

Quem Somos Nós: A Identidade Jornalística sob a Perspectiva de Acadêmicos e Professores da Faculdade Fasipe¹

Helóra Augusta CAMILOTTI²
Gabriela Scroczyński FONTES³
Faculdade Fasipe, Sinop, MT

Resumo

Este trabalho, apresenta algumas discussões que fazem parte de uma pesquisa que está sendo desenvolvida pelas autoras, que visa compreender como se configura a identidade jornalística contemporânea nesse período pós advento da internet. Sendo assim, este artigo busca levantar questionamentos e apresentar discussões que possibilitem conhecer o atual momento vivido pelo jornalismo, que exige um novo posicionamento e uma nova forma de atuação do jornalista, o que implica na reconfiguração do sua identidade.

Palavras-chave: Identidade; jornalismo; tecnologias da comunicação.

Introdução

Este artigo visa apresentar um projeto que está sendo desenvolvido como trabalho de conclusão do curso de Jornalismo, da Faculdade Fasipe, da cidade de Sinop – MT. Trata-se de uma discussão acerca da identidade jornalística, que pretende compreender como ela se configura nesse período contemporâneo pós advento da internet, a partir da perspectiva de professores e acadêmicos do curso de jornalismo da cidade.

Para tanto, faz-se necessário verificar quais eram as características da produção e do profissional jornalistas antes do surgimento da internet e de outras tecnologias da comunicação disponíveis atualmente. Assim como identificar e compreender as mudanças na atuação do jornalista diante do atual cenário comunicacional e de que forma essas mudanças levam a uma reconfiguração da identidade jornalística.

No que diz respeito ao cenário comunicacional existente hoje, algumas questões são evidentes. Primeiro, a internet, dado ao avanço da tecnologia, rompeu as formas

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 19 a 21 de maio de 2016.

² Estudante de Graduação 5º. Semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Fasipe, email: camilotti94@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora Mestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Fasipe, email: gabisrf@hotmail.com

tradicionais de as pessoas se comunicarem. Segundo, o resultado desse avanço é o fenômeno da convergência midiática, ou seja, a junção do texto, imagem e som em uma única mídia (a internet); assim como a criação de ferramentas de fácil usabilidade que viabilizam novos processos comunicacionais e de interatividade. Terceiro, o jornalista ao ter que se posicionar diante do novo cenário de produção jornalística que vem sendo montado, acaba por modificar a forma como realiza algumas atividades, o que pode levar a uma reconfiguração de sua identidade.

Diante de tais apontamentos, é possível afirmar, com segurança, que os avanços das tecnologias da comunicação foram e são os responsáveis pelas principais mudanças em relação à forma de se pensar o jornalismo, de coletar informações, de redigi-las, de divulgá-las e, até mesmo, de recebe-las. Visto que hoje, por exemplo, um jornalista pode tirar fotos, produzir vídeos e textos, editá-los e publicá-los utilizando apenas um celular com acesso à internet.

Um outro exemplo de avanço tecnológico relevante para a área do jornalismo foi o surgimento – e posterior desenvolvimento – da Web 2.0, que forneceu ferramentas de uso simplificado para que usuários da internet pudessem publicar e consumir informações com maior facilidade. Além disso, não se pode esquecer que características de produção específicas para a web, entre elas o hipertexto, e a instantaneidade e o imediatismo na divulgação e no consumo de informações, alteraram o processo de produção do material jornalístico, possibilitaram a atividade de webjornalismo participativo e exigiram (e ainda exigem) que o jornalista se adaptasse a uma nova dinâmica profissional.

E é justamente essa nova dinâmica que gera reflexões e indagações que motivam o desejo de avançar o estudo e buscar compreender o que acontece com a identidade do profissional do jornalismo diante desse cenário projetado pelas novas tecnologias da comunicação; quais são as características que compõem tal identidade e qual a visão que futuros profissionais têm em relação à ela.

Hoje vive-se um momento em que há uma descentralização e um conseqüentemente aumento de informações, principalmente na rede. Pois a partir da popularização de ferramentas de comunicação de fácil utilização, houve uma aceleração na troca de informações entre as pessoas. Nesse cenário o jornalista deixou de ser o único a possuir tanto a informação quanto o acesso às fontes e cidadãos comuns passaram a participar do processo de produção e divulgação de notícias. Ou seja, o processo comunicacional que

anteriormente era de domínio exclusivo do profissional, passou a ser conduzido por diversas mãos.

Com isso cabe questionar: E o jornalista, que identidade ele constrói e necessita para fazer frente a essa realidade? Que características esse profissional precisa assumir ou deixar de lado para se estabelecer nesse novo mercado? Ele ainda é necessário para esse processo comunicacional? Essas são questões pertinentes de estudo, pois a compreensão da reconfiguração da identidade do profissional do jornalismo no período contemporâneo é importante tanto para que aqueles que atuam na área do jornalismo possam compreender o panorama atual, se reconhecerem e se posicionarem enquanto profissionais. Assim como é necessário para auxiliar na formação de novos profissionais na área.

A noção de identidade no tempo presente

Cada tempo que se vive é marcado por características peculiares e acaba por receber denominações em busca de facilitar sua identificação. O período vivido hoje é bastante conhecido como pós-moderno. Fontes (2014, p.16), baseada em Lipovetsky e Charles (2004), esclarece que “a noção de pós-modernidade surge a partir da década de 1970 para designar um período marcado pelo enfraquecimento da racionalidade e pelo surgimento de uma sociedade caracterizada por uma dinâmica de individualização e pela primazia do aqui-agora.”.

Porém existem outras maneiras de designar o tempo presente, Bauman (2001) prefere chama-lo de modernidade líquida, fazendo uma oposição à um período anterior que seria a modernidade sólida. Ele explica que

[...] os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade. Os fluidos, por assim dizer, não fixam o espaço nem prendem o tempo. [...] os fluidos não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la; assim, para eles, o que conta é o tempo, mais do que o espaço que lhes toca ocupar; espaço que, afinal, preenche apenas ‘por um momento’. (BAUMAN, 2001, p. 8).

Sendo assim, é possível entender que o período atual é marcado por diversas mudanças, nada é fixo, tudo se adapta e se altera. O autor ainda aponta que a sociedade atual tem sempre à disposição uma quantidade infinita de possibilidades e oportunidade para explorar, o que faz com que sempre estejam fazendo escolhas que, conseqüentemente, geram mudanças e que “Para que as possibilidades continuem infinitas, nenhuma deve ser capaz de petrificar-se em realidade para sempre.” (BAUMAN, 2001, p. 74).

Essa grande quantidade de possibilidades também tem reflexo na questão da compreensão e da configuração da identidade, pois segundo Bauman (2001, p. 71), “viver em meio a chances aparentemente infinitas tem o gosto doce da ‘liberdade de tornar-se qualquer um’”. Dessa forma, a identidade também pode ser considerada “líquida” e, então, possuir diversas características. De acordo com o autor,

As identidades parecem fixas e sólidas apenas quando vistas de relance, de fora. A eventual solidez que podem ter quando contempladas de dentro da própria experiência biográfica parece frágil, vulnerável e constantemente dilacerada por forças que expõem sua fluidez e por contracorrentes que ameaçam fazê-la em pedaços e desmanchar qualquer forma que possa ter adquirido. (BAUMAN, 2001, p. 98).

Ao discutir a noção de identidade no tempo presente, Fontes (2014) chama atenção para o fato de que “[...] a identidade tanto é usada com a ideia de se diferenciar do outro, quanto para se assemelhar a um grupo, mostrar que pertence a ele.” (FONTES, 2014, p.19). Além disso, Canclini (1999, p. 166) também explica que “Hoje a identidade, mesmo em amplos setores populares, é poliglota, multiétnica, migrante, feita com elementos mesclados de várias culturas.”. Ou seja, conforme as pessoas vivem situações diversas, circulam por diferentes espaços, se relacionam com várias outras pessoas, elas acabam agindo de maneiras diferentes – conforme requer cada momento – e, conseqüentemente, assumindo identidades diferentes.

Nesse cenário, Bauman (2001) explica que no tempo presente, o sentimento de liberdade está justamente nessa possibilidade de a pessoa escolher, alterar, transformar a sua identidade, o seu “verdadeiro eu”.

[...] é a capacidade de ‘ir às compras’ no supermercado das identidades, o grau de liberdade genuína ou supostamente genuína de selecionar a própria identidade e de mantê-la enquanto desejado, que se torna o verdadeiro caminho para a realização das fantasias de identidade. Com essa capacidade, somos livres para fazer e desfazer identidades à vontade. (BAUMAN, 2001, p. 98).

Complementando essa visão apresentada, Canclini (1999) esclarece que identidade passa sempre por um processo de construção e reconstrução, e que isso ocorre, inclusive, com a ajuda de outras pessoas, afinal as relações estabelecidas com o outro contribuem para a definição, construção e compreensão do “eu”. E, então, a identidade pode ser estudada como “processos de negociação, na medida em que são híbridas, dúcteis e multiculturais.” (CANCLINI, 1999, p. 175).

Características do jornalismo contemporâneo

Assim como a sociedade sofre mudanças ao longo dos tempos, a atividade jornalística, por consequência, também passa por constantes transformações. Marcondes Filho (2006), ao fazer um mapeamento desta atividade mostra que hoje se vive o quarto jornalismo, ou quinta fase, que é caracterizada pelo predomínio da utilização da tecnologia, interatividade, alteração na função do jornalista, velocidade na transmissão de informações e crise da imprensa escrita.

Precedendo essa fase estão a pré-história do jornalismo, que vai de 1631 a 1789, que possuía produção artesanal e forma semelhante ao livro; o primeiro jornalismo, de 1789 a 1830, com conteúdo literário e político, com texto crítico; o segundo jornalismo, de 1830 a 1900, marcado pelo início da imprensa de massa e da profissionalização dos jornalistas, surgimento da reportagem e manchetes; e o terceiro jornalismo, de 1900 a 1960, caracterizado pelo aumento da tiragem e momento em que fortes grupos editoriais começam a manipular o mercado.

Dentro desse período do quarto jornalismo, está o webjornalismo, no qual os materiais jornalísticos são incrementados com a utilização de recursos multimídia (sons e imagens), interação (chats, fóruns de discussões), personalização de conteúdo, utilização de hipertextos na construção da narrativa jornalística e constante atualização das informações.

O que sustenta e alavanca jornalismo produzido para as mídias digitais são os recursos tecnológicos disponíveis que oferece ferramentas de uso simplificado. Estes facilitaram, e conseqüentemente alteraram os processos de comunicação e inseriram novas alternativas de interatividade. Na visão de Castells (2005),

A internet está revolucionando a comunicação por sua capacidade de fazer os grandes meios de comunicação entrarem em curto-circuito. O fato de ser uma comunicação horizontal, e cidadão a cidadão, significa que posso criar meu próprio sistema de comunicação na internet [...] Pela primeira vez há uma capacidade de comunicação maciça, não midiaticada pelos meios de comunicação de massa. (CASTELLS, 2005, p. 285-286).

A internet possibilitou, por exemplo, o surgimento do webjornalismo participativo, uma produção independente que possibilita que o cidadão tenha uma participação ativa no processo de produção de materiais jornalísticos; além do aumento das possibilidades de interação do leitor com o veículo e/ou profissional jornalista. Dessa forma, ocorreu uma descentralização da informação e porque não dizer, da produção de conteúdo jornalístico. Com isso, modificou-se o fluxo comunicacional tradicional que seguia a lógica

jornalista→notícia→jornal→leitor e passou a ser jornalista→notícia→site↔usuário (PRIMO e TRÄSEL, 2006).

Essas alterações no processo de produção de material jornalístico refletem diretamente na atuação do profissional do jornalismo. Este até então era a peça principal do processo comunicacional. Era ele quem detinha primeiramente as informações, que possuía acesso às fontes, escrevia e publicava a notícia a ser consumida pelas demais pessoas. Porém a medida em que a internet e as demais tecnologias e ferramentas de comunicação revolucionam a produção jornalística ao permitirem que as pessoas atinjam um maior grau de interação, que produzam e/ou co-produzam e divulguem informações com facilidade e rapidez, faz com que o jornalista profissional mude sua forma de atuação frente a essa nova realidade.

Tanto que uma função antiga do jornalista, que é atuar como *gatekeeper*, ou seja, selecionar informações e decidir quais devem ou não se tornar notícias e serem publicadas, já não faz mais sentido na web. Primeiro porque na web o espaço é ilimitado, não é preciso fazer escolhas pensando no preenchimento de um espaço limitado, como acontece nos meios impressos; segundo, porque a descentralização da informação propiciou que os cidadãos que participam desse processo de comunicação hajam também como *gatekeepers*.

Uma vez que “cidadãos comuns” são transformados em agentes produtivos, conclui-se que eles sejam também portões selecionadores (*gatekeepers*): de tudo que vivenciam, assistem e tomam conhecimento, escolhem o que mais lhes interessa para publicar no veículo on-line. (FONSECA; LINDEMANN, 2007, p. 91).

Porém apesar do jornalista não ser mais o único condutor do processo de produção de notícia na internet, Aroso (2003) afirma que ele permanece insubstituível no ciberespaço. Porque devido ao grande crescimento de informações disponibilizadas na internet, passa a ser necessário filtrar e refinar esse conteúdo e essa atividade legitima a relevância e a necessidade da presença de um profissional da comunicação que possa dar suporte à produção.

Com isso, o jornalista passa a atuar como *gatewatcher*, função que consiste na filtragem do conteúdo enviado pelos agentes do processo de produção do webjornalismo participativo. Conforme Primo e Träsel (2006), com a grande quantidade de informações que passaram a circular na rede e o espaço ilimitado proporcionado por esta, cria-se a necessidade de avaliá-la, mais do que descartá-la (fato que ocorre quando se exerce a função de *gatekeeper*).

Essa grande quantidade de notícias inseridas diariamente na internet gera um questionamento sobre a veracidade das informações concedidas e este fato leva à necessidade de um profissional do jornalismo que dê o suporte já mencionado à produção. Pois, segundo Fonseca e Lidemann (2007), a partir do momento que essas informações são avaliadas por um jornalista, elas passam a deter um dos princípios legitimadores do jornalismo, a credibilidade.

Em outras palavras, no atual momento o jornalista precisa desenvolver a capacidade de gerenciar conteúdo e saber como explorar os diversos recursos que surgem a cada dia. Pois como afirma Primo (2007), se não houver um gerenciamento do conteúdo produzido pelo interagente, esse material ficará perdido na imensidão do ciberespaço, podendo jamais ser lido ou encontrado.

Além disso, a internet, a partir de algumas de suas características – velocidade e instantaneidade – alterou o ritmo de trabalho do jornalista. Buscando a velocidade de atualização de notícias, a rotina do jornalista passa a assemelhar-se a de um funcionário de uma linha de produção, produzindo materiais em série e sempre com a intenção de oferecer maior quantidade de informação em menos tempo.

Essa nova forma de trabalhar pode tornar a profissão banal à medida que se for inserida, tão fortemente, nas regras de mercado pode igualar o consumo de informações ao consumo de qualquer outro produto. A produção jornalística padronizada se dá pelo aumento da quantidade informacional oferecida e possibilitada pela internet, e isso condiciona a pasteurização e previsibilidade do conteúdo.

Os conceitos de cultura de massa e indústria cultural são pré-requisitos para se compreender os contextos econômicos, sociais e culturais em que surgiu e se desenrola o jornalismo contemporâneo e, mais propriamente, a indústria do jornalismo online. Hoje o webjornalismo é uma atividade mercantil com características bem definidas, sejam elas a produção em série, as regras precisas de construção da notícia-mercadoria ou o estabelecimento de saberes e tecnologias próprias. (JORGE; BORGES, 2004, p. 07).

Essa ansiedade em busca da atualização constante de conteúdo também leva a dois sérios problemas. Primeiramente, a ânsia em publicar a notícia o mais rápido possível, muitas vezes leva o jornalista ao erro, pois não tem tempo para checar as informações e revisar o texto. Além disso, aumentou consideravelmente o número de notícias que são produzidas por um jornalista e republicadas por outros, porém sem dar os devidos créditos a autor. Essas duas situações podem fazer com que tanto os jornalistas, quanto os veículos onde trabalham, percam credibilidade diante do público.

Ainda no que se refere a características das atividades do jornalista contemporâneo, é preciso destacar que este, em algumas situações, acaba desempenhando diversas funções que antes eram divididas. Um único profissional acaba se tornando responsável por todo o processo de produção da notícia, desde a elaboração da pauta, até sua edição e divulgação. Esse profissional, além do acúmulo de funções, ainda precisa lidar com uma outra situação, gerada por uma nova dinâmica de mercado, que é a jornada de trabalho. Conforme Fonseca e Kuhn (2009, p. 60) “Mesmo que a legislação estipule uma jornada de cinco horas diárias, é comum que sejam cumpridos, de maneira geral, muito mais do que o tempo contratado, sem remuneração extra.”.

Além disso, as novas tecnologias e ferramentas da comunicação, como os celulares e seus diversos aplicativos, possibilitaram novas formas de os jornalistas desempenharem suas atividades. Como dito anteriormente, munido de um celular, o jornalista consegue fazer pesquisas, realizar entrevistas, tirar fotos, gravar vídeos e, então, produzir, editar e publicar uma notícia rapidamente, assim como fazer entradas ao vivo em programas de rádio e televisão, por exemplo.

Nesse sentido, é preciso ter a clareza de que a internet e demais tecnologias e ferramentas de comunicação digital não apenas mudaram a rotina de produção jornalística no que se refere à novas funções, atividades e características relacionadas à produção para esses meios em específico, elas tiveram impacto também – de modos diferentes – nos meios considerados tradicionais: rádio, televisão, jornal impresso, assim como nas atividades relacionadas à assessoria de imprensa. Contudo não se pode esquecer que essa conjuntura tecnológica está aliada a uma nova conjuntura econômica, que gera uma mudança na dinâmica de mercado e, conseqüentemente, na atividade do jornalista. Segundo Fonseca e Kuhn (2009),

Por conta dessas novas demandas do mercado, as empresas com perfil multimídia perseguem um profissional com habilidades igualmente multimídia, tanto na contratação quanto na requalificação/treinamento dos seus profissionais. Um mesmo repórter deve dominar a técnica de modo a produzir conteúdos para televisão, rádio, jornal e internet. (FONSECA; KUHN, 2009, p. 59).

Diante desse cenário, mais do nunca o jornalista precisa ser um profissional preparado para desenvolver atividades em todos os meios de comunicação, além uma espécie de especialista no uso das novas tecnologias. Contudo, cabe destacar que apenas a qualificação técnica não supre as exigências para uma boa atuação do jornalista, pois esse profissional deve ter a habilidade não apenas de produzir notícias, mas também de

selecionar a informação relevante, de saber enxergar além da superfície, para então conseguir elaborar uma notícia atraente.

Ainda sobre o que se refere a nova dinâmica mercadológica relacionada ao jornalismo, Fonseca e Kuhn (2009), destacam o fato de o jornalismo estar sendo atualmente encarado quase exclusivamente como um negócio e que tal situação – assim como as ferramentas tecnológicas – também causam modificações no conteúdo produzido. Segundo eles,

Matérias que visam mais ao entretenimento e à prestação de serviços ganham espaço em detrimento dos temas de interesse público, sem apelo mercadológico ou em desacordo com o “gosto do leitor”. Também com objetivo de aumentar o número de leitores/consumidores, os conglomerados inseriram a segmentação de conteúdos na lógica jornalística. (FONSECA; KUHN, 2009, p. 60).

Frente a essa realidade, o jornalista profissional se encontra com a necessidade de rever suas atividades constitutivas da profissão em busca da manutenção de seu espaço de trabalho e de se mostrar importante dentro do processo de produção de conteúdo jornalístico. Contudo, vale ressaltar que se trata de uma profissão que atravessou séculos e já enfrentou diversas situações que levaram a mudanças na forma de desempenhar suas funções.

O curso de Jornalismo da Faculdade Fasipe

A Faculdade FASIFE, está sediada na cidade de Sinop – MT, município fundado em 1974, localizado na região norte do estado, a cerca de 500 quilômetros da capital, Cuiabá, e que possui aproximadamente 130 mil habitantes. A Fasipe é uma instituição privada de ensino superior, que atua na cidade desde 2002 e que hoje oferta 19 cursos de graduação, abrangendo as diversas áreas do conhecimento, além de cursos de pós-graduação lato sensu.

Em 2007, a Instituição obteve a autorização do MEC – Ministério da Educação para o funcionamento do curso de graduação em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, entretanto a Fasipe, devido a questões relacionadas à organização e planejamento de crescimento e expansão institucional, só passou a ofertar o curso no ano de 2010. Este já existia em Sinop desde 2005, quando era ofertado pela FACENOP – Faculdade Cenecista de Sinop, que foi incorporada à Fasipe em 2010.

O curso de jornalismo já possui oito turmas formadas desde sua implantação na instituição e possibilita um entrada anual, via vestibular, porém possui regime seriado

semestral. Atualmente conta com 56 alunos matriculados, distribuídos entre as turmas de primeiro, terceiro, quinto e sétimo semestres.

Metodologia

A proposta de pesquisa aqui apresentada, levando em consideração o problema de pesquisa e os objetivos que busca contemplar, optou pela abordagem qualitativa em relação à coleta, organização, análise e interpretação dos dados. Afinal, essa abordagem “[...] considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito [...] que não pode ser traduzido em números.” (SILVA, MENEZES, 2001, p. 20).

Como se pretende compreender a atual constituição da identidade jornalística, frente a um novo cenário comunicacional, pode-se classificar essa pesquisa como descritiva, que se propõe a coletar dados da própria realidade, visando compreendê-la e descrevê-las. Segundo Gil (2002, p. 42), “As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de entre variáveis”.

Sendo assim, para a realização da pesquisa, a primeira etapa cumprida foi o levantamento bibliográfico e a leitura do material coletado. Pois este orientará e manterá atualizada a discussão em relação ao problema de pesquisa, assim como auxiliará na análise dos dados coletados e das questões de pesquisa.

A segunda etapa será o início da coleta de dados por meio de entrevistas com professores e acadêmicos do curso de jornalismo da Faculdade Fasipe. Será utilizado o modelo de entrevista semiaberta, que possui questões semiestruturadas. Segundo Minayo (2008), essa técnica “[...] tem o objetivo de construir informações pertinentes para um objeto de pesquisa, e abordagem pelo entrevistador, de temas igualmente pertinentes com vistas a este objetivo.” (MINAYO, 2008, p. 64).

Para definir os critérios da amostra serão adotados dois critérios qualitativos: o da diversificação da amostra e o da saturação. A diversificação “[...] refere-se à identificação de pessoas que são capazes de analisar, de um modo suficientemente amplo, a totalidade, ou quase totalidade, dos temas, fatos, estratégias, juízos e itinerário do grupo social investigado. (MARRE, 1991, p. 112). O segundo critério, da saturação, não deve ser observado dissociado do primeiro, devem ser inter-relacionados. Pois consiste no fato de

que se define a amostra a partir do momento em que as entrevistas não revelarem mais novo elemento e/ou informações.

E a última etapa da pesquisa consistirá na descrição da análise dos dados coletados, a partir de um cruzamento entre as informações obtidas a partir dos entrevistados e as discussões teóricas apresentadas.

Algumas considerações

Conforme as informações apresentadas – e que posteriormente auxiliarão na interpretação dos dados coletados com os sujeitos de pesquisa – é possível perceber que o jornalismo está passando por um momento de adaptação e de reconfiguração, possibilitada pelos avanços da tecnologia de comunicação digital pós-internet, assim como por uma nova dinâmica de mercado e também por uma dinâmica social. Situação essa que afeta diretamente na configuração e definição da identidade jornalística. São diversas as funções que podem ser desempenhadas e a cada pouco tempo surgem novas formas de poder realiza-las.

Devido a tal situação foi que se julgou necessário discutir qual seria a identidade jornalística contemporânea e compreender qual a visão que professores jornalistas e acadêmicos – futuros jornalistas – têm dessa profissão, afinal, o que é jornalismo e quem é o jornalista desse tempo presente? Qual a sua importância dentro desse cenário que vem se configurando desde o surgimento da internet?

Nesse sentido, este trabalho buscou apresentar a etapa inicial de uma pesquisa, que está andamento, tendo como objetivo levantar questionamentos e apresentar informações e discussões que possibilitem visualizar o atual momento vivido pelo jornalismo e, posteriormente, compreender a identidade jornalística contemporânea.

Referências

ABREU, A. **Jornalismo Cidadão**. Estudos Históricos, Mídia, n. 31, 2003. Disponível em: <http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/339.pdf>

AROSO, I. M. M. **A internet e o novo papel do jornalista**. 2003. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.pdf>.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

- BRAMBILLA, A. M. **A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source**. Sessões do imaginário, 2005. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/reconfig.pdf>>.
- CALTELLS, M. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, D. (Org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005. p. 255-287.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- FONSECA, V. P. S.; KUHN, W. L. Jornalista contemporâneo: apontamentos para discutir a identidade profissional. **Intexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 21, p. 57-69. jul./dez. 2009.
- FONSECA, V.; LIDEMANN, C. Webjornalismo participativo: repensando algumas questões técnicas e teóricas. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 34, p. 86-94, dez. 2007
- FONTES, G. S. **A criação de vínculos sociais: um olhar a partir de universitários da cidade de Sinop – MT**. 2014. 109 f. Dissertação (Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea) – Instituto de Linguagens, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2014.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- JORGE, T.M.; BORGES, L.. **McDonaldização do Jornalismo: o discurso da velocidade**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, 2004. Porto Alegre. Anais. São Paulo: Intercom, 2004
- MARCONDES - FILHO, C. **A saga dos cães perdidos**. 2. ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- MARRE, J.L. **História de vida e método biográfico**. Cadernos de Sociologia, Porto Alegre, v. 3, p. 89-141. jan./jul. 1991.
- MIELNICZUK, L. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. 2003. Disponível em: www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/mielniczuk2003.doc
- MINAYO, M. C. S. (Org.) **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2008.
- MORETZSOHN, S. **Jornalismo cidadão: o mito da redenção pela tecnologia**. s/d. Disponível em: http://www.jsfaro.pro.br/downloads/artigo_sylvia.pdf
- PENNA, F. **Teoria do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.
- PRIMO, A. F. T; TRÄSEL, M. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. 2006. Disponível em <http://www6.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/webjornal.pdf>.
- PRIMO, A. **Interação mediada por computador**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- SILVA, E.D., MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração da dissertação**. 3. Ed. Florianópolis: UFSC, 2001. Disponível em: <http://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia%20da%20Pesquisa%203a%20edicao.pdf>