

***O utilizador como produtor de informação.  
O caso do jornal P3.***

**Nome: Pedro Garcez Pacheco**

**Instituição: Universidade do Porto**

***Email: pp.pedropacheco@gmail.com***

**2014**

## **Resumo**

Na Internet há cada vez mais cidadãos comuns a querer intervir no processo jornalístico, sobretudo nas fases de redação e de difusão, mas nos últimos anos também nas fases de recolha de informação e de edição Zamith (2011). Para além da questão conceptual sobre como rotular este tipo relação entre jornalista/utilizador, urge responder às questões: Como é que os sites noticiosos estão a integrar a participação do leitor? Que repercussões na qualidade do produto final? De facto, como refere Catarina Rodrigues (2008), importa compreender o tipo de participação em causa, em que moldes se concretiza, o que se entende por jornalismo participativo e quais os seus contributos. O presente trabalho pretende constituir uma análise reflexiva sobre estas questões. Relativamente à metodologia, teremos por base, não só a bibliografia, mas também uma análise empírica à *homepage* do site noticioso P3, por se tratar de um projeto de características experimentais e com uma forte componente participativa em Portugal, sendo também descendente de um dos diários ditos de referência no país - o jornal Público.

## **Abstract**

On the Internet there is increasingly common to want to intervene in the journalistic process citizens, especially in the stages of writing and broadcasting, but in recent years also in the stages of information gathering and edition (Zamith, 2011). Beyond the Conceptual question about how to label this relationship between journalist / user type, it is urgent answer the questions: How do the news sites are integrating reader participation? That impact on the quality of the final product? In fact, as regards Catarina Rodrigues (2008) is important to understand the type of participation involved, what form is realized, what is meant by participatory journalism and what their contributions. This paper aims to provide a reflective analysis on these issues. Regarding methodology, we have a basis, not only literature, but also an empirical analysis to the homepage of the news web site P3, because it is a project of experimental characteristics and a strong participatory component in Portugal, being a descendant of one of the daily said reference in the country - the Público newspaper.

## **Palavras-Chave**

Jornalismo Cidadão, Web 2.0, Cibermeios, Interatividade, *Prosumer*

## **Introdução**

Conceitos como *prosumer*, *gatewatcher*, jornalismo participativo ou jornalismo 3.0 estão a provocar mudanças no paradigma de produção noticiosa. Os blogs alargaram o debate e trouxeram a personalização rompendo com a velha comunicação de massas (Zamith 2011). O autor nota que quase em paralelo, foram surgindo experiências de jornalismo amador, a que os teóricos foram dando as mais variadas designações: Jornalismo Cívico, Jornalismo Participativo, Jornalismo Colaborativo, Jornalismo Social, Jornalismo de Base. Fernando Zamith chama também a atenção para o facto de não terem surgido ainda associadas a este fenómeno designações porventura mais adequadas como Parajornalismo (nome dado a um estilo literário) ou Jornalismo Sem Carteira Profissional. Todos estes conceitos podem dividir-se em dois grandes grupos: o do jornalismo feito exclusivamente por não jornalistas (a designação mais consensual será Jornalismo Amador, embora também se fale em Jornalismo Cívico – Citizen Journalism – e em Jornalismo de Base – Grassroots Journalism) e o do jornalismo feito em colaboração entre jornalistas profissionais e amadores (Jornalismo Colaborativo ou Jornalismo Participativo – Participatory Journalism). Em suma, a informação noticiosa está disseminada pela rede:

“*We no longer search for news, the news find us.*” (State of the News Media Pew Research Center’s Project for Excellence in Journalism *apud* David Folkenflik, 2011 p. 175).

Alejandro Rost (2012) verifica que, depois da criação dos blogs, da decisão de permitir comentários nas notícias e das secções de jornalismo de cidadão e de ligar os conteúdos noticiosos às páginas de redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter*, em paralelo estão a ser criados sites noticiosos em que o maior peso de produção de notícias está depositado nos utilizadores. O exemplo mais conhecido é o caso do coreano *Ohmynews* atualizado por dezenas de milhares de cidadãos. Shaffer (2007 *apud* Rost, 2012, p.14) lembra um estudo realizado em 2006 nos Estados Unidos em que se registou a existência de 500 sites noticiosos de Jornalismo de Cidadão. O que leva Alejandro Rost a concluir que

hoje a Web posiciona o utilizador como figura central, já não apenas como leitor, mas também como produtor de informação. Plataformas como a Wikipédia, You Tube, blogs e as redes sociais, por serem plataformas abertas e flexíveis, adquirem valor pela participação ativa dos utilizadores quer pela expressão individual quer pela interatividade proporcionada. Mas, e o jornalismo? Os sites noticiosos estão realmente interessados em incorporar, partilhar, citar conteúdos dos utilizadores, ou existe receio em abalar a qualidade dos conteúdos produzidos pelos profissionais? E qual a definição de qualidade noticiosa no campo dos novos media? Para Peter Anderson *et al.* (2014) é urgente que esta definição se materialize, uma vez que o conceito é várias vezes utilizado de uma forma vaga o que não ajuda a elevar o nível de discussão e de análise em torno do conceito.

### **O Jornalismo Participativo em debate**

Perante este cenário, alguns autores perspetivam mesmo o fim da profissão de jornalista, tal como a conhecemos até aqui. Alicerçado na tese do jornalismo cidadão (*open source*) Dan Gillmor (2004) advoga que qualquer cidadão pode tornar-se num jornalista, bastando que saiba usar uma câmara de vídeo e ter ligação à Internet. Contudo, há também quem defenda o contrário, que um jornalismo credível só está ao alcance de quem tem formação jornalística, como Sylvia Moretzsohn, (2006), alegando que o cidadão comum não conhece os critérios de construção da notícia, e, como tal, nunca poderá substituir-se ao profissional da informação. Porém, o cidadão comum, através das redes sociais, está já a influir no processo de consumo da informação em rede ao recorrer ao *gatewatching* - um segundo filtro nos conteúdos informativos que o utilizador das redes sociais dispõe para destacar a informação que lhe interessa particularmente, principalmente se o conteúdo dessa notícia tiver sido fornecido por si. No pensamento de António Fidalgo (2009) o chamado *jornalismo-cidadão*, proporcionado pelas novas plataformas digitais de comunicação, advoga um jornalismo de todos para todos sem fazer distinção entre a informação proveniente de um cidadão e a informação tratada e dada por um jornalista pelo que discorda da operacionalidade do conceito. Nas palavras de Fidalgo a Internet criou a ilusão de que uma informação teria como primeiro critério jornalístico a dimensão do auditório ao ignorar a especificidade da informação noticiosa. Já Gillmor, na obra *We the Media, Grassroots Journalism by the People, to the People*, contrapõe, ao advogar que os processos informativos lineares

do jornalismo, enquanto discurso unilateral, isto é, dos jornalistas para os leitores, ouvintes e espectadores, estão a ser substituídos por processos multilaterais, em que a informação evolui para uma espécie de conversa ou seminário onde todos fazem ouvir a sua voz. Desta forma a diluição das fronteiras entre quem faz ou dá as notícias e quem as recebe, ou consome, obriga a uma alteração de papéis. Para Gillmor o jornalismo-cidadão deve reconhecer que os leitores têm, desde logo, uma palavra decisiva a dizer sobre o que lhes interessa, que é mesmo que dizer, sobre o conteúdo e a seleção de notícias, e que, numa fase posterior devem ser incluídos como participantes de pleno direito no processo noticioso. O autor defende que os jornalistas devem inclusivamente abandonar a posição arrogante de que são eles os que sabem, os que usufruem da competência para decidir o que é e o que não é notícia, passando a interiorizar uma atitude mais colaborativa e humilde ao aproveitar os múltiplos *inputs* que chegam dos leitores. A mensagem principal de Gillmor é a de que irrompeu uma nova era do jornalismo em que todos os cidadãos têm a possibilidade de se assumirem como fontes e mediadores de informação e não apenas como consumidores, daí resultando a marginalização dos jornalistas profissionais. O conceito de jornalismo-cidadão é contudo fortemente criticado por Sylvia Moretzsohn, ao considerar que o jornalismo exige uma qualificação específica, que incorpora o conhecimento de várias técnicas e uma formação capaz de dar ao profissional condições de orientação num terreno conflituoso disputado por vários interesses, além das referências éticas envolvidas na tarefa de informar, que o cidadão comum, por muito empenho que coloque no seu blogue nunca a terá. Ao referir-se à obra de Gillmor, Moretzsohn fala em confusão entre o trabalho jornalístico (o exercício de uma profissão que implica a responsabilidade na apuração e divulgação das notícias) e o direito constitucional à liberdade de expressão e de comunicação, que é de todos e que deve ser potenciado com o acesso às novas tecnologias. Por último, a autora fala em ilusão por parte de Dan Gillmor quando se refere à possibilidade de eliminar a mediação do discurso pelos jornalistas, evidenciando “desconhecimento, por um lado de que todo o discurso carece de mediação”, e por outro, “a falsa suposição de que uma vez dada voz ao povo, ele falará com a sua própria voz, denotando, o completo desconhecimento dos mecanismos de formação da opinião pública”, que no entendimento de Sylvia Moretzsohn, revela em Gillmor uma “certa e determinada crença ingénuas” de um retorno ao senso comum como “fonte da verdade”. António Fidalgo está na mesma linha de pensamento e de concordância de Moretzsohn ao advogar que um qualquer cidadão, pelo simples facto

de dar uma informação, ainda que relevante, de modo algum pode ser considerado jornalista. O mesmo raciocínio tem Mutter (2013, *apud* Cardoso p.37) quando afirma que nada substitui o apuramento correto e a elaboração objetiva e equilibrada da informação. E vai mais longe quando diz que a “vozeria indisciplinada” e, por vezes “sem escrúpulos, das redes sociais” não pode tornar obsoletas essas qualidades que devem caracterizar um jornalista treinado. Referindo-se às explosões, em Abril de 2013, na Maratona de Boston (E.U.A.), Alan Mutter considera que o que foi publicado nas redes sociais, por uma multidão equipada com iPhones, impulsionada pelas redes sociais *Twitter* e *Reddit* poderá ter ajudado as autoridades e os media tradicionais, mas, sublinha que a maior parte não passou de “informação irresponsável e incendiária” como aconteceu, ao apontar dois estudantes como suspeitos do atentado. O autor critica nesse acontecimento em específico a “espantosa quantidade de informação tendenciosa” que só tornou mais escaldantes assuntos já de si quentes. Mutter, sem qualquer pudor, dirigindo-se particularmente à rede social *Reddit*, onde as publicações foram hipervalorizadas, classifica-a como “uma caça às bruxas *high-tech*”. Por outro lado, Anderson *et al.* (2014) defendem a tese de que nem o Jornalismo de Cidadão poderá substituir todos os componentes do jornalismo tradicional (mainstream) no caso de este colapsar, e nem o jornalismo tradicional poderá substituir aquilo que é produzido pelos cidadãos. As opiniões dividem-se quanto aos procedimentos a ter em conta face ao *input* dado pelos utilizadores. Sylvia Moretsohn analisou o conceito de jornalismo do cidadão e discorda da lógica da autocorreção, que se caracteriza em publicar primeiro e filtrar depois, e enaltece a importância da mediação jornalística, porque no pensamento da autora é esta função do jornalista que legitima as informações socialmente e impõe os procedimentos necessários para se falar em credibilidade (Moretsohn *apud* Rodrigues, 2008, p 4). Um estudo desenvolvido por Zamith (*idem*) revela que nos textos publicados pelos cidadãos nos jornais online não se verificam sinais de confirmação da informação, da constatação do princípio do contraditório e da independência em relação aos temas tratados. O autor sublinha que os utilizadores se limitam a publicar a sua versão dos acontecimentos, inclusivamente omitindo informações ou até deturpando factos. Por outro lado, algumas investigações (Hermida e Thurman, Domingo *et al.*, *apud* Canavilhas e Rodrigues, 2012, p.5) concluem que os meios de comunicação continuam a preservar o papel de *gatekeeping* e controlam a participação. Segundo Canavilhas e Rodrigues (2012), mesmo com um vasto leque de possibilidades participativas oferecidas pelos meios de comunicação, isso não significa que exista, de

facto, um envolvimento entre jornalistas e leitores, pela razão de que em muitos casos a participação dos cidadãos ocorre em canais separados e de uma forma bem delimitada dos conteúdos profissionais.

No seu blogue, Jay Rosen (2008) define jornalismo de cidadão de uma forma bastante peculiar e ao mesmo tempo revestida de uma visão muito pragmática do fenómeno:

“Quando as pessoas anteriormente conhecidas como público usam as ferramentas de imprensa que possuem para se informarem umas às outras, isso é jornalismo de cidadão.”

O autor considera que as implicações “desta curta, mas eficaz definição são enormes”. Para Rosen o que mais salta à vista é a ausência de intermediário. O autor entende que a ideia que tem passado de jornalismo do cidadão tem sido associada à participação do utilizador comum nas plataformas de *media* já estabelecidos. Mas cada um pode criar a sua própria plataforma, e produzir conteúdos informativos, sublinha.

E quando os **únicos jornalistas** são os utilizadores? Foi com o lema “*Every citizen is a reporter*” que o sul-coreano *Ohmynews* nasceu em Fevereiro de 2000, dando prioridade absoluta ao jornalismo de cidadão, separando nitidamente as águas no panorama do jornalismo digital em todo o mundo (Brambilla, 2010). De acordo com a mesma autora, nove anos mais tarde existiam já outros projetos de carácter semelhante ao *Ohmynews* (cem por cento participativos) um pouco por todo o globo, como o caso do Chile (El Morrocotud - <http://www.elmorrocotudo.cl>), Itália (La Mia Notizia - <http://www.lamianotizia.com>), no Sri Lanka (Ground Views - <http://www.groundviews.org>), Nova Zelândia (Scoop - <http://www.scoop.co.nz>), Filipinas (Balita Pinoy - <http://www.balitapinoy.net>), Israel (YouPost - <http://www.youpost.co.il>), Estados-Unidos (Mashable - <http://www.mashable.com>) e por último a França (AgoraVox - <http://www.agoravox.fr>).

## **A integração e a participação do leitor nos sites noticiosos**

Entrevistas realizadas por Hermida e Thurman (2008) concluem que os editores dos sites noticiosos abriram as suas plataformas à participação por várias causas: por receio de serem marginalizados pelos utilizadores, para manter os seus jornalistas bloggers e para complementar o jornalismo profissional. Para Meso (2007) a insatisfação com os meios de comunicação tradicionais, a procura de informação que vá ao encontro das preferências pessoais, o acesso rápido e ágil à informação, a vontade manifestada pelas pessoas em participar na realização de conteúdos dos próprios sites noticiosos e a independência do espaço e do tempo, são alguns dos fatores que têm contribuído para a eclosão dos novos formatos de informação, contribuindo para o aparecimento de alternativas ao monopólio mediático. Os sites noticiosos criam espaços para a participação do público e distribuem conteúdos em diferentes plataformas. Esses espaços facilitam a participação pública nos sites noticiosos a par do trabalho desenvolvido por profissionais especializados. O leitor é convidado a dar o seu contributo através de comentários, blogs, fóruns, chats, envio de fotografias, vídeos e até notícias (Rodrigues, 2013). Contudo, investigações de Hermida e Thurman (2008); Domingo *et al* (2008) revelam que a cultura participativa está longe de traduzir uma horizontalidade total. Os meios de comunicação social mantêm o control dessa participação e reservam para si o papel de *gatekeeping* em várias etapas do processo de produção noticiosa. Existe uma ampla implementação de ferramentas 2.0 mas as mais implementadas são aquelas que permitem aos utilizadores trabalhar com conteúdos previstos pelos sites noticiosos e não tanto produzir conteúdos, concluem García de Torres *et al* (2009). Ao analisar os sites de 10 jornais portugueses (Jornal de Notícias, Correio da Manhã, Público, Sol, Expresso, O Primeiro de Janeiro, Diário de Notícias da Madeira, Açoriano Oriental, Diário do Minho e Diário de Aveiro) Fernando Zamith (2011) conclui duas realidades distintas: A primeira é de que os jornais nacionais estimulam, ainda que tenuemente, a presença de conteúdos gerados pelos utilizadores, enquanto que os jornais regionais e distritais pouco permitem a participação dos visitantes/utilizadores. Nos 10 sites noticiosos portugueses que analisou, relativamente à relevância atribuída ao estatuto do utilizador, o autor conclui que é pouco reconhecido e que apenas a possibilidade de comentar as notícias dos jornalistas é prática corrente na maioria dos casos estudados (oito dos 10 jornais). A negociação entre fontes e jornalistas perdeu grande parte das suas características intrínsecas, uma vez que parece

ter colapsado a barreira entre o público e o acesso ao poder de publicação. O *gatekeeping* deixou de ser processo único e exclusivo dos tradicionais emissores de conteúdos noticiosos e passou a ser partilhado pelo recetor, que por sua vez assume agora o papel também de emissor para além de consumidor de informação (*prosumer*).

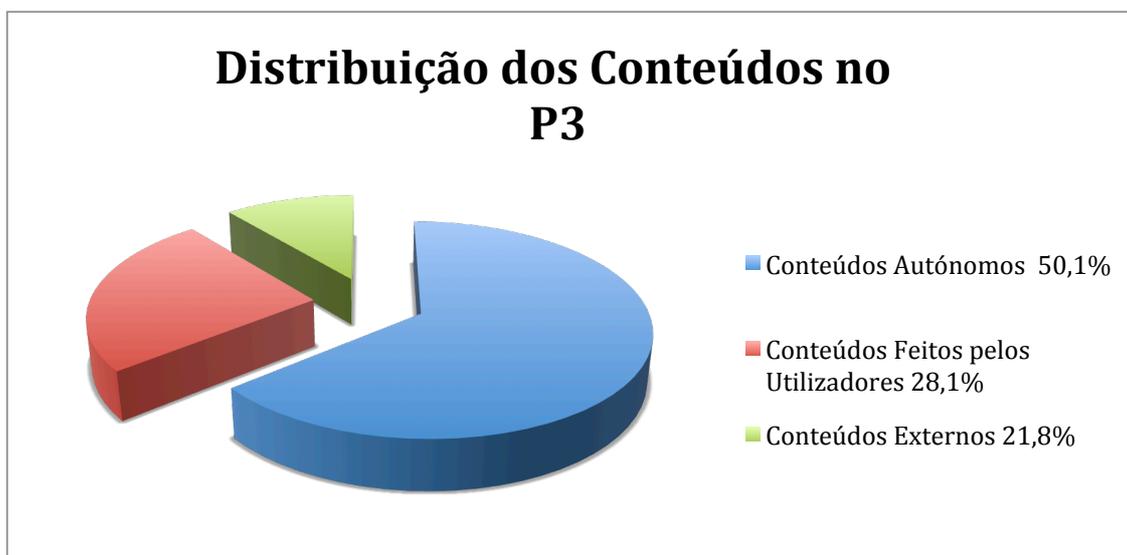
### **O caso do site noticioso P3**

Durante um período de 30 dias (1 de Setembro a 30 de Setembro de 2014), analisámos a *homepage* do site noticioso P3, com o objetivo de identificar a tipologia dos conteúdos. e, simultaneamente, procurar responder à pergunta: Qual a origem predominante dos conteúdos noticiosos publicados pelo P3? Para esse efeito, utilizamos uma das grelhas de análise de conteúdos do investigador da Universidade do Porto Fernando Zamith (2011 p. 146). Durante os 30 dias estabelecemos os seguintes indicadores: “Total de Entradas” na *home page* (n.º de conteúdos noticiosos publicados); “Conteúdos Autónomos” (n.º de conteúdos produzidos pelo próprio jornal); “Conteúdos Externos” (n.º de conteúdos de outros órgãos de informação publicados no P3 como do Público, Reuters, Lusa e JPN); “Conteúdos feitos por Utilizadores” (n.º de conteúdos produzidos pelos utilizadores e publicados no P3. Dentro deste âmbito analisámos também as tipologias de conteúdos produzidas: Fotografia/ Vídeo / Texto / Multimédia e Áudio) e por último “Espaços/Apelos à Participação” (no sentido de aferir as frequências e as insistências ao utilizador para que este participe na publicação). O P3 “nasceu para todos os jovens (e não só) que se encontram afastados dos órgãos de informação por não se reverem nos temas tratados”, é com este enquadramento que os responsáveis pelo site noticioso definem o modelo jornalístico do projeto. Foi realizada ainda uma entrevista ao atual diretor de informação do site noticioso - Amílcar Correia. Optámos por este órgão de informação por considerarmos reunir características singulares no ecossistema mediático português de cariz participativo bem vincado. De acordo com o mesmo responsável, trata-se de uma publicação generalista, contudo não contemplando o *breaking news*, aberta à participação dos utilizadores adoptando, por isso, um modelo descentralizado e bidirecional no processo informativo, típico da Web 2.0 ou da segunda era dos *media online*. O recurso a ferramentas utilizadas no *site* como *plugins*, designadamente do *Twitter* e do *Instagram* enaltecem o cunho participativo. O diretor de informação explica que o recurso ao *Instagram* possibilita, por exemplo, agrupar tudo o que é publicado nessa ferramenta sobre um qualquer tema. Existe ainda a

possibilidade, também no *Instagram*, de um qualquer utilizador publicar no mesmo momento em que está a assistir a um concerto conteúdos fotográficos através de uma *tag*, previamente distribuída pelo jornal, com o recurso a um *live* e construir um *slide show* automático e instantâneo que permite que essas fotografias entrem diretamente na *home page*. A filtragem destes conteúdos, garantem os responsáveis do jornal, é realizada *a posteriori*, existindo uma “confiança mútua para já não colocada em causa”. Contudo, já o envio de textos – crónicas e artigos de opinião são alvo de seleção. Na amostra recolhida, a *home page* do P3 regista relativamente ao “Total de Entradas” (número total de conteúdos por *home page*) uma média diária de 13,2 nos 30 dias estudados. O jornal *online* registou 14 entradas em 7 dias estudados e 13 nos restantes 23.

No que diz respeito à identificação dos conteúdos: “Conteúdos Autónomos” (conteúdos publicados produzidos pelo próprio site noticioso); Conteúdos Externos” (conteúdos publicados provenientes de outros órgãos de informação – Lusa/ Jornal Público/ Reuters/ Jornalismo Porto Net)e “Conteúdos feitos por utilizadores” registámos a seguinte distribuição:

Gráfico 1

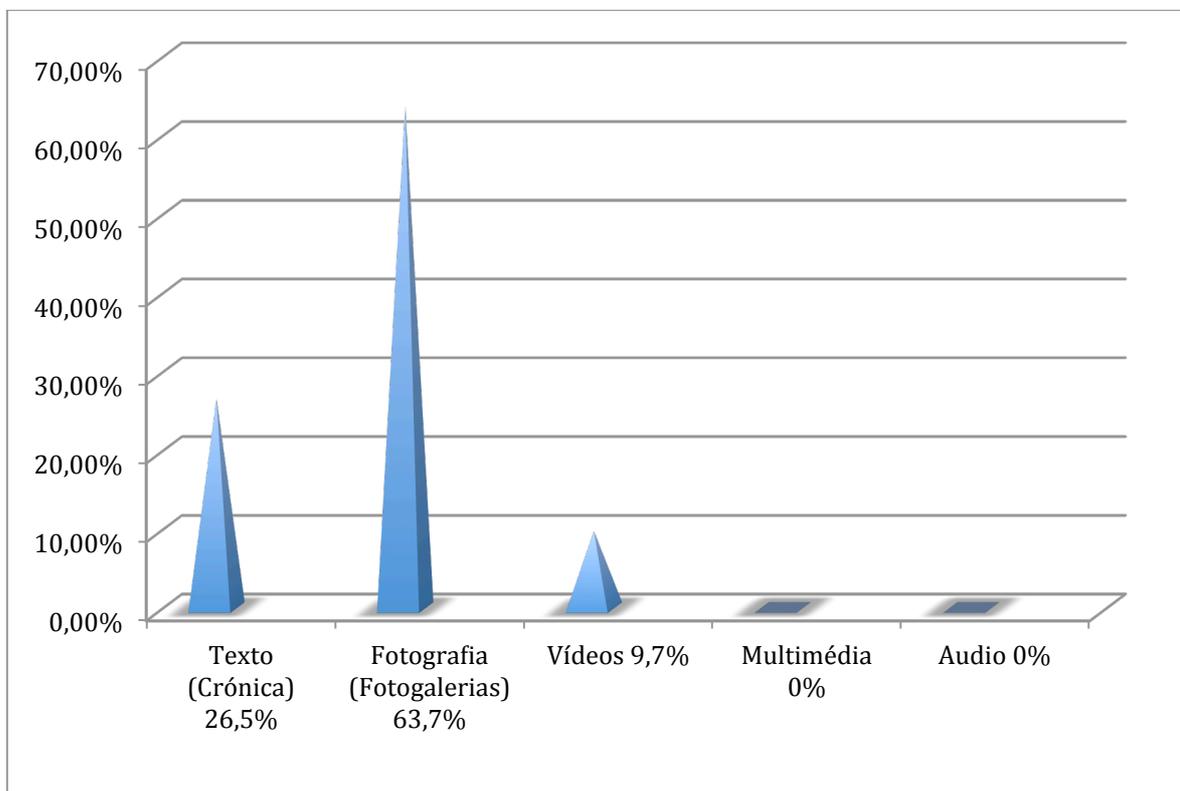


Distribuição da origem dos conteúdos publicados na *home page* do site noticioso P3.

Registaram-se 112 ocorrências na *home page* do P3 relativamente aos “Conteúdos feitos pelos Utilizadores”, 87 no que se refere aos “Conteúdos Externos” e 198 ocorrências no

que diz respeito a “Conteúdos Autónomos” durante os 30 dias em análise. Os conteúdos “Feitos pelos Utilizadores” foram divididos em 4 categorias: Texto, Fotografia, Vídeo, Multimédia e Audio. A distribuição é apresentada na tabela abaixo:

Gráfico 2



Distribuição dos conteúdos “Feito pelos Utilizadores” por categorias e percentagens na *home page* do P3.

As fotogalerias assumem especial relevância no conteúdo publicado pelos utilizadores na *home page* do site noticioso em questão, sendo o tipo de conteúdo que atinge maior número de registos. Nos 30 dias da análise, a totalidade dos textos enviados pelos utilizadores correspondem a crónicas e são publicadas diariamente na *home page*, obtendo o segundo lugar do *ranking*. No último patamar de conteúdos feitos pelos utilizadores estão os vídeos. Os conteúdos Multimédia e Áudio não atingiram qualquer valor durante o período em que foi realizado este estudo. Importa salientar que no indicador “Espaços/Apelos à Participação” existem duas funcionalidades detetadas ao longo dos 30 dias de estudo designadas por: “Eu acho que” e “Corrige”. Quer isto dizer que todos os conteúdos são suscetíveis de comentários, com a particularidade dos que

são produzidos pelos jornalistas serem também alvo de correções pelo utilizador, através de um contacto de email para esse efeito.

### **Considerações finais**

A cultura participativa é uma realidade e no entender de Kolodzy (2006) não basta a um jornalista conhecer em profundidade a sua história, há que conhecer também a sua audiência, trabalhar a mensagem para esse mesmo público para que seja compreendida. A Internet como novo *médium* despoletou a emergência da migração das redações para o *online*, aquilo a que Helder Bastos (2012) apelida de ciberjornalismo e que proporcionou a exploração de novos territórios e de diferentes linguagens. A Internet reúne de facto as características de um meta-meio. Todos os *media* (órgãos de comunicação social tradicionais) estão presentes na rede, na qual o utilizador é consumidor e produtor de informação. Para conseguir aumentar a receita, os *media* vêm-se obrigados a disputar a atenção dos utilizadores, ao procurar gerar tráfego nos seus *sites* de informação, e, desta forma, aumentar as receitas publicitárias (Canavilhas, 2010). Contudo, o jornalismo participativo parece entusiasmar mais os utilizadores do que a generalidade dos profissionais dos *media*. Ao analisar a *home page* do site noticioso P3 percebe-se que existe uma forte corrente participativa de produção de conteúdos vincada pela publicação de fotogalerias, das crónicas e mesmo dos vídeos, contudo, existem alguns territórios vedados à participação, como é o caso da produção noticiosa de textos. Mesmo assim os utilizadores conseguem alcançar uma percentagem significativa (de 28%) de tudo o que é publicado na *home page*. Outro aspeto a ter em conta que caracteriza a vertente participativa do P3 é o facto de, pela mão da plataforma *Instagram*, ser permitido ao utilizador a publicação em tempo real de fotografias e vídeos, sendo que esses conteúdos são vistoriados apenas depois de publicados, traduzindo um elevado grau de confiança e credibilidade atribuído ao utilizador. Por outro lado, parece-nos acertada a tese de Canavilhas e Rodrigues (2012), de que mesmo com um vasto leque de possibilidades participativas oferecidas pelos meios de comunicação, isso não significa que exista, de facto, um envolvimento entre jornalistas e leitores, pela razão de que em muitos casos a participação dos cidadãos ocorre em canais separados e de uma forma bem delimitada dos conteúdos profissionais.

### **Bibliografia**

Anderson, P., Ogola, G., Williams, M., (2014), *The Future of Quality News Journalism – A Cross-Continental Analysis*, Routledge, New York, p. 297.

Bastos, H. (2012): “A diluição do Jornalismo no Ciberjornalismo”. *Estudos em Jornalismo e Media*, Vol. 9, N.º2, disponível em <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2012v9n2p284>

Brambilla, A., (2010). *Jornalismo Colaborativo, para entender a Internet*, disponível em: <http://paraentenderojornalismohoje.blogspot.pt/2010/08/jornalismo-colaborativo.html>

Canavilhas, J. (2010): “Do *gatekeeping* ao *gatewatcher*: o papel das redes sociais no ecossistema mediático”. II Congresso Internacional de Comunicação, Universidade de Salamanca, 4 e 5 de Outubro, disponível em: <http://3A%2F%2Fcampus.usal.es%2F~comunicacion3punto0%2Fcomunicaciones%2F061.pdf&ei=oS1pUrmJeil7AaN6YGIBw&usg=AFQjCNGeB8LcRAxQFo8AkbIgy5Li6QlisA&bvm=bv.55123115,d.ZGU>

Canavilhas, J., Rodrigues, C. (2012). O Cidadão como produtor de informação: estudo de caso na imprensa online portuguesa, *Estudos em Jornalismo e Mídia – Vol. 9 N.º 2 – Julho a Dezembro*, disponível em [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3jPVu7\\_Pih0J:https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/download/1984-6924.2012v9n2p269/23345+&cd=1&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt&client=firefox-a](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3jPVu7_Pih0J:https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/download/1984-6924.2012v9n2p269/23345+&cd=1&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt&client=firefox-a)

Cardoso, M., (2013). “Jornalismo cidadão posto à prova em Boston”, *Revista Jornalismo e Jornalistas* n. 54 – Abr/Jun. p.37.

Domingo, D. , T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. Y Vujnovic, M. (2008). *Participatory Journalism practices in the media and beyond: an international comparative study of initiatives in online newspapers*, *Journalism practice* 2 (3), pp. 326-342

- Fidalgo, A. *et al.* (2009): Especificidade epistemológica do Jornalismo: desfazendo uma ilusão do jornalismo-cidadão. *Média, Redes e Comunicação, Futuros Presentes*, Lisboa, Quimera Editores, Lda. (pp. 219-222).
- Folkenflik, D., (2011) *Inside the New York Times Page One and the Future of Journalism*, PublicAffairs, New York.
- Gillmor, D. (2004). *We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People*, disponível em <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>.
- Hermida, A. Y Thurman N., (2008). “A Clash of cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites”, *Journalism Practise*, 2 (3), pp. 343-356.
- Meso, K. (2007). “El periodismo romántico ante un futuro incierto: la magia de Internet confunde a periodistas y consumidores de información. In Cebrián Herreros, M., & Flores Vivar, J. M. (eds.). *Blogs y periodismo en la Red*. Madrid, Fragua, pp. 347-356
- Moretzsohn, S. (2006). “O Mito Libertário do Jornalismo Cidadão”. *Comunicação e Sociedade* 9/10, Braga, disponível em <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/view/1155>.
- Rodrigues, C. (2013) *Jornalismo Participativo - Tecnologia, Comunicação e o Papel do Jornalista*, Tese de Doutoramento, Universidade da Beira Interior.
- Rodrigues, C. (2008). *Jornalismo Participativo: um conceito, diferentes práticas. Análise de Casos em Portugal e Espanha*, VI Congresso SOPCOM, disponível [http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom\\_iberico/sopcom\\_iberico09/paper/view/412/409](http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/view/412/409).

- Rosen, J. (2008). A Most Useful Definition of Citizen Journalism, em [http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a\\_most\\_useful\\_d.html](http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a_most_useful_d.html) (acedido em 5 de Outubro de 2014).
- Rost, A. (2012) in García de Torres, Cartografía del Periodismo Participativo – Estudio de las herramientas de participación en la prensa digital de Argentina, Colombia, Espâna, Estados Unidos, Israel, México, Perú, Portugal y Venezuela – Tirant Humanidades, Valencia, pp. 315-331.
- Torres, E. Yezers'ka, L., Rojano, M., Igarza, R., Azevedo, J., Zamith, F., Paul, N., Calderín, M., Badillo, J. , Martínez Martínez, S. y Rodríguez Martínez, J. (2009). “UGC Status and Levels of Control in Argentine, Colombian, Mexican, Peruvian, Portuguese, Spanish, US and Venezuelan Online Newspapers”, 10th International Symposium on Online Journalism, Universidade de Texas, Austin, disponível em <http://online.journalism.utexas.edu/2009/papers/Garciaetal09.pdf>
- Torres, E. *et al.* (2012) Cartografía del Periodismo Participativo – Estudio de las herramientas de participación en la prensa digital de Argentina, Colombia, Espâna, Estados Unidos, Israel, México, Perú, Portugal y Venezuela – Tirant Humanidades, Valencia, pp. 315-331.
- Zamith, F. (2011) A contextualização no Ciberjornalismo. Tese de doutoramento, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, disponível em <http://repositorioaberto.up.pt/handle/10216/57280>.

## Anexos

### Análise da participação na *home page* do site noticioso P3<sup>1</sup>

	Total Entradas	Conteúdos Autónomos	Conteúdos Relacionados	% de Conteúdos Relacionados	Conteúdos feitos por utilizadores	% conteúdos feito por utilizadores	Fotografia	Vídeo	Texto	Multimé. dia	Audio	Espaços /Apelos à Participação
1	13	8	2	15,3%	3	23%	2	-	1	-	-	2
2	13	6	4	30,7%	3	23%	2	-	1	-	-	2
3	14	4	6	42,8%	4	28,5%	2	1	1	-	-	2
4	14	8	3	21,4%	3	21,4%	1	1	1	-	-	2
5	13	10	2	15,3%	1	7,6%	-	-	1	-	-	2
6	13	7	2	15,3%	4	30,7%	3	-	1	-	-	2
7	13	7	2	15,3%	4	30,7%	2	1	1	-	-	2
8	13	5	2	15,3%	6	46,1%	4	1	1	-	-	2
9	14	7	1	7,1%	6	42,8%	3	2	1	-	-	2
10	13	9	2	15,3%	2	15,3%	1	-	1	-	-	2
11	13	7	3	23%	3	23%	2	-	1	-	-	2
12	13	5	4	30,7%	4	30,7%	3	-	1	-	-	2
13	13	4	5	38,4%	4	30,7%	3	-	1	-	-	2
14	14	8	2	14,2%	4	28,5%	2	1	1	-	-	2
15	14	7	3	21,4%	4	28,5%	2	1	1	-	-	2
16	13	7	3	23%	3	23%	2	-	1	-	-	2
17	13	4	5	38,4%	4	30,7%	3	-	1	-	-	2
18	13	6	2	15,3%	5	38,4%	4	-	1	-	-	2
19	13	4	3	23%	6	46,1%	5	-	1	-	-	2
20	14	7	1	7,1%	6	42,8%	4	1	1	-	-	2
21	14	8	3	21,4%	3	21,4%	1	1	1	-	-	2
22	13	7	4	30,7%	2	15,3%	1	-	1	-	-	2
23	13	8	3	23%	2	15,3%	1	-	1	-	-	2
24	13	6	4	30,7%	3	23%	2	-	1	-	-	2
25	13	7	4	30,7%	2	15,3%	1	-	1	-	-	2
26	13	6	5	38,4%	2	15,3%	1	-	1	-	-	2
27	13	5	2	15,3%	6	46,1%	4	1	1	-	-	2
28	13	6	2	15,3%	5	38,4%	4	-	1	-	-	2
29	13	6	2	15,3%	5	38,4%	5	-	1	-	-	2
30	13	9	1	7,6%	3	23%	2	-	1	-	-	2

<sup>1</sup> Os elementos desta tabela baseiam-se no estudo de Fernando Zamith intitulado “A contextualização no Ciberjornalismo”, tese de doutoramento à Faculdade de Letras da Universidade do Porto, em 2011, disponível em <http://repositorioaberto.up.pt/handle/10216/57280>. A presente análise foi realizada à *home page* do site noticioso P3, entre os dias 1 e 30 Setembro de 2014, num período de 30 dias, com o objetivo de aferir o nível de participação dos utilizadores.