento contínuo em torno do desenvolvimento dos assuntos jornalísticos e de maior interesse (PALACIOS, p. 20, 2003).

Este ideal de Palácios é quebrado ao entrarmos em contato com o canal de jornalismo cidadão do Último Segundo, isso porque, como já foi abordado, não há uma interação entre os cidadãos que publicam suas matérias no site, não existe uma preocupação em relatar algo que está acontecendo em seu cotidiano, visualizando o conceito de cidadania já discutido.

Apesar de ainda não ser a forma esperada de se fazer o jornalismo colaborativo, o portal Terra consegue trazer de alguma maneira esta memória sugerida por Palácios. Na matéria intitulada *Ciclistas dizem que cumpriram seu papel*, publicada no dia 23 de setembro, há a participação de três leitores do site.

Dois moradores de São Paulo (SP) e um morador de Belém (PA) enviaram suas notícias sobre a data em que se comemorou o “Dia mundial sem carro”. Cada leitor, separadamente enviou o que foi notícia, de acordo com seus critérios pessoais, em suas cidades. As pautas, enviadas através do jornalismo cidadão ganharam corpo na mão do jornalista responsável que as transformou em apenas uma matéria sobre a comemoração naquelas cidades.

Refletindo sobre esta matéria, podemos entender que este seria o melhor meio de se fazer jornalismo participativo, afinal, esta é a forma de se incluir a participação literal de vários leitores, abordando assuntos relevantes de acordo com o seu ponto de vista. É dar corpo ao que a autora Ana Maria Brambilla defende da seguinte maneira:

A diversidade cultural e intelectual manifesta pela origem de cada cidadão-repórter corrobora o ideal de pluralidade tão caro ao jornalismo. O que mantém essa diversidade é justamente o lugar de fala de cada colaborador. Ao contar as histórias de seu cotidiano, ele não se traveste de jornalista. A riqueza de seu trabalho está, justamente, em ser um médico falando sobre medicina, uma dona-de-casa explicando economia doméstica, um monge budista refletindo sobre a falta de fé dos que lhe procuram (BRAMBILLA, p. 34, 2008).

Este ideal citado por Brambilla pode ser entendido de outra maneira. Afinal, se o jornalista cidadão deveria ser, em teoria, convidado a contar histórias de seu cotidiano, seria natural encontrar na maior parte das matérias publicadas em um site brasileiro de notícias assuntos relevantes sobre cidades e estados do Brasil. Através das análises pudemos perceber a diferença entre a regionalização das matérias publicadas pelos leitores nos dois sites. Observando o quadro abaixo:

**Tabela 4: Países e Estados citados nas matérias**

	VC REPÓRTER	ÚLTIMO SEGUDO
Estados Unidos	0	14
Inglaterra	0	07
Egito	0	01
Alemanha	0	03
Itália	0	02
Quênia	0	01
Canadá	0	01
Índia	0	02
México	0	01
Austrália	0	02
Suécia	0	01
Colômbia	0	01
Irlanda	0	01
Croácia	0	01
Dubai	0	01
França	0	01
China	0	01
São Paulo	07	03
Paraná	03	0
Santa Catarina	01	0
Minas Gerais	01	01
Ceará	0	05
Rio de Janeiro	01	05
Pará	01	01
Amazonas	01	0
Bahia	01	0
Rio Grande do Sul	02	0

Percebe-se através desta quantificação que as matérias publicadas pelos leitores do vc repórter prezam pela divulgação de fatos que ocorreram dentro do Brasil, normalmente na cidade do repórter cidadão, como é o caso da notícia enviada pelo catarinense Jorge Ferla no dia 26 de setembro, na qual o repórter-cidadão relata um congestionamento ocorrido na rodovia SC 401 que causou lentidão no trânsito.

Ao contrário do site Último Segundo, que deu destaque a notícias internacionais, normalmente de pessoas famosas ou de acontecimentos bizarros como de um elefante atropelado por um carro no México. Entende-se que uma matéria como esta não faz parte do cotidiano do leitor que a enviou. Considera-se que o mesmo o fez para ganhar algum tipo de destaque para seu blog, visto que, a mesma matéria foi retirada de uma página pessoal. Coloca-se em dúvida também a forma como o jornalista que recebeu esta matéria realizou a checagem do fato, visto que, os dois portais deixam claro que só publicarão notícias verificadas e tidas como verdadeiras.

Podemos tomar como exemplo contrário ao anterior, a matéria publicada pelo Portal Terra, na qual um morador de Curitiba enviou a notícia que uma rua da capital paranaense foi bloqueada por protestos de moradores por conta da morte de uma menina de cinco anos vítima de atropelamento. Esse sim é um caso de jornalismo cidadão, que procura na notícia, mesmo que regionalizada, apresentando ao público o que ocorre em todos os cantos do país, onde os carros de reportagem dos grandes veículos não podem chegar, mas que pode ser facilmente checada pelo jornalista em sua redação online. É o que Landemann considera a possibilidade de pessoas comuns terem a oportunidade de publicar na Internet informações que sejam próximas à sua realidade, que estejam em seu contexto social e merecem divulgação ampla. u contexto social e merecem ter alguma divulgaçrnet colocada em blocos de texto, e estes devem ser intelig285285285285285285285285285285285285285285285285285

Os títulos e manchetes utilizados para instigar a leitura da notícia podem ser vistos como sensacionalistas no portal iG, como no exemplo: “Ronaldo Fenômeno tenta dar selinho em cunhado e leva tapa na boca”. Matérias como esta permanecem como manchete durante horas na capa do site Último Segundo com o intuito de atrair o leitor.

Ao contrário do portal iG, o Terra busca no vc repórter um instrumento de jornalismo cidadão, no qual matérias como “Incêndio mata 1 no interior do RS”, permanecem como manchete durante o dia, levando o leitor daquela cidade atingida informações do que aconteceu e ainda solicitando que o próprio leitor também atualize a matéria enviando mais informações e fotos. Ana Maria Brambilla resume a responsabilidade do leitor em produzir



mais de 4 parágrafos. Uma matéria publicada com este número de parágrafos foi intitulada de *Avião da TAM retorna a SP após problema técnico*, publicada pelo vc repórter. A matéria foi enviada por um internauta de Passo Fundo, que se preocupou em encontrar fontes para dar voz à matéria. Ao contrário do que aconteceu com a nota enviada por uma leitora ao Portal iG intitulada *Filha de Kurt Cobain e Courtney Love comemora aniversário com tema suicida*. A nota, que possui apenas três linhas de lead, não esclarece aos leitores quem é Kurt Cobain, tão pouco explica quais os motivos que tornaram aquele evento noticiável. Dentro do lead apenas esclarece-se que a garota possui 16 anos, fará um aniversário com tema suicida e que a mesma não possui uma boa relação com o pai. Portanto, a maior parte das informações que aparecem na nota são meramente repetições do título.

Apesar de curta, a menor nota colocada pelo vc repórter garante aos leitores compreensão do que está sendo divulgado. A nota com o título “Vendaval provoca estragos no interior da BA”, publicada no dia 25 de setembro possui apenas o lead e mais um parágrafo, no entanto, apesar de curta, a nota contempla informações da defesa civil baiana no primeiro parágrafo e no lead realiza uma explicação sucinta sobre os estragos causados pela chuva na cidade de Itapetinga. Vale ressaltar também, como já foi debatido no decorrer desta análise, que a matéria do vendaval em Itapetinga também foi enviada por um morador da própria cidade que, conseqüentemente, vivenciou o fato e preocupou-se em divulgá-lo ao país através de um canal de jornalismo colaborativo, fato que – de novo - não se observa na matéria publicada pelo Portal iG, haja vista que certamente a autora não obteve informações junto a uma fonte confiável ou próxima a Kurt Cobain. O que se pode ressaltar quanto à matéria do vendaval no interior da Bahia é que o autor da mesma vivenciou a situação de um jornalista, pois, provavelmente foi em busca das informações na defesa civil, entrevistando as fontes oficiais sobre o caso. A entrevista é, de acordo com Cremilda Medina, uma arte e uma das únicas formas de conhecer a real situação do fato que se tornará notícia.

A entrevista, nas suas diferentes aplicações, é uma técnica de interação social, de interpenetração informativa, quebrando assim isolamentos grupais, individuais, sociais; pode também servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática de informação (MEDINA, 2002, p. 8).

De acordo com Landemann, além das fontes tidas como oficiais, deve-se levar em consideração que o cidadão repórter também pode ser considerado fonte nos casos como os do vendaval em que, como ficou explícito, vivenciou aquela situação. Ao contrário do que acontece nas notas acima citadas publicadas pelo Minha Notícia que “por indicarem um uso precário de fontes, podem deixar dúvidas quanto à consistência, validade e credibilidade do conteúdo” (LANDEMANN, 2008, p. 101).



link para mais informações sobre o assunto em um blog, provavelmente de responsabilidade do autor da nota enviada ao Minha Notícia. Essa forma de utilizar o hipertexto não pode ser considerada a mais adequada, afinal, o autor não se preocupou em informar detalhes sobre participação da atriz na revista masculina, apenas usou o veículo para divulgar seu blog.

Ainda sobre a disposição dos elementos dentro da matéria, Ward defende que uma matéria para ser melhor compreendida dentro da web precisa ser colocada em blocos de texto, e estes devem ser inteligíveis separadamente. Como elucida o autor:

Certifique-se de que cada bloco individual possa “ficar sozinho”. As pessoas podem chegar em uma seção de sua reportagem por meio de outro *site*, lê-la e desaparecer para outro canto da Internet sem tocar no restante da matéria elas devem conseguir ler um único bloco isolado e compreendê-lo. Isso significa que você precisa fornecer orientação editorial e navegacional, além de contexto para seu leitor [grifo do autor] (WARD, 2006, p. 131).

O próprio autor já deixa claro que realizar este tipo de separação em uma matéria é realmente difícil e essa dificuldade pode ser constatada facilmente ao realizar a análise das matérias tanto do vc repórter quanto do Minha Notícia do iG. Na seguinte matéria publicada pelo portal iG,

Apple coloca "Tropa de Elite" em sua página de trailers

O famoso e bem sucedido filme brasileiro "Tropa de Elite" estreou na última sexta-feira, 19, nos Estados Unidos como "Elite Squad" e o teaser já está disponível na [página de trailers da Apple](#).

O trailer, que destaca a relação de amizade entre os personagens Neto (Caio Junqueira) e André Matias (André Ramiro), ficou muito bom e parece melhorar ainda mais as qualidades do filme. (Publicado em 22 de setembro de 2008 <[http://minhanoticia.ig.com.br/materias/498501-499000/498808/498808\\_1.html](http://minhanoticia.ig.com.br/materias/498501-499000/498808/498808_1.html)>)

Mesmo que curta, a nota é explicativa, realiza no lead uma explicação sobre o fato do trailer do filme estar disponível nas páginas da Apple, trazendo também o recurso do hipertexto para as páginas da marca onde pode ser visto o trailer, e no primeiro parágrafo faz um relato sucinto do filme *Tropa de Elite*.

Apesar disso, a nota não consegue realizar aquilo que Ward considera sobre a publicação para a Internet, fazendo-a ser compreensível em seus parágrafos separadamente. A matéria publicada pelo vc repórter também não alcança o que Ward teoriza:

vc repórter: operação lacra shopping em SP

Uma força-tarefa formada por mais de 500 agentes da Receita Federal, Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo (SEFAZ-SP) e das Polícias Federal e Militar cumprem nesta manhã um mandado de busca e apreensão expedido pela Justiça Federal para vistoriar todos os box, lojas e depósitos contíguos em um dos

shoppings e galerias populares na região da avenida Paulista, região central de São Paulo.

Após uma semana de ações conjuntas de combate ao contrabando em dezenas de pontos do interior e litoral do Estado, a Operação Anúbis chega à capital paulista.

A ação conjunta resultou na apreensão e retenção de mercadorias avaliadas em R\$ 17,8 milhões. Cerca de 1,8 mil veículos foram abordados e vistoriados, sendo que 27 foram apreendidos pelo transporte de mercadorias.

Dezenove pessoas foram detidas, sendo dois estrangeiros irregulares no país. A operação também apreendeu de 3 kg de cocaína e 9 kg de maconha.

O mandado autoriza a apreensão de todas as mercadorias sem notas fiscais ou que a importação regular não fique comprovada. Pela decisão da Justiça, há também respaldo para retenção de equipamentos de informática e documentação fiscal encontrada no local.

Durante toda a fiscalização, os agentes contarão com apoio logístico de viaturas, ônibus e um helicóptero da Receita Federal, equipados para ações de combate ao contrabando e à pirataria. (Publicado em 23 de setembro de 2008 - <<http://noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI3203408-EI5030.00.html>>)

Mesmo que esta matéria tenha um conteúdo maior do que a publicada pelo Portal iG, nenhum dos parágrafos pode ser compreendido separadamente. Isso ocorre porque ambos os preferem dividir as matérias em parágrafos curtos – muitas vezes, com apenas duas linhas de texto – com o objetivo de facilitar a leitura do usuário do canal que. Conforme apontam as pesquisas divulgadas por Ward, os textos para a Internet não podem ser maiores do que os publicados em jornais impressos. Nas palavras do autor, é importante que o jornalista “escreva para passar os olhos” (WARD, 2006, p.132), utilizando parágrafos curtos e subtítulos em troca dos grandes blocos de textos encontrados com maior facilidade em jornais impressos ou revistas. Landermann destaca que apenas 12% dos leitores de sites noticiosos leem a notícia na íntegra, ou seja, mais um motivo para que os textos tornem-se cada vez mais curtos na Internet. Para a autora, a falta de texto pode e deve ser suprida com o recurso de imagens para prender a atenção do leitor.

É importante também destacar que o Portal Terra busca uma informalidade na apresentação destas matérias publicadas pelo leitor. O próprio nome do canal “vc repórter” já pode ser considerado uma informalidade, afinal a palavra você vem grafada da maneira mais utilizada pelos internautas e todos os títulos vêm acompanhados pela chamada do canal “vc repórter” e a primeira letra de todos os títulos não vem grafada em letra maiúscula, o que Landemann também considera uma forma de aproximação e diferenciação para aquele estilo de matéria, publicada por leitores para que outros leitores possam lê-las. Vale lembrar que este padrão não é utilizado em nenhuma outra editoria do Portal Terra. Os seguintes títulos podem dar uma noção do que está se elucidando: *vc repórter: acidente fere 3 no interior do PR* e *vc repórter: vendaval provoca estragos no interior da BA*, ambos os títulos foram copiados integralmente do Portal Terra, tendo apenas a fonte e o tamanho de corpo

diminuídos. Já o Minha Notícia procura manter o formato de suas matérias iguais às de outras editorias, no entanto, o iG passou a adotar um selo em todas as publicações que atenta ao Portal concordar com as novas normas ortográficas.

No entanto, apesar de ter-se discutido as formas como as matérias foram divulgadas dentro dos dois portais analisados, cabe entrar em outra vertente do jornalismo participativo: a maneira como é feita a checagem de todos esses fatos. Uma parte importante e complementar de toda a análise, afinal, em momento algum defendeu-se o jornalismo participativo como uma forma de comunicação que possui autonomia para ser feita aleatoriamente, sem uma releitura, verificação e checagem dos fatos. Portanto, este último subitem foi separado da análise propriamente dita devido a sua importância dentro do estudo. A partir de agora, procura-se entender quem é o jornalista para a Internet, quais as suas reais funções a partir do momento em que ele se depara com uma matéria produzida por um não jornalista.

### 3.1 A CHECAGEM DAS MATÉRIAS

Seria irresponsabilidade profissional pensar em publicar qualquer notícia em um jornal impresso, *online*, revista ou em qualquer outro meio audiovisual sem que a informação seja totalmente checada e aferida a sua veracidade. Qualquer jornalista aprende essas noções ainda nas cadeiras da graduação.

Porém, este caso é ainda mais sério se pensarmos que quem escreve as linhas que serão publicadas é um anônimo, uma pessoa que, independente de possuir ou não profissão, desconhece das regras do jornalismo, mas que, por algum motivo, quer fazer-se ouvir através das páginas virtuais de um jornal colaborativo.

A checagem dos fatos transforma-se em um elemento essencial que, na teoria, deveria ser respeitado pelos canais de jornalismo cidadão. No entanto, podemos questionar a idoneidade e a credibilidade de algumas matérias publicadas pelo canal Minha Notícia do portal iG.

Ao analisar matérias do portal iG, encontrou-se algumas que não possuíam o cadastro com o nome completo do cidadão repórter, como é o caso da matéria a seguir:

Ingressos para shows de Madonna no Brasil continuam à venda

*Enviada por Bruna*

22/09/2008 - 15:40. A empresa organizadora dos shows de Madonna no Brasil disponibilizou na última sexta-feira, 19, mais ingressos para as apresentações dos dias 15 e 21 de dezembro, respectivamente no Rio de Janeiro e em São Paulo. [Grifo nosso] (<[http://minhanoticia.ig.com.br/materias/499001-499500/499081/499081\\_1.html](http://minhanoticia.ig.com.br/materias/499001-499500/499081/499081_1.html)>).

Este fato, não incomum no do portal iG de notícias enviadas através de jornalismo cidadão, coloca em cheque o rigor utilizado pela equipe de jornalistas para a publicação das matérias, haja vista que os próprios profissionais deixam de passar o descumprimento das regras propostas pelos editoriais do canal de jornalismo colaborativo, como é o caso da ausência do nome completo da autora na notícia acima.

Outra questão duvidosa quanto à checagem das matérias e amplamente discutida nesta análise é o fato de muitas notícias enviadas por leitores abordarem assuntos internacionais ou com conotação de fofoca. Matérias como estas não podem ser adequadamente checadas e acabam sendo publicadas sem a confirmação dos fatos. A escassez de fontes coloca em dúvida a veracidade das matérias, como podemos perceber nesta, publicada no dia 24 de setembro, que aborda a possibilidade do dono da Playboy perder uma de suas *coelhinhas*.

Hugh Hefner pode perder uma de suas coelhinhas

Enviada por Paulo Draeta

G - <nhas.

a publicada no dia 24 de setembro que aborda a possibilidade do dono da Playboy perder uma de suas co do autor, ou 24/09/2008 - 15:09

Hugh Hefner, que é o dono da Playboy e participa de um reality show em sua própria casa com mais três coelhinhas, pode perder uma delas, que é conhecida como a número 1.

Holly Madison, considerada a atual namorada de Hefner, tem sido fotografada com o mágico Criss Angel.

O dono da Playboy afirma que a ama muito, porém, ela quer se casar e ter filhos, já ele, não pensa nisso.

Outras informações: <http://www.tretando.com/>

Leia mais sobre: [Hugh Hefner](#)

Parte inferior do formulário

([http://minhanoticia.ig.com.br/materias/499001-499500/499081/499081\\_1.html](http://minhanoticia.ig.com.br/materias/499001-499500/499081/499081_1.html)).

Nesta matéria há um sério problema de checagem, isso fica evidenciado se levarmos em consideração que, além do blog citado como fonte, não existe nenhum outro jornal ou fonte para dar alguma credibilidade a informação. Ao contrário do que acontece na seguinte publicação, que aborda uma pesquisa científica, também no portal iG:

Cheiros agradáveis conduzem a sonhos positivos, afirmam cientistas

Enviada por Thiago Almeida

24/09/2008 - 12:40

Bons sonhos são feitos de cheiro agradável. Os resultados do estudo foram apresentadas na reunião anual da American Academy of Otolaryngology, que ocorreu neste mês.

Os pesquisadores da Universidade de Heidelberg, Alemanha, descobriram que quando uma pessoa dorme com algum cheiro agradável, a probabilidade de ter sonhos "agradáveis" é maior. Mas se uma pessoa sente um cheiro desagradável, como o de ovos podres, tende a ter sonhos "negativos".

No estudo, quinze mulheres foram analisadas durante um mês em uma série de testes.

Quando despertadas, as mulheres eram convidadas a descrever os seus sonhos. Segundo os pesquisadores os cheiros influenciam no emocional do sonho.

Outras informações no blog Garoto Pânico

Leia mais sobre: sonhos

([http://minhanoticia.ig.com.br/materias/499001-499500/499052/499052\\_1.html](http://minhanoticia.ig.com.br/materias/499001-499500/499052/499052_1.html)).

Neste caso, nota-se uma preocupação em colocar onde os estudos foram realizados, o que permite ao leitor buscar mais informações a respeito do que foi tratado na própria instituição que desenvolveu a pesquisa.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Após a apresentação de toda a análise realizada com base nos canais de jornalismo participativo, pôde-se perceber que o que é feito nos moldes desta nova forma de comunicação nos sites noticiosos analisados ainda não é o ideal, pois, o jornalismo cidadão deve instigar o leitor a produzir matérias de sua realidade, do seu cotidiano, daquilo que desperta o interesse dele como autor e também despertará a vontade de ler em outro cidadão. Este sentido do jornalismo cidadão foi pouco encontrado nas matérias. A maior parte delas que se encaixa de alguma forma nesta maneira de fazer jornalismo participativo foi publicada pelo Portal Terra, que buscou selecionar assuntos relacionados à comunidade e a aspectos que muitas vezes não seriam publicados por um jornal de maior veiculação por não ser um assunto tão amplo.

O portal iG, ao contrário, dá preferência a um jornalismo mais sensacionalista, que visa investigar a vida de famosos, transmitir notícias bizarras e até relacionadas a pornografia. Essas constatações desvirtuam, de forma perigosa, a prática do jornalismo cidadão. Deve-se instigar o leitor a produzir suas matérias, contar o que acontece em sua rua ou comunidade e não meramente reproduzir aquilo que veículos de fofoca especulam a respeito de assuntos supérfluos. Esta forma de publicação não pode receber o nome jornalismo cidadão: não é jornalismo porque não preza a checagem e idoneidade da matéria, não é cidadão porque não

aborda assuntos do contexto social daquele que escreveu.

Se seguissem os preceitos do jornalismo cidadão, esses canais de comunicação poderiam ser um importante meio de transmissão de notícias, já que, devido ao imenso número de matérias publicadas por dia em um site noticioso, não há como um jornalista estar presente para cobrir *in loco* cada acontecimento. Isso, entretanto, não autoriza o profissional de jornalismo a acomodar-se e simplesmente publicar o que cai em sua caixa de e-mail. É preciso tratar as matérias de jornalismo participativo com a mesma cautela – ou ainda maior – que se tem com qualquer outra notícia. Buscar a veracidade de cada fato, checar as fontes apresentadas é papel do profissional da comunicação e não do leitor que se dispõe a relatar o que acontece de importante em seu dia a dia.

É nesse sentido que preocupa o fato de canais como o Portal iG abrirem espaço para a publicação de matérias e notas como as que foram apresentadas neste estudo. Não há jornalismo cidadão quando não há um cidadão por trás da matéria. Existe apenas uma pessoa que reproduz alguma informação retirada de outro veículo, normalmente um blog, para repercutir algo cuja veracidade não pode ser comprovada, caracterizando, portanto, a fofoca.

Outro aspecto a ser levado em conta é a possibilidade dos canais de comunicação analisados – iG e Terra – utilizarem o jornalismo participativo como uma estratégia de *marketing*, buscando fidelizar seus clientes/leitores, visto que, para muitos pode ser uma maneira de destacar-se dentro de seu grupo social, publicando matérias que poderão ser lidas por qualquer pessoa, em qualquer parte do mundo. Este nome, porque não de assuntos e de famosos, transmitir pontos que abordavam a comunidade e aspectos qu

As 114 matérias publicadas durante a semana analisada foram amplamente lidas e, dentre elas, selecionou-se aquelas que exemplificam o que é, como deveria ser feito e como realmente acontece o jornalismo participativo.

Acredita-se que existe sim a necessidade de considerar o jornalismo cidadão como uma nova fase – a quarta – do webjornalismo. Entretanto, deve-se repensá-la para que possa ser apresentada ao público da melhor maneira possível, sem distorções e principalmente mantendo o compromisso do jornalista para com a ética e a busca pela melhor checagem dos fatos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CABRAL, Plínio. *Direito autoral: dúvidas e controvérsias*. São Paulo: Harbra, 2000.

FOSCHINI, Ana Carmen; TADDEI, Roberto Romano. *Coleção conquiste a rede: jornalismo cidadão você faz a notícia*. Disponível em: <[stream.agenciabrasil.gov.br/arquivos/conquiste\\_a\\_rede/conquiste\\_a\\_rede\\_jornalismo\\_cidadao.pdf](http://stream.agenciabrasil.gov.br/arquivos/conquiste_a_rede/conquiste_a_rede_jornalismo_cidadao.pdf)>. Acesso em: 07 out. 2008.

LEITE, Eduardo Lycurgo. *Direito de autor*. Brasília: Brasília Jurídica, 2004.

LINDEMANN, Luciana. *O perfil da notícia no webjornalismo participativo: uma análise do canal vc repórter*, do Portal Terra. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008. Disponível em: <[http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select\\_action=&co\\_obra=111189](http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=111189)>. Acesso em: 07 out 2008.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos Silva. *Modelos de jornalismo digital*, 1. Ed. Salvador: Editora Calandra, 2003.

MEDINA, Cremilda. *Entrevista: o diálogo possível*. 4. Ed. São Paulo: Ática, 2002.

PUCCININ, Fabiana. *Jornalismo online e prática profissional: questionamentos sobre a apuração e edição de notícias para web*. Disponível em: <[www.bocc.ubi.pt/pag/puccinin-fabiana-jornalismo-online-pratica-profissional.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/puccinin-fabiana-jornalismo-online-pratica-profissional.pdf)>. Acesso em 07 out. 2008.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. A relação entre velocidade e precisão em webjornalismo. *Em Questão*: Porto Alegre, v. 9, n. 2, p. 353-363, jul./dez. 2003. Disponível em <[www6.ufrgs.br/emquestao/pdf\\_2003\\_v9\\_n2/EmQuestaoV9\\_N2\\_2003\\_art08.pdf](http://www6.ufrgs.br/emquestao/pdf_2003_v9_n2/EmQuestaoV9_N2_2003_art08.pdf)>. Acesso em: 07 out. 2008.

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

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são*. Volume I e II. 2. Ed. Florianópolis: Insular, 2005.

WARD, Mike. *Jornalismo online*. São Paulo: Roca, 2007