

## **Sentinela News: a convergência de mídias e o pós-*Hard News* na cobertura do primeiro turno das eleições municipais de Curitiba de 2012**

Lucio WOYTOVICZ JR  
Felipe Harmata MARINHO

### **RESUMO**

O artigo estuda o conceito de convergência de mídias e relaciona ao conceito de pós-*Hard News*. A aplicação dos termos foi realizada numa cobertura multimídia do 1º turno das eleições municipais de Curitiba de 2012.

**PALAVRAS-CHAVE:** Convergência de Mídias; Pós-*Hard News*; Cobertura Multimídia das Eleições.

### **ABSTRACT**

The study relates the convergence of media information to a period anterior to traditional media outlets, named post-*Hard News*. The application was made in a multimedia coverage of the 1st round of the municipal elections in Curitiba 2012.

**KEYWORDS:** Convergence of Media, Post-*Hard News*, Media Coverage of Elections.

### **INTRODUÇÃO**

O presente trabalho pretende analisar e aplicar o uso da convergência de mídias no jornalismo. A experimentação deste conceito foi realizada por meio do *Sentinela News*, um canal de coberturas jornalísticas multimídia, que acompanhou a votação e apuração do primeiro turno das eleições municipais de Curitiba em 2012, no dia 7 de outubro.

A cobertura foi feita por meio de suporte *mobile* para captação e transmissão de informação com veiculação na internet em tempo real. Foram utilizadas plataformas online como redes sociais e uma página na *web* para publicação de notícias. Da primeira hora de votação, até o resultado das apurações, equipes foram distribuídas em diversos pontos de Curitiba para registrar fatos por meio de fotos, vídeos, áudios e textos em seções eleitorais, baseado no conceito de jornalismo colaborativo.

Durante todos os trabalhos, uma equipe esteve concentrada numa central de informações para organizar o conteúdo captado em campo. A partir do fim das votações, um programa em vídeo foi transmitido por *streaming* online para atualizar as informações da apuração dos votos. Um repórter encaminhado ao Tribunal Regional Eleitoral de Curitiba fez entradas ao vivo com entrevistas e notícias do local.

Este trabalho também busca apresentar e introduzir o fenômeno pós-*Hard News*, experimentado de maneira intrínseca à cobertura e à convergência de mídias. O termo tem como conceito inicial a imediatização da notícia, apoiada na agilidade das tecnologias atuais em reproduzir a informação.

O estudo se baseia na importância de se estudar este momento do jornalismo a partir do encontro de mídias. “A convergência parece plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformações dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital” (Jenkins, 2009, p. 41).

O projeto tem como ponto de partida a teoria de convergência de mídias de Jenkins (2009) e debate esse aspecto quanto a emissores, receptores e novos produtores de informação multimídia.

Para ampliar o termo trabalhado dentro de experiências já realizadas, uma pesquisa qualitativa foi realizada com profissionais de jornalismo de Curitiba que utilizam de novas mídias, convergência, internet e que trabalham, ou não, com um ou mais destes elementos na política. São jornalistas que compreendem a nova geração de veículos de comunicação ou de tradicionais, além de serem de gerações diferentes. Eles divergem e discorrem sobre o momento e importância de se estudar este conceito atual, retratam como essa pesquisa pode influenciar no setor jornalístico e buscam um caminho a seguir, já que o estudo traz algo que ainda é trabalhado com cautela e sem uma verdade absoluta, ou seja, em constante mudança.

A cobertura e a pesquisa se relacionam de maneira intrínseca. Ambas se complementam, uma vez que o projeto físico é baseado dentro de tudo que foi discorrido na teoria de convergência de mídias, sobre a cobertura jornalística multimídia e a possibilidade do pós-*Hard News*. A aplicação do estudo pode ser conferida no endereço eletrônico do projeto Sentinela News hospedado site <http://www.sentinelanews.com.br>. Lá, inclusive, há o caminho para as redes sociais utilizadas, que trouxeram mais um diferencial para o produto, e os vídeos dos jornais transmitidos ao vivo em *streaming online*, por meio do site “*Twitcam*”. No fim, o experimento trouxe um novo jeito de se cobrir jornalisticamente eventos de grande porte, onde fatos relevantes podem ocorrer em vários pontos de uma cidade, estado ou país.

## OBJETIVO

Experimentar conceitos de convergência de mídias na internet para a transmissão de informações sobre o dia de votação e apuração do primeiro turno das eleições municipais de Curitiba de 2012. Também analisar a relação da internet e das mídias sociais como um momento noticioso que pode ser anterior, posterior ou independente ao *Hard News*, a partir da cobertura multimídia da data. Intrínseco, busca-se experimentar técnicas interativas para informar o público sobre as eleições, além de criar um espaço alternativo para debate sobre o tema do evento.

## COBERTURAS MIDIÁTICAS DAS ELEIÇÕES

As coberturas midiáticas de eleições no Brasil tomaram o posto de suma importância desde que o voto direto foi reinserido na democracia brasileira, em 1989, segundo Rubim e Azevedo (1998). A cobertura das eleições presidenciais de 1998 ficou enfraquecida, com a falta de um debate televisivo da maior rede de TV brasileira, a Rede Globo, e com uma internet ainda engatinhando em terras brasileiras. Já em 2002, a internet foi utilizada por candidatos e pelos meios de comunicação, como afirmam Aldé e Borges (2004). Palácios e Machado (2007) explicam como a internet deve fugir do mesmo discurso jornalístico dos

outros meios de comunicação. “Essa maneira diferente de comunicação é baseada em três premissas: a informação instantânea, multiplicidade de línguas, a diversidade e a profundidade no fornecimento de informações” (p. 26-27). Há, no entanto, que se atentar para o fato da comodidade de se consumir um conteúdo político na rede mundial de computadores, alerta Gomes (2005). Ele afirma que estas informações são de fácil acesso e passam a ser mais convenientes e mais ‘baratas’.

A utilização de uma convergência de mídias para um mesmo propósito, na política, teve a primeira experiência de maior expressão, de acordo com Franco (2009), nas corridas eleitorais dos Estados Unidos da América, em 2008. As redes sociais e ferramentas gratuitas como blogs fizeram com que o candidato Barack Obama, que se elegera tempos depois, recebesse U\$ 66 milhões em doações voluntárias por meio da internet, segundo Vieira e Cervi (2010).

No Brasil, a modificação na lei eleitoral n.º 5498<sup>1</sup>, de 2009, abriu novas possibilidades de trabalhar com as eleições na internet e mídias sociais, como analisam Ribeiro e Vivar (2011). Logo nas eleições presidenciais de 2010, os autores mostram as mudanças que o eleitorado brasileiro pode acompanhar como a realização do primeiro debate eleitoral online, realizado pelos portais UOL e Folha.com, em agosto do mesmo ano.

Outra novidade apontada por Ribeiro e Vivar (2011) se deu na apuração dos votos. Segundo eles “pouco mais de duas horas após o encerramento das urnas eletrônicas no dia 3 de outubro, os cidadãos já tinham acesso ao resultado parcial da apuração dos votos do primeiro turno das eleições” (p. 3).

A interação/interatividade é vista por Gomes (2005) como o principal ponto de afirmação das novas mídias na participação política. No entanto, segundo ele, a falta de debates políticos mais aprofundados na internet é um fato causado por outros requisitos democráticos que não se encontram em grande parte da sociedade.

A presença de discussões políticas está mais atrelada a quem já mantém um interesse pelo assunto fora da internet e em momentos exteriores à proximidade das eleições ou de outros eventos políticos de grande escala, observa Silva (2006).

## COMUNICAÇÃO DIGITAL

De acordo com Castells (2009), a convergência de mídias é uma evolução para as redações dos veículos de comunicação tradicionais, que entraram na comunicação digital. Os vários formatos de novas mídias que provém da internet, como as redes sociais, os *blogs*, o *RSS*, os *microblogs*, o *mobile*, e a distribuição de vídeos, fotos, imagens, áudios e texto por meio de aparelhos portáteis na rede, transformaram os jornais em uma forma de auto-comunicação de massas, segundo o autor.

Com tantas opções de mídias (áudio, vídeo, texto, imagem estática, foto) o jornalismo caminha para um formato multimídia, o qual também são incluídas as redes sociais segundo conclusão de Ribeiro e Vivar (2011).

Jenkins (2008) afirma acreditar que “as novas tecnologias midiáticas possibilitaram que o mesmo conteúdo passasse por diferentes canais e assumisse formas muito diversas no ponto

de recepção” (p. 22). Neste ponto, a cobertura multimídia toma um ponto importante, já pode ser feita por meio de suporte *mobile* apoiado à internet móvel, diretamente do local de um fato registrado.

No entanto, é necessário certo cuidado com a informação, como atenta Moretzsohn (2002), para que a qualidade da notícia não seja afetada. Isso pode causar uma pressão para adaptação do jornalista a todas as mídias disponíveis e o *dead line* pode causar o enfraquecimento da apuração, argumenta o autor.

A convergência faz parte de um processo de consolidação do meio atual de comunicação das novas mídias, em conjunto com a adaptação dos meios antigos, como aponta Jenkins (2009), quando justifica que as mídias anteriores foram forçadas a conviver com os meios emergentes, isso da maneira em que elas foram criadas. “Estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares” (p. 43), completa o autor.

Esta instantaneidade e a aproximação entre os meios de comunicação tradicionais e as novas mídias são vistas com naturalidade por Dizard Jr (2000): “Os puristas podem argumentar que a nova mídia é substancialmente diferente da velha. (...) A verdade, no entanto, é que a linha divisória entre as duas está sendo diluída todos os dias” (p. 23).

Bentes (2010) disse acreditar que “as pessoas, grupos, coletivos, entidades, associações querem um canal de acesso imediato aos meios de comunicação e distribuição” (p. 3), apontando a importância da informação em tempo real, que baseia o pós-*Hard News*. De acordo com relato de Ribeiro e Vivar (2011), isto foi proporcionado durante as eleições presidenciais de 2010, para quem tinha acesso à internet, por meio da página online do Tribunal Superior Eleitoral ou com a instalação do software ‘Divulga 2010’ – disponibilizado para download gratuito no mesmo *site*. Segundo eles “pouco mais de duas horas após o encerramento das urnas eletrônicas no dia 3 de outubro, os cidadãos já tinham acesso ao resultado parcial da apuração dos votos do primeiro turno das eleições” (p. 3).

Outro fator relevante para o uso da cobertura multimídia nas eleições de 2012 é o atual momento que os meios de comunicação vivem. De acordo com Arnault (2011), a ocasião é para experimentações deste grande número de plataformas midiáticas nunca antes visto no mundo.

Porém, a cobertura foi realizada apenas durante a votação e apuração do primeiro turno das eleições municipais de Curitiba em 2012. Isso por conta da previsão de uma maior movimentação nas ruas e seções eleitorais, já que o número de candidatos para votação foi maior que os únicos dois eleitos ao segundo turno (Ratinho Jr – PSC e Gustavo Fruet – PDT). Além disso, a votação para vereador elevou as possibilidades de pauta para acompanhamento.

## **PÓS-HARD NEWS E A MÍDIA ATUAL**

Para fundamentar e basear o presente trabalho, duas formas de pesquisas foram planejadas, uma bibliográfica e outra qualitativa. A primeira foi realizada durante o primeiro semestre de 2012, com foco na argumentação de teóricos que já escreveram sobre os temas propostos. A segunda foi realizada no mesmo período e tem foco na argumentação de profissionais da área sobre convergência de mídias no jornalismo, influência das redes

sociais e aparelhos portáteis na difusão da notícia, vivência do possível pós-*Hard News* e eleições na era de convergência.

A pesquisa qualitativa teve como propósito dar credibilidade ao debate e ao estudo proposto com profissionais da área e que tenham influência e/ou envolvimento com o assunto de alguma forma. Foram quatro jornalistas formados entrevistados: José Wille, âncora das empresas TV Bandeirantes de Curitiba e Rádio CBN Curitiba, que tem experiência em veículos tradicionais e também se insere nas novas mídias e redes sociais, além de mediar debates eleitorais; Zé Beto, blogueiro do *site* de notícias Jornale, que fala sobre política e publica conteúdo multimídia em seu *blog* de opinião; Douglas Santucci, repórter da TV Bandeirantes de Curitiba e da Rádio Band News FM Curitiba, que faz links ao vivo da rua por meio de celular e internet, no programa televisivo ‘Brasil Urgente’, sendo a prática jornalística que mais se aproxima do conceito de pós-*Hard News* em um veículo de comunicação tradicional de Curitiba; e Luciana Possale Vassoler, gestora de conteúdo para *web* da ÓTV, que promove a convergência de mídias no *site* e redes sociais da empresa.

A relevância desses profissionais para a pesquisa é que cada um trabalha com uma mídia diferente, seja no formato, no meio de veiculação ou no conteúdo transmitido. Além disso, são gerações diferentes de jornalistas que vivem um mesmo fenômeno em seus respectivos canais de comunicação.

Apesar de ser um termo jornalístico, o *Hard News* pode estar ‘passando de mãos’, como observa Luciana Possale Vassoler: “Você saber, o *Hard News*, a notícia já está lá, o jornalista nem sempre é o primeiro, na verdade eu acho que já nem é mais o primeiro a saber das coisas”.

José Wille se mostra cético quando o assunto é a apuração bem feita do fato com a notícia em tempo real do pós-*Hard News*. “A informação está chegando numa velocidade que você não teve tempo para a apuração”. Do outro lado, Vassoler acredita que é possível sim ter informação em tempo real e bem apurada, “você só precisa ter equipe, ter gente qualificada para isso”. Douglas Santucci tem uma visão parecida, apesar de admitir que “isso tem seus percalços”, principalmente pela rapidez com que notícia é submetida para chegar ao leitor o quanto antes.

Já numa visão mais imparcial do assunto, Zé Beto prefere transferir a responsabilidade de decidir se existe a informação em tempo real bem apurada. “Aí entra a questão da qualidade. Quem decide isso é o leitor”, afirma.

Todas as características desse novo horizonte para o jornalismo basearam a cobertura multimídia do primeiro turno das eleições municipais de Curitiba em 2012. O debate entre os profissionais trouxe uma reafirmação da proposta realizada, já que houve um respaldo sobre esta experimentação de técnicas de convergência, jornalismo colaborativo, *mobile*, internet móvel e redes sociais neste projeto.

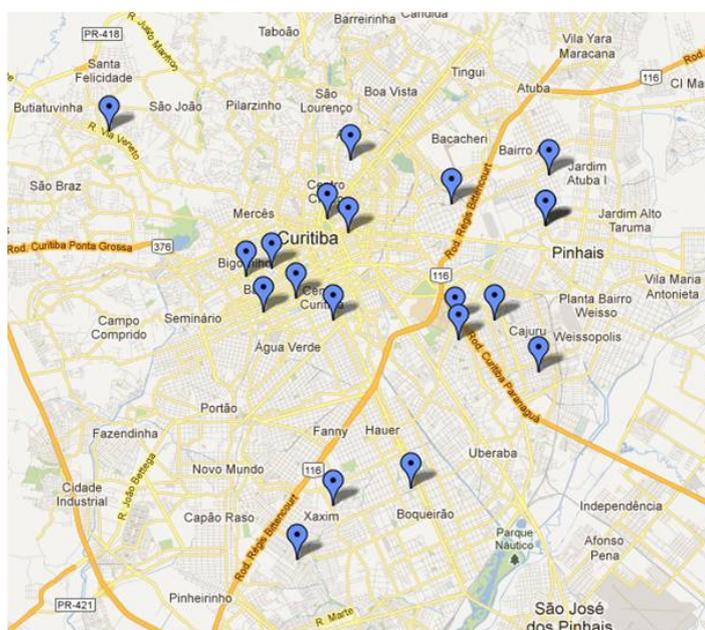
## COBERTURA MULTIMÍDIA DAS ELEIÇÕES

Para aplicar a pesquisa aqui inserida, o produto proposto foi o Sentinela News, que se trata de um canal de coberturas jornalísticas multimídia e que realizou o primeiro trabalho durante o dia em que ocorreram os processos de votação e apuração do primeiro turno das

eleições municipais de Curitiba de 2012, no dia 7 de outubro. Este produto foi baseado na lógica da convergência de mídias em paralelo ao pós-*Hard News*, já especificada.

Esta cobertura foi realizada em tempo real na internet, por meio de um *site* e de redes sociais, com início logo na primeira hora liberada para votação (8h) e foi finalizada somente após o resultado das apurações.

O conteúdo foi registrado em diversas seções eleitorais da cidade por meio de suporte *mobile* durante todo o período de votações. A equipe final foi formada por 14 estudantes de jornalismo, divididos em 19 seções eleitorais, escolhidas seguindo as seguintes prioridades, respectivamente: locais de votação dos candidatos à prefeitura de Curitiba no primeiro turno das eleições municipais e de autoridades, maiores seções eleitorais da cidade – segundo o TRE, colégios de grande relevância e proximidades



**Localidade das sessões eleitorais visitadas durante a cobertura. Foto: Reprodução/Google Maps**

Em reuniões foram decididos os itinerários de cada equipe de repórteres multimídia, foram feitos testes quanto à conexão com a internet, o envio de sms, o processo para entrar nas redes sociais oficiais do projeto, além da distribuição da camiseta oficial do Sentinela News, do kit lanche para o período na rua, dos aparelhos *mobiles* e chips para quem precisasse. Disponibilizamos ainda dinheiro para transporte coletivo, utilizado no trajeto às sessões eleitorais pré-estabelecidas.



**Camisetas oficiais do projeto Sentinela News, distribuídas à equipe.**

Foram transmitidos dois programas de vídeo em *streaming* online que acompanharam os fatos do dia registrados pela equipe e os números da apuração, inclusive com link ao vivo direto do Tribunal Regional Eleitoral de Curitiba por telefone com um repórter, chamados de “Sentinela News Primeira Edição” e “Sentinela News Segunda Edição”.

O Sentinela News contou com a publicação de conteúdo relacionado no *site* a partir de uma semana antes do marcado para a cobertura. Após a data, o projeto continuou sendo atualizado até o fim do segundo turno das eleições, já que o evento acabou sendo estendido por conta do resultado das apurações.

Para difundir o projeto antes, durante e depois do primeiro turno das eleições municipais de Curitiba, foi criado um *site* (<http://www.sentinelanews.com.br>) que concentrou todo o conteúdo na internet e serviu como a plataforma-mãe. O domínio “.com.br” foi realizado no dia 6/9/2012, por meio do *site* <http://www.registro.br>. A hospedagem foi fixada no sistema *Blogger*, do *Google*, por conta do menor custo comparado ao sistema *WordPress*, que cobra inclusive para redirecionar o domínio à origem da hospedagem.



Site oficial do Sentinel News

Além disso, o Sentinel News esteve presente em outros meios convergidos para a cobertura. Foi criada uma página na rede social *Facebook* (<https://www.facebook.com/sentinelanews>) para transmissão de informações multimídia, um perfil no *microblog Twitter* (<https://twitter.com/sentinelanews>) para veiculação de informações em tempo real de maneira ágil, uma conta no *Flickr* (<http://www.flickr.com/sentinelanews>) para hospedagem de todas as fotos registradas e uma conta no *Youtube* (<http://www.youtube.com/sentinelanews>) para *upload* de vídeos.



**Facebook do Sentinela News**



[Início](#) | 
 [Minhas coisas](#) | 
 [Organizar](#) | 
 [Contatos](#) | 
 [Grupos](#) | 
 [Explorar](#) | 
 [Fazer upload](#)

**Sua galeria**

[Álbuns](#) | 
 [Exposições](#) | 
 [Tags](#) | 
 [Pessoas](#) | 
 [Arquivos](#) | 
 [Favoritos](#) | 
 [Popular](#) | 
 [Perfil](#)



**Movimento nas Urnas**

Durante a tarde, movimento tranquilo no Colégio Estadual Senhorinha de...

Qualquer pessoa pode ver esta foto

[\(editar\)](#)

Upload feito em 8 de Out de 2012 | [Excluir](#)

1 visualização / 0 comentários



**Votação**

Candidato do PSTU ganha preferência para votar em seção do Colégio Cecília Meireles. Foto: Thiago Crovador

Qualquer pessoa pode ver esta foto

[\(editar\)](#)

Upload feito em 8 de Out de 2012 | [Excluir](#)

1 visualização / 0 comentários

**Olá, Sentinela News!**

Você sabia que pode [mu](#) de sua galeria? Massa! Se desejar, você pode or que chamamos de Álbur pronto, esse álbum apar começar, abra o [Organizi](#)

**Flickr do Sentinela News**

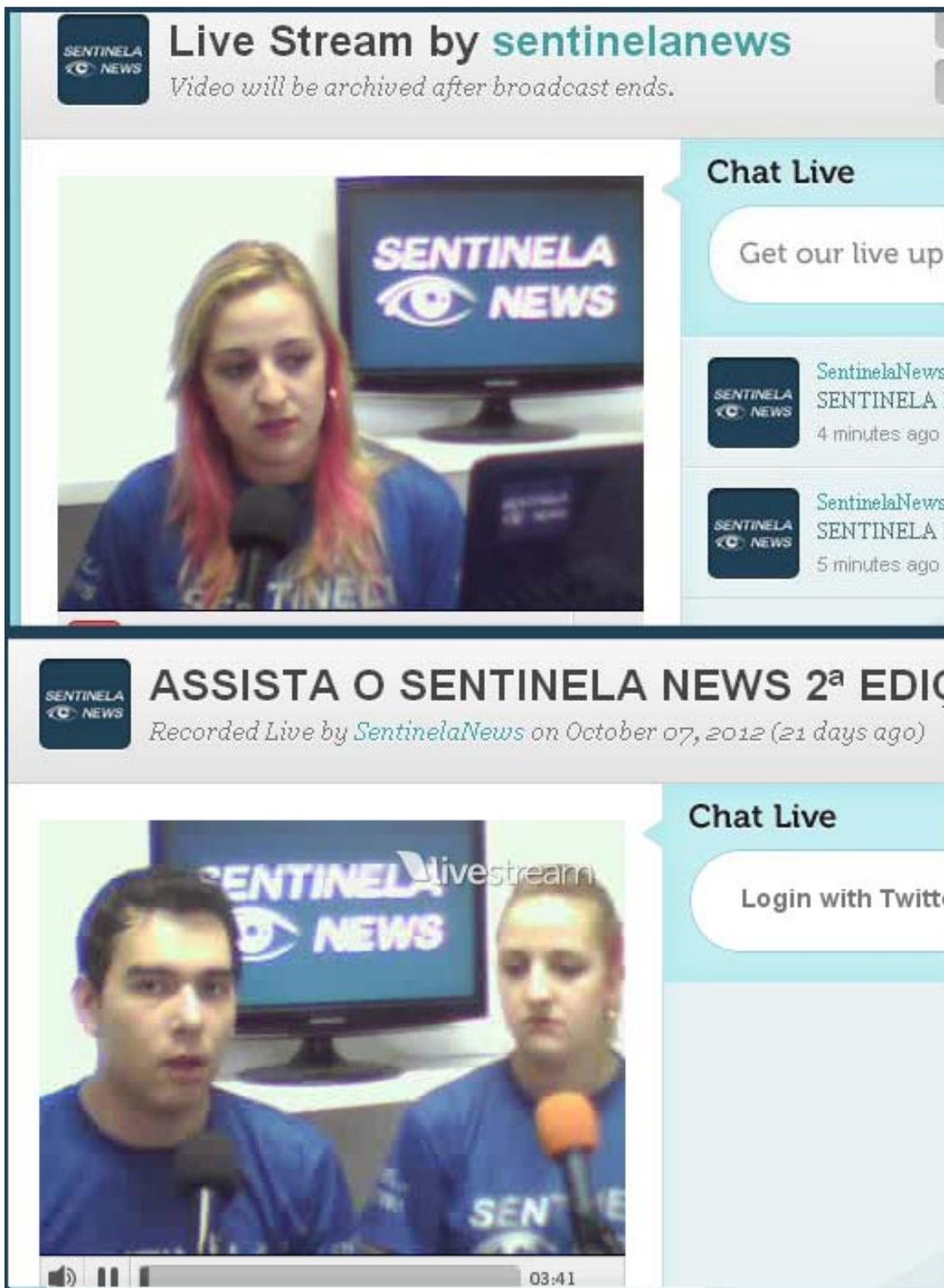


Twitter do Sentinela News



Youtube do Sentinela News

Também foi utilizado o *site Twitcam* para transmissão de dois programas de vídeo em *streaming* online pela internet (<http://twitcam.livestream.com/cc7jc> e <http://twitcam.livestream.com/cc9sa>).



Edições do Sentinela News em streaming de vídeo

A escolha das redes sociais se baseia no número de visitas de usuários brasileiros, de acordo com o estudo mais recente<sup>2</sup> sobre o assunto divulgado no dia 22 de agosto de 2012 pela empresa *Experian*, por meio da sua ferramenta de inteligência especializada em tráfego na internet, a *Experian Hitwise*.

De acordo com o levantamento, o *Facebook* é o líder de visitas na internet na categoria de redes sociais, com 54,99% de visitação. O concorrente direto e com princípios básicos de uso similares, o *Orkut*, tem apenas 12,42% deste público. O *Youtube*, ferramenta que hospeda vídeos, é a segunda rede social mais frequentada por brasileiros, com 17,92%. Quanto aos *microblogs*, o *Twitter* está à frente, sendo a quinta maior rede social no Brasil, com 2,41% de tráfego.

Outras ferramentas utilizadas foram o *Flickr*, que é o único *site* que hospeda imagem e também é uma rede social, já que o usuário pode adicionar amigos e usar como *blog*, por exemplo, e a *Twitcam*, que possibilita o *streaming* online de vídeo diretamente ligado ao *Twitter*, facilitando a convergência.

Para contato direto, foi criado e divulgado o e-mail [sentinelanews@yahoo.com.br](mailto:sentinelanews@yahoo.com.br). A plataforma para criação é gratuita e foi a mais popular a ter disponível o nome do projeto na íntegra para o prefixo.

Agora, o canal se prepara para a definição da próxima cobertura jornalística multimídia.

## CONSIDERAÇÕES

O gênero jornalístico pós-*Hard News*, aqui apresentado, não é algo totalmente novo na categoria. Muitos autores e profissionais já estudam este fenômeno que traz a informação anteriormente ao *Hard News* padrão. Porém há diversos formatos relacionados a este movimento que acabam sendo muito parecidos, como o pós-mídia de massa e o pós-massa.

Neste projeto observamos mais afundo como esse termo pode ser trabalhado, utilizando como aplicação uma cobertura multimídia do primeiro turno das eleições municipais de Curitiba. A escolha foi definida por uma conjunção de oportunidade e data.

O pós-*Hard News* só foi possível graças à utilização de novas tecnologias e canais de informação, providas da internet. Além disso, a expansão dos aparelhos portáteis também é um fator preponderante para a experiência do gênero.

A lógica da convergência de mídias para um mesmo foco, como Jenkins (2009) cita em sua teoria, baseia o conceito do termo. Ela foi a experimentação principal do projeto, já que a intenção era mesmo unir diferentes formatos e canais para informar. O resultado foi uma cobertura que disponibilizou fotos, vídeos, textos e áudios para o mais diversificado público que acompanhou o primeiro turno das eleições municipais de Curitiba em 2012. Pelas estatísticas apresentadas na delimitação, podemos concluir que a recepção teve uma aceitabilidade considerável nesse aspecto.

Sobre o público consumidor do Sentinela News, muitos seguiram as teorias do jornalismo colaborativo e da inteligência coletiva, já que houve um processo de interação e debate sobre o evento, por meio das redes sociais *Facebook* e *Twitter*. Espaço comunicativo esse que não existia em eleições anteriores, por conta da evolução das tecnologias e das novas ferramentas da internet.

O depoimento e debate dos profissionais na pesquisa qualitativa têm importância especial, já que juntou jornalistas de diferentes veículos de comunicação, cargos e gerações. Todos confirmaram uma tendência ao conceito apresentado neste trabalho.

A conclusão é que por meio de uma cobertura multimídia online do primeiro turno das eleições municipais de Curitiba, descobrimos que o pós-*Hard News* é uma tendência que funciona em um produto jornalístico, é inovador e pode ser anterior – dando informações que só vão ser apresentadas no *Hard News* mais tarde, posterior – como, por exemplo, acompanhar o decorrer de fatos a partir de um evento noticiado no *Hard News*, ou independente – publicando apurações e notícias que acabam não sendo interessantes ao *Hard News*, seja por prioridades ou falta de espaço disponível.

Acredito, então, que o projeto cria um gênero em construção, que encontra mais uma ramificação para o jornalismo pensando no futuro, com cada vez novas tecnologias, novos canais para informação e evolução de veículos tradicionais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDÉ, Alessandra; BORGES, Juliano. **Internet, imprensa e as eleições de 2002: pautando notícias em tempo real**. Revista Logos, 2004. Disponível em: <<http://doxa.iesp.uerj.br/artigos/aldeborges2004BRASA.doc>> Acesso em: 31 mai. 2012, 23:57.

ARNAUT, Rodrigo Dias et al. Era Transmídia. 2011. Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/93/pdf>>. Acesso em: 23 maio 2012, 04:37.

BENTES, Ivana in IHU Online. **A era pós-mídia de massa: a desconfiguração e descentralização da Comunicação**. Entrevista completa do site do Instituto Humanitas Unisinos, 2010. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/29083-a-era-pos-midia-de-massa-a-desconfiguracao-e-descentralizacao-da-comunicacao-entrevista-especial-com-ivana-bentes->> Acesso em: 8 out. 2011. 00:12.

CASTELLS, M. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

DIZARD JR, Wilson. **A nova mídia**. ed., Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

GOMES, Wilson. **Internet e participação política em sociedades democráticas**. Porto Alegre: Revista Famecos [online], 2005. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3323/2581>> Acesso em: 01 abr. 23:10.

JENKINS, Henry. **Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación**. Barcelona: Paidós, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução Susana Alexandria. – 2 ed. - São Paulo: Aleph, 2009.

MORETZSOHN, S. **Jornalismo em “tempo real”**: O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

PALÁCIOS, Marcos e MACHADO, Elias. **O Ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias & software**. Salvador: EDUFBA, 2007.

RIBEIRO, Juliana Colussi; VIVAR, Jesús Miguel Flores. **Tecnologias e jornalismo digital na cobertura da apuração das eleições brasileiras de 2010**. Razón y Palabra, núm. 76, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México. 2011. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/1995/199519981024.pdf>>. Acesso em: 21 mar. 2012, 12:27.

RUBIM, Antonio Albino Canelas and AZEVEDO, Fernando Antonio. **Mídia e política no Brasil: textos e agenda de pesquisa**. Lua Nova [online]. 1998, n.43, pp. 189-216. ISSN 0102-6445. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-64451998000100011>> Acesso em: 28 mar. 2012, 23:59.

SILVA, Sivaldo Pereira da. **Participação política e Internet: propondo uma análise teórico-metodológica a partir de quatro conglomerados de fatores**. Trabalho apresentado no GT Internet e Política do I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, Universidade Federal da Bahia – Salvador, 2006. Disponível em: <[http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2006/Silva\\_2006.pdf](http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2006/Silva_2006.pdf)> Acesso em: 03 abr. 2012, 17:08.

#### NOTAS DE FIM

<sup>1</sup>Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-278863,00.html>> Acesso em 12 mar. 2012, 21h47.

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/2799258/facebook-mantem-lideranca-entre-redes-sociais-no-brasil-diz-estudo>> Acesso em: 20 jun. 2012, 10h32.