



Jornalismo Participativo na Internet: Uma Abordagem Sobre os Seus Conceitos e Características¹

Aline Ferreira DURÃES²

Verônica Almeida de OLIVEIRA³

Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos/CESREI, Campina Grande, PB.

RESUMO

Este artigo buscou reunir estudos relacionados ao jornalismo participativo na Internet, conceitos e características. Ao final, chegamos ao entendimento de que o desenvolvimento do jornalismo participativo na Internet está redirecionando os papéis tidos como fixos outrora existentes entre os que faziam as notícias e os que recebiam as informações, além de apresentar uma nova forma de construção da informação na grande rede pautada na colaboração e interatividade.

PALAVRAS-CHAVE: internet; jornalismo participativo; interação.

INTRODUÇÃO

Desde o início a grande rede é marcada pela comunicação. Nos seus primórdios era preciso um sistema que garantisse a troca de informações entre os militares no tempo da Guerra Fria. E com isso, um novo modelo comunicacional passou a existir.

A previsão de Antonio F. Costella (1984) de que por um mesmo caminho eletrônico nos chegariam todas as informações que eram trazidas por meio de livros, jornais, revistas, discos, fitas, telefone, rádio, cinema e televisão, foi concretizada na rede mundial de computadores. Pela possibilidade de reunir e explorar todas as potencialidades dos demais meios, o jornalismo praticado na *web* representa uma revolução no modelo de produção e distribuição das notícias.

Com a popularização da Internet, o surgimento de novos produtores de informação foi inevitável, por isso a comunicação atual depara-se com um estado de superação da postura meramente receptiva de seu leitor, para uma realidade de interação e multimediação que a Internet oferece. A interatividade entre os jornalistas e o seu

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação Multimídia do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Graduada em Comunicação Social – Jornalismo/UEPB, especializando em Mídia e Assessoria de Comunicação/CESREI, mestranda em Literatura e Interculturalidade/UEPB e graduanda em Letras – Inglês/UEPB.

³ Jornalista graduada pela UEPB, mestre em Sociologia pela UFPB, coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Cesrei e da especialização em Mídia e Assessoria de Comunicação.



público baseado nesse veículo tem contribuído significativamente para mudanças expressivas no campo da comunicação. Portanto, torna-se necessário e extremamente pertinente repensar algumas questões sobre o jornalismo praticado nesse meio. Este artigo se propõe como um viés para o entendimento do tema que está revolucionando a comunicação atual: o desaparecimento da barreira que outrora existia entre quem produz e quem consome a informação, ou seja, o jornalismo participativo na Internet. Nosso objetivo é focar o conceito e as características dessa modalidade além das contribuições e riscos trazidos por ela.

ORIGEM E DESENVOLVIMENTO DO JORNALISMO NA GRANDE REDE

Por tratar-se de um ambiente de comunicação novo, o jornalismo produzido na Internet ainda não possui um consenso sobre a terminologia a ser utilizada. Segundo Luciana Mielniczuk (2003) os autores norte-americanos utilizam jornalismo *on-line*, assim como os brasileiros, mas os espanhóis preferem o termo jornalismo eletrônico.

Assim como a definição da nomenclatura, o modo pelo qual as informações jornalísticas foram sendo inseridas na grande rede, também enfrentou um processo. Segundo José Afonso Silva Junior (2002), o jornalismo praticado na *web* passou por três etapas. Os conteúdos noticiosos da primeira fase foram apenas cópias para a *web* do conteúdo de jornais existentes no papel. Na segunda fase vão se adicionando experiências na tentativa de explorar as características específicas oferecidas pela rede mundial de computadores. E na última etapa começam a surgir *sites* exclusivamente jornalísticos que extrapolam a ideia de uma versão para *web* de um jornal impresso já existente. É neste momento que as potencialidades dos portais, *blogs* e *sites* passam a ser exploradas no jornalismo.

O nome portal nasceu da ideia de ultrapassar fronteiras. A estratégia inicial era facilitar e orientar a navegação do usuário pela *web*, o jornalismo nesta modalidade é marcado pelo dinamismo. Os portais procuram noticiar os fatos e eventos no instante em que ocorre, assim, o conteúdo é dado em pequenas doses que vão se complementando ao passo que os detalhes vão sendo apurados.

Como uma ramificação dos portais nasceram os *sites* que logo passaram a ser explorados comercialmente pela possibilidade dos anúncios, hoje, dentro da linha jornalística, segundo J.B. Pinho (2003) existe *sites* de jornais e revistas, *sites* de agências de notícias, *sites* noticiosos especializados e revistas eletrônicas.



Todas essas transformações têm causado mudanças interessantes no processo da comunicação. Uma das mais notáveis é a postura passiva do leitor sendo substituída pelo cidadão que manifesta o seu ponto de vista, sendo ao mesmo tempo portador da informação e gerador de notícias. Uma importante ferramenta que a Internet oferece para esse novo modelo de comunicação, além do portal anteriormente citado, é o *blog* um verdadeiro diário eletrônico que atrai por não exigir conhecimento especializado de computação e ser de fácil acesso, edição e atualização, fatores estes responsáveis pela rápida popularização desta ferramenta.

Assim como a própria essência do jornalismo o *blog* deve ser dotado de atualização constante e interação com os seus leitores, elementos encontrados no *webjornalismo*. A atualização de informações dos *blogs* por ser de caráter particular, ter a velocidade de uma testemunha ocular e ser dotado de uma visão cultural diversa, já é uma importante fonte de informação no mundo, aqui inserimos o *Twitter*⁴. Os *blogs* são boas fontes para os jornais, pois o seu autor tem acesso a informações que escapam aos jornalistas, quer dada a sua posição numa empresa, num partido político ou em qualquer organização. Já em 2002 foi possível observar a versatilidade dos *blogs* quando durante a invasão ao Iraque, Salam Pax publicou a sua própria experiência na guerra e a sua visão dos acontecimentos, em um *blog*⁵.

O *blog* permite uma resposta rápida na geração da informação, além de acrescentar particularidades culturais e aprofundamento mais do que qualquer outro meio, primeiro por existir a necessidade específica de noticiar tudo que seja de interesse particular, segundo terá sempre posicionamentos e debates mais próximos do leitor. Uma fundamental característica dessa ferramenta é a interação existente através da exposição das opiniões particulares do autor e os comentários de seus leitores, esse espaço é explorado principalmente para a criação de diferentes pontos de vistas.

O ato de comentar num *blog* foi um dos passos dado pela Internet para libertar o leitor de sua função passiva e o trazer a uma nova realidade onde ele também é produtor e contestador de informações. E é justamente nessa iniciativa de publicar informações que o cidadão passa a contribuir efetivamente para uma nova realidade de comunicação através da interatividade. Segundo Pierre Lévy (1999) interatividade constitui a ideia da

⁴ Rede social e servidor para microblogging que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos (em textos de até 140 caracteres, conhecidos como "tweets"), por meio do website do serviço, por SMS e por softwares específicos de gerenciamento.

⁵ http://dear_raed.blogspot.com/



participação ativa do beneficiário de uma transação de informação. O ciberespaço veio contribuir nesta realidade.

O ciberespaço é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÉVY, 1999, p.17).

Através do ciberespaço o emissor não mais oferece mensagens, mas caminhos para a busca livre do receptor. Segundo a autora Lúcia Santaella (2004) a mensagem passa a ser um programa interativo que se define pela maneira como é consultado. Ela fornece a pessoa que faz uso desse meio o poder de escolher vários caminhos para ler as notícias, fazer acréscimos de informações e vê-las publicadas imediatamente, participar de votações sobre diversos temas etc.

Agora é possível recorrer a tecnologias capazes de permitir o estabelecimento de uma grande interatividade, que não só articula a informação entre si – através da hiperligação, que tende a excluir a narrativa linear, abrindo-a com um simples clique de rato – mas lhe permite também, integrando a possibilidade do debate ou comentário, interagir com um leitor que já não é, ou já não pode ser meramente passivo (PEREIRA *apud* BEBIANO, 2005).

Na Internet, a análise dos fatos jornalísticos aproxima o repórter do leitor, unindo cada vez mais esses personagens no processo comunicacional. Basta estar conectado para que qualquer um possa expressar sua opinião e até produzir informações. A interatividade faz com que o produtor de conteúdos possa ser o cidadão comum. Dessa forma, a interatividade entre os jornalistas e o seu público baseado na *web* é a característica que mais tem contribuído para o novo jornalismo.

JORNALISMO PARTICIPATIVO NA INTERNET: A NOVA MÍDIA

As facilidades oferecidas na Internet têm causado uma revolução no modo de consumo, interpretação, produção e divulgação de informações. As pessoas comuns passaram a ter as ferramentas para dialogar sem fronteiras. O público assumiu uma postura tipicamente jornalística quando passou a divulgar informações em *blogs* e outras ferramentas da Internet. A separação que outrora existia entre quem produz e quem consome a informação na grande rede desaparece, dando espaço a uma comunicação de todos para todos.



Para o autor Dan Gillmor (2004) por jornalismo participativo entende-se o ato de um cidadão ou grupo de cidadãos desempenharem um papel ativo no processo de recolha, análise, produção e distribuição de notícias e informações. O objetivo dessa participação é oferecer informações independentes, fidedignas, variadas, precisas e relevantes para o funcionamento da democracia.

Segundo JD Lasica (2003) o conceito também pode abarcar iniciativas, tais como: as que propõem a participação da audiência no processo de produção de notícias, como o envio de material para reportagens, publicações e artigos de opinião dos leitores, as que têm intuito de funcionar como publicações independentes de notícias, *sites* e *blogs* em que o conteúdo é construído de forma colaborativa e participativa.

No jornalismo participativo, a produção de notícias passa por muitas mãos, desde a concepção da pauta até o produto final. A notícia não é um fim em si mesmo, mas um ponto de partida para discussão que se estenderá conforme o interesse de seus participantes.

O jornalismo participativo conjuga a troca de mensagens informais de fóruns, listas de discussões e textos formalmente articulados. (...) Trata-se do alargamento do círculo de interessados em entrar na conversa, pois os assuntos nos quais se envolvem dizem respeito intimamente à sua subjetividade e por isso provoca-lhes o interesse da colaboração. Tal interesse guia-se através de apelos subjetivos como a construção de uma reputação comunitária, o estabelecimento de conexões com pessoas de interesses semelhantes dentro e fora da rede, a necessidade de informar e ser informado, de criar, de entreter e ser entretido. (BRAMBILLA, 2005).

A abertura de *sites* noticiosos à construção participativa de notícias é um fenômeno que tem se fortalecido a cada dia. Os atributos que contribuem para o desenvolvimento dessa forma de fazer jornalismo na Internet, segundo Alex Primo e Marcelo Trasel (2006) são: maior acesso à Internet e interfaces simplificadas para publicação e colaboração *on-line*; popularização e miniaturização de câmeras digitais e celulares; a “filosofia *hacker*” como espírito de época; insatisfação com os veículos jornalísticos e a imprensa alternativa.

Em 7 de julho de 2005, a força e o potencial do jornalismo participativo tornaram-se muito claros. Instantes depois do atentado em Londres, imagens dos momentos terríveis começaram a aparecer em *moblogs*, *blogs* atualizados diretamente pelo celular. Testemunhas registraram a retirada dos sobreviventes com seus celulares e enviaram as imagens para a Internet. Mesmo feitas por amadores, eram imagens carregadas de dramaticidade e traziam informações importantes até



para as investigações sobre os autores dos atentados. (FOSCHINI & TADDEI, 2006).

Além da dimensão tecnológica os autores citam a própria filosofia da época, onde os discursos em defesa da livre circulação de informações e do conhecimento, não devem mais ser visto como mercadoria e sim como um bem coletivo que todos podem ter acesso, dessa forma:

A diferença mais óbvia entre o jornalismo participativo e o tradicional é quanto à sua estrutura e organização. A mídia tradicional é produzida por organizações hierarquizadas voltadas para uma atividade comercial. Seu modelo de negócios é o *broadcast* e a propaganda dirigida. Valorizam o fluxo editorial rigoroso, lucratividade e honestidade. O jornalismo participativo é criado por comunidades conectadas em rede que valorizam o diálogo, a colaboração e o igualitarismo acima da lucratividade (BOWMAN e WILLID, 2003, p.12).

De acordo com JD Lasica (2003) podem existir até cinco categorias de jornalismo participativo (participação da audiência em mídia noticiosa, *sites* de notícias independentes, *sites* participativos, *media leves* e *sites* pessoais), que vão desde a simples participação da audiência em veículos tradicionais até os *sites* exclusivamente colaborativos. Esta ruptura do padrão tradicional de distribuição da informação por parte dos jornalistas levanta questões como: os riscos de propagação de informações falsas, a revisão do papel do jornalista e do cidadão enquanto produtor de conteúdos noticiosos.

Partindo do princípio de Pierre Lévy (1999) em que o ciberespaço representa a comunicação todos-todos, onde todos os cidadãos podem ser emissores e receptores, a função do jornalista fica em delicada posição e deve ser reavaliada. Enquanto Pierre Lévy (1999) acredita que o papel do jornalista pode tornar-se dispensável, Marcos Palácios (*apud* WOLTON, 1999) defende que a quantidade de informações disponíveis na Internet faz com que a presença de um mediador que tenha uma competência prévia para determinar que tipo de informação procurar e qual o uso dar-lhe torna-se cada vez mais necessária.

De acordo com John Pavlik (2001) três transformações ocorrem no perfil do jornalista na Internet: ele precisa ser mais do que um contador de histórias; seu papel como intérprete dos acontecimentos é expandido e ele terá uma postura central na ligação entre as comunidades. É necessário que o jornalista observe, corresponda e adiante-se às



necessidades da sua audiência porque o manancial de informações disponíveis na grande rede requer formas alternativas de análise das notícias expostas.

O papel do *webjornalista* pode ser melhor evidenciado, em um primeiro momento, quando colocamos em questão que sua hegemonia como porteiro da informação neste espaço é redimensionado pelas novas tecnologias e pela audiência. Cabe ressaltar que seu papel como mediador de informação passa por alterações significativas de uma “estrutura monopolista” para processos de coenunciação. Nesta readequação, o *webjornalista* deve comportar-se como um agente participativo que, em processos de interlocução, seja capaz de selecionar, hierarquizar, enquadrar e personalizar notícias, levando em conta as potencialidades inerentes à Internet como fonte de pesquisa e escoamento de produção. (ROCHA, 2006).

Algumas críticas existem a respeito da parcialidade nesse novo modelo. Segundo os autores Marcelo Herondino e Rafael Andrade (2006) um dos problemas a ser analisado é a pequena relevância de alguns assuntos abordados. A linha que divide o que é interessante para um determinado grupo e a informação banal é extremamente tênue e pode ser confundida facilmente. Outra questão é a parcialidade, opiniões pessoais sobre assuntos polêmicos ou notícias publicadas podem não refletir a verdade dos fatos, transformando informação em opinião crítica.

Um dos pontos positivos é a descentralização da correção de informações e o preenchimento do vácuo nas notícias publicadas pela mídia tradicional. Segundo Jorge Rocha (2006) a participação da audiência ao promover a checagem da informação é o que garante até que grau à notícia está completa. A informação inicial pode passar por transformações provocadas pela interferência de um usuário como fonte qualificada, alertando o produtor inicial da informação a respeito de quaisquer equívocos, dessa forma esta é uma das características que beneficiam o jornalismo participativo na Internet, já que as correções podem ser feitas de uma forma imediata, ao contrário dos meios tradicionais de comunicação que exigem uma maior demora.

Segundo os autores Ana Carmen Foschini e Roberto Romano Taddei (2006) variados são os perfis de cidadãos jornalistas, esses perfis não são categorias fixas, eles combinam-se. Entre os mais comuns estão: publicador, observador, militante, comentarista e editor. Pode-se observar através dos perfis que existe espaço para todos os que queiram participar da produção de conteúdos informativos.

No Brasil a iniciativa do jornalismo participativo ainda é tímida, sendo necessárias medidas efetivas para sua solidificação. Portais, como: do Grupo Estado, na seção



FotoRepórter⁶. Publica fotos de cidadãos jornalistas, enviadas por qualquer pessoa, através de telefones celulares ou computadores via *e-mail*. Outra iniciativa é a do portal IG, na seção Minha Notícia⁷. Nesse espaço os textos e imagens produzidos por qualquer pessoa podem ser publicados desde que seja um usuário devidamente cadastrado no IG. De acordo com a revista coleção Info Exame (julho/2007) o Minha Notícia recebe, em média, 35 notícias por dia e 60 mil visitantes por mês. Outro canal de jornalismo participativo na Internet brasileira é através do portal Terra, na seção Vcrepórter⁸ onde qualquer pessoa pode contribuir com a produção jornalística, enviando fotos, vídeo, áudios ou depoimentos, por *e-mail* ou pelo celular.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi exposto neste artigo, percebe-se que o surgimento e expansão do jornalismo participativo na Internet não são fenômenos comunicacionais isolados. Eles estão inseridos num contexto intimamente relacionado ao desenvolvimento da computação, da Internet e da cultura “pós-moderna” onde os discursos em defesa da livre circulação de informações e do conhecimento, não devem mais ser vistos como mercadoria e sim como um bem coletivo que todos podem ter acesso.

Percebe-se ainda que os papéis anteriormente definidos devem ser reavaliados. O jornalista outrora porteiro da informação neste espaço do jornalismo participativo na Internet é redimensionado pelas novas tecnologias e pela audiência passando a assumir uma postura de coparticipação no processo de construção dos conteúdos informativos.

Muitos autores defendem que a figura do jornalista neste espaço é necessária para manter a discussão dentro de certos limites.

Quanto ao público ele também tem mudado sua postura, está mais ativo, com pleno acesso ao meio para se fazer ouvir. Neste contexto o “faça você mesmo” está tomando conta das práticas tecnológicas desse começo de século, a emergência do jornalismo participativo é um dos fenômenos mais interessantes e importantes da Internet. Desta forma é natural que os órgãos de comunicação com presença *on-line* tenham evoluído para espaços que disponibilizam aos seus visitantes, formas de discussão, aguçando assim a potencialidade de produtores de informação nos cidadãos comuns.

⁶ http://www.estadao.com.br/fotoreporter/foto_oquee.htm

⁷ http://minhanoticia.ig.com.br/regras_de_uso.html

⁸ <http://www.terra.com.br/vcreporter>



Ainda não existe uma fórmula de sucesso para o jornalismo participativo na Internet, todavia percebe-se que esse novo conceito fincará raízes, a coexistência do cidadão jornalista e do jornalista profissional é o cenário mais que provável para os próximos anos e a colaboração é a palavra-chave desta nova era. Seria pretensioso propor respostas fechadas para as reflexões que se iniciaram ao longo deste exposto, por que o tema é muito recente, assim como o próprio meio que ele utiliza. Todavia aguçar a crítica e fomentar o debate a respeito é mais do que necessário, se quisermos entender essa nova tendência do jornalismo na grande rede.

O desenvolvimento e as exemplificações de conceitos e *sites* apresentados neste artigo auxiliam a entender a prática desse novo jornalismo feito por todos, onde o cidadão tem o poder de transformar a comunicação em um caminho de duas vias, destruindo os papéis rígidos outrora existentes entre os que faziam as notícias e os que recebiam as informações. Para tanto, podemos constatar que isso só foi possível pela presença marcante da interatividade que possibilita uma verdadeira comunicação bidirecional onde os pólos emissores e receptores podem ser constantemente alternados. Um público acostumado apenas em receber informações, passou também a informar. A mudança fundamental é: os jornalistas agora precisam lidar diretamente com o público, por essa razão hoje o jornalista é muito mais cobrado pelas informações que publica. Além da postura do jornalista outras críticas existem a respeito do jornalismo participativo na Internet, tais como: a parcialidade nesse novo modelo e a pequena relevância de alguns assuntos abordados.

Como resultado do exposto, podemos destacar ainda que, o cidadão tem a possibilidade de contribuir na construção do jornalismo participativo na Internet de diversas maneiras, desde a simples participação da audiência em veículos tradicionais até os *sites* exclusivamente colaborativos, por esta razão podemos notar que assim como o pensamento de Dan Gillmor (2004) o jornalismo participativo na Internet é uma tendência que veio para fincar raízes na comunicação “pós-moderna” baseando-se em colaboração e interatividade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAMBILLA, A.M.. **Jornalismo open source em busca de credibilidade: como funciona o projeto coreano OhmyNews Internetional.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.



BELTRÁN, Luis Ramiro Salmón. **Adeus a Aristóteles: Comunicação Horizontal, Comunicação & Sociedade.** Ed nº 6, Comunicação Alternativa – Cultura Popular, São Bernardo do Campo (SP), IMS, 1981.

BOWMAN, Shayne e WILLIS, Chris. *We media – How audiences are shaping the future of news and information.* Commissioned by the media center at The American Press Institute, 2003. Disponível em: <http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf>. Acesso em: 16/09/07(Livro).

COSTELLA, Antonio F. **Comunicação do Grito ao satélite: historia dos meios de comunicação.** 5ª ed. – Campos do Jordão – SP: Editora Mantiqueira, 2002.

FOSCHINI, Ana Carmen e TADDEI, Roberto Romano. **Coleção conquiste a rede – Jornalismo Cidadão, Você faz a notícia.** Creative commons no Brasil, 2006. Disponível em: <http://pt.globalvoicesonline.org/wpcontent/uploads/2007/08/conquiste_a_redejornalismo_cidadão.pdf>. Acesso em: 05/07/07(Livro).

GILLMOR, Dan. *We the Media: Grassroots Journalism by the People, For the People.* Ed. O'Reilly, Sebastopol (Califórnia), 2004.

LASICA, J.D. **What is participatory journalism?** Online journalism review, 2003. disponível em: <<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217116.php>> . Acesso em: 10/07/07 (Artigo).

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

MIELNICZUK, L. **A pirâmide invertida na época do webjornalismo: tema para debate.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25.

2002, Salvador. Anais... São Paulo: Intercom, 2002. CD-ROM _____. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual.** FACOM/UFBA, 2003. Disponível em: <www.facom.ufba.br/pos/gtjornalismo/doc/2003/mielniczuk2003.doc> Acesso em: 10/5/07 (Tese de dourado).

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate.** Portugal: Editora Universidade da Beira Interior, 2002.

PAVLIK, John V. **Journalism and new media.** New York Columbia University Press (2001).

PEREIRA, João Pedro T V. **A voz do público – Os sites noticiosos enquanto espaços de discussão – um estudo e caso.** Portugal: Universidade de Coimbra, 2005. Disponível em: <http://www.jppeira.com/engrenagem/public/a_voz_do_publico2.pdf>. Acesso em: 13/09/07(Artigo).

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação online.** 1ª ed.- São Paulo: Editora Summus, 2003. – (Coleção novas buscas em comunicação; v.71).

PRIMO, Alex Fernando Teixeira e TRASEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias.** UFRGS, 2006. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>>. Acesso em: 06/10/07 (Artigo).

ROCHA, Jorge. **Por conta própria.** Universidade Fumec, 2006. Disponível em: <<http://www.pontoeletronico.fumec.br/blog/index.asp>>. Acesso em: 15/07/07 (Entrevista).



SANTAELLA, Lucia. **Navegar no Ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo.** 1ª ed. São Paulo: Palus, 2004.

SILVA JR., José Afonso. **A relação das interfaces enquanto mediadores de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso.** Trabalho apresentado no XI Encontro Anual da Compôs. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/junior-jose-afonso-interfaces-mediadores.pdf>>. Acesso em: 06/04/07. (Artigo).