



Novos tempos e o desafio das práticas atuais – uma análise do receptor no jornalismo colaborativo¹

Ioná Marina Moreira Piva RANGEL²

Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), São Bernardo do Campo, SP

RESUMO

O presente trabalho trata de analisar o papel do receptor na era tecnológica dentro do jornalismo colaborativo, principalmente no tocante à formação e participação de um novo tipo de leitor mais ativo que contribui na construção da notícia. A partir de leituras relacionadas às teorias da recepção e cibercultura buscou-se comparar as diferentes faces do receptor no processo comunicativo. São discutidos aspectos conceituais referentes aos conteúdos abertos que o mundo virtual permite e os cuidados para não desmerecer o fazer jornalístico frente às transformações contemporâneas

PALAVRAS-CHAVE: Ciberespaço; Cibercultura; Hipertexto; Jornalismo colaborativo

Introdução

A nova ordem da comunicação atual traz o receptor como o centro das atenções. É a partir dele e dos impactos que as mensagens possuem na vida deste indivíduo que os estudos dentro do segmento vêm sendo deslocados.

A tecnologia traz novos formatos de textos, mensagens, que alteram o processo de produção dentro da cadeia jornalística e é a partir dessas transformações que este trabalho objetiva refletir. Procurou-se fazer um recorte do cenário cibernético contemporâneo a fim de analisar o comportamento dos leitores e suas alterações ao longo do tempo, baseado nos conceitos da teoria da recepção e estudos culturais de Stuart Hall com observações de Ana Carolina Escosteguy (1999) e das teorias da

¹ Trabalho apresentado no DT 05 Rádio, Tv e Internet do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014.

² Mestranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Integrante do Contec - Grupo de Pesquisa em Comunicação e Tecnologias Digitais. Bolsista do Centro Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). E-mail: ionapiva@gmail.com



cibercultura com apontamentos de Manuel Castells (2006), Pierre Lévy (1993; 1999) e André Lemos (1999; 2007).

A partir das leituras dos autores citados acima da área de cibercultura é aceitável compreender que estamos num período multidisciplinar em que campos da engenharia, comunicação, telecomunicação, informática se juntam na busca de um aperfeiçoamento e encontro para saber operar a demanda que a sociedade necessita. A comunicação passa a ser algo essencial e estrutural na vida das pessoas, associada à tecnologia não é possível mais fugir e se alienar diante do que entram no cotidiano das famílias, empresas, escolas, etc.

O crescimento do sistema capitalista está por trás deste movimento que enxergamos e participamos hoje. Para Rudiger (2013) a crença de que a tecnologia maquinística seria o principal início da construção de uma nova cultura ou uma nova etapa na nossa história serviu ainda mais para comprovar o fortalecimento deste sistema econômico mundial que também faz parte da comunicação.

A mensagem que hoje surte efeito é aquela que vai além do texto, trata-se de ações que serão feitas a partir das leituras. O sentido se deslocou das palavras para os atos advindos delas. A televisão, o rádio e o cinema disputam um público com a internet tendo a obrigação de se remodelar a cada instante para não perder seus receptores.

A influência que os meios possuem no cotidiano das pessoas ainda é crescente e possui ligações com os demais setores da coletividade. “A sociedade contemporânea está permeada pela mídia de tal maneira que ela não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais” (HJARVARD, 2012, p. 54).

Diante destes novos desafios o jornalismo também passa a ser afetado, as notícias começam a ser planejadas e preparadas com a colaboração do público. Não há obras acabadas com a internet, criou-se um espaço para comentários, compartilhamentos das informações. Este cenário apresenta-se em conflituosa construção impossibilitando assim uma avaliação precisa sobre seus efeitos benéficos. No estudo apresentado a seguir pretende-se apresentar a função do receptor no contexto do jornalismo contemporâneo e os desafios dos veículos em adaptar-se ao novo estilo comunicacional.



1. Estudos da Recepção

Os estudos de Recepção que envolvem emissor e receptor não são novos, foram alvos de investigações acadêmicas chegando ao apogeu na década de 80. Ao longo do tempo os enfoques dados a esses protagonistas da comunicação foram se alterando.

Com o surgimento da internet e a tecnologia tornando-se indispensável na vida dos indivíduos faz-se necessária uma análise das atitudes que o receptor vem praticando a partir do conteúdo que lhe é passado pela mídia. O que é feito posterior a leitura de um texto ou vídeo? O receptor tem procurado manifestar sua opinião a partir das ferramentas tecnológicas a respeito dos conteúdos que a ele se refere? Possui pretensões de pesquisar mais a fundo sobre este material?

O receptor sempre foi objeto de grandes pesquisas dentro da comunicação, ao longo dos estudos já apresentou comportamentos ora passivo, ingênuo, manipulável; ora ativo, participativo, colaborador. Suas ações não podem ser entendidas separadas de seus costumes, cultura e hábitos cotidianos. Porém no início das análises o emissor era quem tinha grande privilégio por parte dos estudiosos no desvendamento das ações comunicativas, só depois houve o deslocamento e interesse por saber o que o receptor fazia com o conteúdo que recebera. A partir de 1980 passa a ser visto como ativo no processo de comunicação.

Enquanto os meios de comunicação, no início, eram orientados pelo emissor, por exemplo, orientados por interesses particulares na época da imprensa de partido ou pelos termos das concessões de difusão radiofônica e televisiva de serviço público, como instituições de mídia eles são orientados, em grande parte, pelos interesses de seus públicos e usuários, pela demanda de mercado e pelo poder de compra. (HJARVARD, 2012, p.73).

Os meios de comunicação de massa foram os principais focos dos estudos ligados à recepção. Após os anos 70 agrupou a extensão cultural às pesquisas, com a admissão dos Estudos Culturais. Escosteguy (1999, p.142) explica que “os Estudos Culturais preocuparam-se, em primeira mão, com os produtos da cultura popular e dos *mass media* que expressavam os rumos da cultura contemporânea”. Possuem características críticas, contra qualquer aspecto de dominação e subordinação o que



proporcionou ao receptor um efeito de pertencimento, de poder se expressar diante daquilo que era transmitido pela mídia.

Por meio dos Estudos Culturais foi possível constatar que a recepção dos conteúdos não acontece idêntica à intenção que o emissor pensou na construção da mensagem. Depende das referências educacionais, sociais, culturais, políticas e memória do meio ao qual o indivíduo está inserido. Não é um processo isolado e sim em conjunto, integrado ao contexto social do receptor.

Um dos principais autores deste período foi Stuart Hall, que afirmou a existência de três formas diferentes de posicionamento que o receptor tem ao interpretar os conteúdos midiáticos.

... uma posição ‘dominante’ ou ‘preferencial’, quando o sentido da mensagem é decodificado segundo as referências da sua construção; uma posição ‘negociada’, quando o sentido da mensagem entra ‘em negociação’ com as condições particulares dos receptores; e uma posição de ‘oposição’, quando o receptor entende a proposta dominante da mensagem, mas interpreta segundo uma estrutura de referência alternativa. (ESCOSTEGUY, 1999, p.151).

Na América Latina os Estudos Culturais ganham força a partir dos anos 80, os autores como Jesus Martín-Barbero, Guillermo Orozco Gomez, Néstor García Canclini, analisaram o contexto de colonização exploratória, globalização, político-ditatorial, industrialização tardia, entre outros.

Com o advento da web o que se pode constatar na relação autor e leitor nos sites, blogs, por meio dos comentários, é uma manifestação mais intensa do que o receptor pensa sobre os fatos com opiniões favoráveis e também discordantes. As possibilidades de comentar, de exercer a função ativa perante algo que antes não poderia ser contestado abertamente promovem no receptor uma sensação de poder e proximidade com o emissor, ou seja, percebe-se um destroncamento na relação entre emissor e receptor. A mensagem não foi finalizada apenas com o texto apresentado pelo autor, ela continua rendendo frutos por meio dos comentários fazendo com que a obra não seja concluída. Um conceito que Umberto Eco (1976, p. 40) já trazia no passado de obra aberta e que torna-se presente também nos dias atuais.

Neste sentido o autor produz uma forma acabada em si, desejando que a forma em questão seja compreendida e fruída tal como a produziu; todavia, no ato de reação à teia dos estímulos e de compreensão de



suas relações, cada fruidor traz uma situação existencial concreta, uma sensibilidade particularmente condicionada, uma determinada cultura, gostos, tendências, preconceitos pessoais, de modo que a compreensão da forma originária se verifica segundo uma perspectiva individual.

2. Cibercultura e Sociedade em Rede

O processo de comunicação envolvendo homem e máquina foi estudado por teóricos que afirmavam que o método de comunicação das informações era apenas transferir o conteúdo de um ponto para o outro por meio dos aparelhos. Para Rudiger (2013, p.111) a comunicação vai muito além disso.

Trata-se de um processo social dinâmico e ativo que, via a máquina, no entanto pode criar uma forma superior de interação entre os seres humanos. Para os autores é a interação que se deve o surgimento de novas ideias e o agenciamento do aspecto propriamente criativo e relevante da comunicação. A transferência e recepção das mensagens têm sua função nessa última, mas não são o essencial ou o mais importante.

Lévy (1999b), ao abordar o princípio da interatividade destaca a invenção do telefone como a primeira mídia realmente interativa, por permitir o diálogo, a reciprocidade e a comunicação efetiva (corporal por meio da voz) entre interlocutores, considerando-a a primeira mídia de telepresença. Aponta que as pesquisas contemporâneas ainda convergem e buscam o uso da tecnologia para permitir ainda mais essa telepresença em outras dimensões corporais como telemanipulação, imagens tridimensionais, realidades virtuais.

A evolução científica proporcionou a criação de um novo espaço. Um não-local onde várias pessoas podem se comunicar ao mesmo tempo, de qualquer lugar do planeta, trocar informações, interligadas por meio de uma máquina seja ela computador, celular ou outro meio eletrônico. Este ambiente é chamado de ciberespaço.

Para Nicola (2005, p. 26) “o ciberespaço reúne a nova sociedade da informação; uma sociedade que se reorganiza num espaço sociotécnico, suportada por uma linguagem hipertextual de códigos, o HTML, que consiste em diferentes nós de texto digital”.

Ações que existem no meio real passam a ser exercitadas agora no ciberespaço, como, por exemplo, comprar um produto, escrever e enviar uma carta, pagar uma conta bancária, publicar um livro, iniciar um relacionamento. Segundo Pierre Lévy (1993), o que ocorre é uma união de ideias dentro de uma mesma teia de relações.



A economia, a educação, a política e o social são afetados com essas alterações. As pessoas passam a ser introduzidas num novo ambiente onde realizam as atividades duplamente no ambiente virtual e real ao mesmo tempo.

Jornais, rádio e televisão levaram a política e a expressão cultural para o lar; estações de trabalho via internet levaram o trabalho remunerado para a vida familiar; e os meios de comunicação digitais em geral tornaram possível a interação com atores tanto de esferas públicas quanto privadas a partir do conforto do lar. (HJARVARD, 2012, p.83).

Os usuários, praticantes dessas ações, são pessoas comuns que aos poucos descobrem as novas ferramentas e passam a usá-las diariamente, o que contribui para o aumento cada vez maior de internautas pelo mundo. Baseado nas ideias de Pierre Lévy um ambiente existe paralelo ao outro, ou seja, o virtual e o real andam juntos, um não tende a acabar com o outro.

O autor também distingue sobre o envio de mensagens pela mídia. Num primeiro momento comenta que a televisão, o rádio e a imprensa remetiam as informações num esquema de “um para todos” e o ciberespaço realiza uma comunicação “todos para todos”.

Numa conferência eletrônica, por exemplo, uma pessoa envia uma mensagem a dezenas ou centenas de outras. Entre estas, algumas respondem. Depois, outras respondem a resposta, etc. Como todas as mensagens são registradas, sedimenta-se assim progressivamente uma memória, um contexto do grupo de discussão. Cabe salientar que essa memória, esse texto comum, em vez de vir de um centro emissor Todo-Poderoso, emerge da interação entre os participantes. (LÉVY, 1999a, p. 207).

No ambiente do ciberespaço e na sua configuração em rede digital, a interatividade está no cerne da questão, tendo em vista que pode atingir o usuário desse universo de forma imediata e produzir respostas igualmente imediatas. Os textos recentes têm proporcionado ao leitor novas formas de leitura e interpretações. Acostumados com um tipo de leitura linear dos meios impressos, os leitores agora se deparam com os hipertextos que possuem características diferentes das dos textos impressos.

Para Lemos (2007, p. 122), o hipertexto pode ser definido como “informações textuais, combinadas com imagens (animadas ou fixas) e sons, organizadas de forma a promover uma leitura (ou navegação) não linear, baseada em indexações e associações, de ideias e conceitos, sob a forma de links”.



Uma das principais características do hipertexto é a da possibilidade de navegação pelos chamados “links” (elos ou vínculos) que podem aparecer a qualquer momento e que abrem novas janelas de interação, ligando, ou “linkando”, o leitor a outros hipertextos, vídeos, imagens, sons e esses a outros, traçando conexões e relações entre si e acessadas a critério do leitor.

A realização de tarefas do cotidiano no ambiente virtual, por intermédio de computadores, celulares, tablets está inserida no conceito de cibercultura, aplicado desde a década de 70 com o surgimento da microinformática. Sobre a definição de cibercultura Castells aborda da seguinte maneira: “é o cultivo dos protocolos de comunicação entre todas as culturas do mundo, baseado na crença agora comum no poder das redes e da sinergia obtida ao nos darmos para os outros e deles recebermos”. (CASTELLS apud RUDIGER, 2013, p.135).

A evolução das máquinas de informática, os progressivos recursos utilizados para se comunicar, provocam novos hábitos e pensamentos inseridos em um universo cultural tecnológico no qual foi propício o crescimento da cibercultura. Expressão criada pela engenheira norte-americana Alice Hilton na década de 60 que apresenta significados variados entre os autores. Exploração do pensamento cibernético, conjunto dos fenômenos cotidianos promovidos pelas máquinas ou convergência do pensamento da informática com a comunicação são algumas definições apresentadas sobre este universo que se diferenciam de acordo com o período estudado.

Para Rudiger (2013, p.112) a cibercultura “não é uma coisa ou entidade objetiva, nem uma emanção tecnológica da máquina (...) e sim uma relação entre nossas capacidades criadoras e sua materialização tecnológica em operações e maquinismos, mas também em mundos sociais e históricos”.

Diante desta nova possibilidade a comunicação passa por uma mudança, o estilo como às mensagens são pensadas, criadas e transmitidas foi alterado. “As novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos. Usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa”. (CASTELLS, 2006, p. 69).



3. O jornalismo Colaborativo e a segurança das informações

Não se pode negar as vantagens que a tecnologia trouxe na vida das pessoas e principalmente as contribuições para a comunicação com participação ativa dos receptores. André Lemos (1999, p.293), porém, nos traz que no início do século XXI aparece um misto de pesquisadores que idolatram e odeiam a cibercultura. “São taxados de *neo-luddites* (contra a euforia tecnológica) e os que são chamados de tecno-utópicos (promotores desta mesma euforia)”.

Os *neo-luddites* possuem influências dos movimentos operários ingleses que eram contra a Revolução Industrial. Os grupos destruíam as máquinas na tentativa de extinguir as vilãs dos empregos, no entendimento deles. Já os tecno-utópicos são formados por pensadores intelectuais que enxergam a tecnologia como uma forma de melhoria e reestruturação mundial, solução de grande parte de desigualdades de poderes políticos, econômicos e sociais.

Por um lado os *neo-luddites* que insistem em regular e manter sob controle social as novas tecnologias, alertando contra o seu potencial destruidor (da sociedade, do homem e da natureza). Por outro, os tecno-utópicos que tentam mostrar como as novas tecnologias criam possibilidades inusitadas para a humanidade, sendo uma espécie de panaceia contra os males da tecnocracia moderna. (LEMOS, 1999, p. 294)

Esta polaridade remete a associação de outro tipo de dualidade que envolve a prática jornalística neste ambiente tecnológico: a inserção do jornalismo colaborativo/participativo. Há os que acreditam que é uma ameaça as técnicas jornalísticas, o fim do jornalismo, já outros que afirmam ser a tendência contemporânea no modo de se produzir notícia. “O jornalismo participativo parte do princípio que qualquer cidadão é um jornalista em potencial, e pode contribuir para a construção do noticiário”. (CORRÊA; MADUREIRA, 2010, p.159).

A novidade surgiu nos Estados Unidos e na Ásia no início dos anos 2000 e logo chegou ao Brasil. Além da participação por meio das redes sociais, portais nacionais oferecem ícones para o público poder enviar fotos, vídeos e textos. Alguns exemplos são: Portal Terra (VC REPÓRTER), Jornal O Globo (EU REPÓRTER), Portal UOL (UOL Mais), Estadão (FotoRepórter), Portal G1 (Você no G1).



Desde o surgimento dos sites e portais, a notícia passou a ser um dos principais atrativos do público para a navegação na internet. Além de representar credibilidade, e fazer com que o leitor esteja informado dos fundamentais acontecimentos, concebe audiência para as empresas do ramo. Mesmo o Brasil sendo ainda o país em que a televisão surte forte apelo na comunicação, à internet ganha cada vez mais seu espaço e entra na competição por públicos maiores e de diferentes classes sociais.

Com o aparecimento da Web 2.0 o jornalista passa a ser um coletor de informações e a ter mais trabalho na hora de publicar uma notícia. O aumento de *blogs*, *podcasts*, *chats* fez com que o número de fontes e versões de um fato se ampliasse e a apuração necessitou ser mais criteriosa. O jornalista compete com anônimos no relato dos acontecimentos.

O barateamento dos computadores e aparelhos tecnológicos, a expansão da banda larga, os softwares de fácil manuseio no mercado contribuíram para o alargamento de receptores dispostos a cooperar com informações de diversos locais do mundo. Aliados a um cenário de redações jornalísticas cada vez mais enxutas, e a dificuldade em manter jornalistas em todos as partes acabou sendo permitida uma abertura para a participação de não profissionais no processo de elaboração da notícia. A sociedade conectada por meio de redes favorece a manifestação social e cultural rápida e espontânea.

Jornais e revistas impressas do mundo todo perdem a cada dia mais leitores, a presença da web torna-se fortemente crescente na maneira do público buscar notícias. Os casos mais recentes nacionais foram em outubro de 2012 o fim do “Jornal da Tarde”, após 46 anos de fundação tendo em média uma tiragem que ultrapassava os 35 mil exemplares diários e em agosto de 2013 a Editora Abril fecha as revistas impressas Alfa, Bravo!, Gloss e Lola alegando motivos de reestruturação. No cenário internacional, em 2012 a revista norte-americana *Newsweek* constituída em 1933 parou de ser editada em versão impressa para dedicar-se apenas na versão digital.

Pierre Lévy (1999a, p. 214) explica que a web não é um local confuso, desorganizado e sim uma reunião de diferentes pontos de vista onde todos podem se manifestar e participar. “Qualquer um terá a sua página, o seu mapa, o seu site, o seu os



seus pontos de vista. Cada um se tornará autor, proprietário de uma parcela do ciberespaço”.

As armadilhas que aparecem neste processo precisam ser ressaltadas com o objetivo de não comprometer a credibilidade do profissional jornalista. Nem todas as informações e imagens que circulam na rede são verdadeiras e cabe ao repórter um trabalho minucioso de escolher, checar o que realmente faz sentido e contribuir para o enriquecimento do material jornalístico.

Sylvia Morethson (2012, p.74) alerta para a necessidade de filtragem e checagem antes da publicação como algo obrigatório no jornalismo e não ao contrário, publicar para depois corrigir como muitos sites têm praticado. A autora enxerga este movimento de colaboração e participação dentro do jornalismo como “uma jogada de marketing” por parte das empresas que se aproveitam do fascínio que o jornalista desperta nas pessoas.

Não vale a pena lembrar que notícia não é uma questão de gosto, mas de necessidade. Mas vale a pena observar, entre outras coisas, o equívoco de se conferir automaticamente uma valoração positiva à ação de cidadãos comuns em buscar e divulgar informações, sobretudo diante do apelo – tendencialmente crescente, diante da facilidade de acesso à tecnologia digital (...).

No mundo real, diferente do virtual, as fontes de informações oficiais para o jornalista servem de segurança na coleta de informação mais sólida, verídica dos fatos. “È tarefa comum dos repórteres selecionar e questionar essas fontes, colher dados e depoimentos, situá-los em algum contexto e processá-los segundo técnicas jornalísticas” (LAGE, 2006, p.49). Porém, com o jornalismo digital e as informações vindas de outros públicos não profissionais, esta etapa fica comprometida no sistema virtual. As fontes passam a não ser tão fidedignas, caso o jornalista não se assegure de forma redobrada de onde parte a declaração.

A apuração da notícia ajuda na organização e no rendimento profissional, com a participação dos receptores ganha uma responsabilidade dobrada. As confrontações das informações junto à checagem alimentam o fazer jornalístico permitindo chegar mais próximo da realidade dos fatos e são estes princípios que não podem ser esquecidos com a internet e o novo fazer jornalismo.

O descontentamento dos leitores com os materiais apresentados na mídia tradicional provoca a vontade de se manifestarem a favor de conteúdos mais

condizentes com a realidade de seu cotidiano. Os receptores ficam motivados a criarem conteúdos e divulgarem na rede.

As mensagens causam no receptor um misto de reações podendo ele se sentir provocado, emocionado, disposto a gerar mais materiais a partir do que recebeu. Além de ser ativo o receptor também passa a ser interativo disposto a reagir conforme foi instigado pelo conteúdo inicial. A relação de poder passa ser forte neste processo, ele passa acreditar na força de sua resposta no efeito que poderá causar.

Por isso, não há dúvida de que o testemunho (inclusive fotográfico ou videográfico) do cidadão sempre será importante, porém necessariamente como fonte a ser adequadamente checada. Mesmo porque, à parte os riscos de deturpação, tende-se à reprodução do mesmo processo de “cegueira pelo excesso” que as grandes redes de televisão produzem a partir da profusão de imagens. (MORETHZON, 2012, p.80)

Considerações Finais

O presente trabalho buscou, em primeiro lugar, fazer uma breve imersão no universo digital interligando o jornalismo, apresentando a evolução do papel do receptor na sociedade do século XXI. Assim procurou-se nos estudos das correntes teóricas da comunicação, estudos da recepção e ciberespaço, a contemporização do jornalismo e suas formas de funcionamento.

De conceitos antigos aos modernos os receptores e emissores sempre serão alvos de pesquisas e discussões dentro do campo da comunicação. Ampliar os pensamentos e entender como os raciocínios são formados, são tarefas que continuarão a ser buscadas em pesquisas.

No mundo cibernético é preciso entender que não há finalizações de conteúdos e sim algo aberto que pode a qualquer momento ser modificado por qualquer pessoa, estamos numa era mais participativa e de também acesso a aparelhos eletrônicos e internet. A rede é aberta a voz dos ricos e pobres, basta ter elementos que permitem o ingresso. O receptor é aquela pessoa que influencia dentro do seu grupo e consegue espalhar a mensagem com mais facilidade, ele passa a ser o líder da ação.

O desafio presente na comunicação é pensar em algo que vá além do emissor e receptor, algo que impulse e permita ações dentro do processo de leituras. No jornalismo a tendência é se abrir mais ao que pode ser aproveitado com esta



colaboração, sabendo que certos fundamentos da prática profissional não podem ser excluídos em decorrência desta ajuda dos receptores.

O cuidado que precisa ser redobrado no jornalismo é a qualidade da informação em detrimento da velocidade que elas se propagam na rede. Os tempos são outros, porém, a veracidade, a busca pelos fatos corretos não podem ser deixadas de lado. Os jornalistas são necessários para a sociedade, a notícia é essencial para a formação do indivíduo em seu cotidiano e não pode ser banalizada por um falso ar de que todos sabem e conseguem produzi-las.

Referências

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede - a era da informação**: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2006. v. 1.

CORRÊA, Elizabeth Saad; MADUREIRA, Francisco. Jornalista cidadão ou fonte de informação: estudo exploratório do papel do público no jornalismo participativo dos grandes portais brasileiros. **Estudos em Comunicação**, São Paulo, n. 7, v. 1, p. 157-184, 2010.

ECO, Umberto. **Obra Aberta**. Tradução de Sebastião Uchôa Leite. São Paulo: Perspectiva, 1976.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 1999. p. 135-166.

HJARVARD, Stig. Miatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 53-92, 2012.

LAGE, Nilson. **A reportagem teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

LEMO, André. **O Imaginário da Cibercultura**: entre neo-ludismo, tecno-utopia, tecnorealismo e tecnosurrealismo, 1999.

_____. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 1993.

_____. A Revolução contemporânea em matéria de comunicação. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. **Para navegar no século XXI/21**: tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 1999a.

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

MORETZSOHN, Sylvia. O mito libertário do “jornalismo cidadão”. **Comunicação e Sociedade**, São Paulo, v. 9, n. 10, p. 63-81, 2012.



NICOLA, Ricardo. **Cibersociedade**: quem é você no mundo on-line? São Paulo: SENAC, 2005. (Série Ponto Futuro, 16).

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. “O telespectador frente à televisão: uma exploração do processo de recepção televisiva”. **Communicare**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 27-42, 2005.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura**: perspectivas, questões e autores. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.