

Ciber-informações nativas: a difusão da informação em cibermeios de autoria de povos indígenas¹

Joana Brandão Tavares²

Universidade Federal de Santa Catarina

Resumo

Neste artigo, apresentamos um estudo da difusão da informação em cibermeios de autoria de povos indígenas residentes do território brasileiro. Levando em consideração a importância da difusão enquanto uma etapa do processo de produção de informação, observa-se as mudanças nas estratégias de difusão da informação na prática jornalística na internet e o potencial de difusão da informação destes cibermeios indígenas.

Palavras-chave

Jornalismo participativo, cibermeios, povos indígenas.

Abstract

In this paper, we present a study of the diffusion of information of cyber media authored by indigenous people based on Brazilian territory. Considering the importance of diffusion as a step in the information production process, we observe changes in strategies used by the journalistic practice to spread the information in the internet and the potential of the dissemination of information in these indigenous cyber media.

Key words

Participatory journalism, cyber media, indigenous people.

A internet é, desde sua origem, muito mais do que uma tecnologia, ela decorre de demandas conectadas em rede que afetam a esfera das comunicações e impactam toda organização social (CASTELLS, 2004). A rede, para Castells, é uma forma antiga de organização que, com o advento da internet, converteu-se em redes de informação com dimensões superiores a qualquer outro momento da história humana. Castells (2004) nomeia a sociedade pós-surgimento da internet de sociedade em rede (CASTELLS, 2004, p. 15).

Diversos questionamentos sobre os pressupostos teóricos, técnicos e éticos da prática jornalística, que atua exatamente na produção e troca de informações, surgiram na sociedade

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Jornalismo, Mídia Livre e Arquiteturas da Informação”, do V Simpósio Nacional da ABCiber.

² Mestranda e pesquisadora do Laboratório de Pesquisa Aplicada em Jornalismo Digital, no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Email: joanabrandao@hotmail.com

em rede. Para Machado (2003, p. 28), ocorre tanto uma “diluição do papel do jornalista como único intermediário para filtrar as mensagens autorizadas a entrar na esfera pública, quanto das fontes profissionais como detentoras do quase monopólio do acesso aos jornalistas”. Mas o jornalismo seguiria como conhecimento essencial para a organização de sociedades complexas apesar de possuir características distintas na sociedade em rede (Machado, 2003, p. 13). Ao definir metodologias de pesquisa no contexto da convergência das mídias, Corrêa (2008, p. 42) aponta para “a necessidade de uma transformação no processo educacional e formador dos profissionais para atuarem num ambiente multimídia e não mais monomídia”. Sousa (2008, p. 84) aponta para “os novos desafios à definição e delimitação do que é ser jornalista e do campo jornalístico” e para uma “erosão do esquema comunicativo clássico do jornalismo de difusão massiva de mensagens” causados pela fusão entre produtores e receptores da informação no novo ambiente convergente das mídias. Para Gunter (2003), os jornalistas precisam estar preparados para mudar a forma de trabalhar a fim de adaptarem-se à produção de notícias para e na internet. O autor aponta ainda que a falta de habilidade dos profissionais levou ao uso limitado das tecnologias disponibilizadas pela internet nas primeiras edições on-line de alguns jornais.

Segundo Palácios (2003), as potencialidades oferecidas pela internet ao jornalismo são condensadas em seis características: multimedialidade/convergência (possibilidade de aprofundamento dos assuntos com o uso simultâneo dos formatos de áudio, vídeo, foto e texto); interatividade (a inclusão dos usuários no processo de produção de conteúdo); hipertextualidade (interconexão de textos através de links produzindo diversas possibilidades de narrativa); personalização (ajuste do produto de acordo com a especificidade e demandas de cada indivíduo); memória (ilimitada); e a instantaneidade de acesso ou atualização contínua de conteúdo. No entanto, a possibilidade de tornar cada indivíduo-internauta um produtor de informação é considerada por Gunter como a principal mudança trazida pela internet na produção e padrões de consumo de mídia: “O principal aspecto da mudança é maior interatividade entre emissores e receptores de mensagens e a redefinição dos consumidores de mídia como remetentes bem como receptores³” (GUNTER, 2003, p. 7, tradução nossa). A interatividade na internet pode ocorrer em diferentes níveis: a comunicação pode ser de um para um, de um para muitos, de muitos para um, de muitos para

³ No original em inglês: “The key aspect of change is increased interactivity between senders and receivers of messages and the redefinition of media consumers as senders as well as receivers”

muitos e, algumas vezes, pode ser considerada como comunicação de massa (GUNTER, 2003, p. 7-8).

Neste contexto, surgem novos modelos de produção de informação, como o jornalismo participativo. O jornalismo participativo ou cidadão é “a criação e implementação de mecanismos que possibilitem envolver o público em diferentes etapas dos processos de coleta, criação, análise e distribuição de notícias” (HOLANDA et al., 2008, p. 261) ou ainda “qualquer forma de participação da audiência vinculada à atualidade informativa, desde o envio de comentários (forúns, espaços abaixo da notícia, blogues, enquetes) até a produção de material noticioso (foto, vídeo, textos)” (HOLANDA et al., p. 247). Entre as possibilidades de atuação na rede, os blogues são considerados como um local privilegiado: “Os blogs, como pouco mais de uma década de existência, são considerados um importante fenômeno propulsor do jornalismo participativo” (HOLANDA et al., p. 265). A relativa facilidade de elaborar um blogue na internet é um exemplo do que Gillmor (2004) chama de ferramenta de comunicação proporcionada pela tecnologia. Esta ferramenta “permite que qualquer pessoa se torne um jornalista a um custo baixo e, em teoria, com alcance global. Nada como isso jamais foi remotamente possível antes”⁴ (GILLMOR, 2004, XII, tradução nossa). Os dados do *site* Technorati (TECHNORATI, on-line), em pesquisa sobre o estado da blogosfera em 2010, apontam também para perspectivas de crescimento no futuro. A pesquisa com consumidores mostrou uma queda da credibilidade da mídia tradicional: 18,4% dos entrevistados concordaram com a declaração: “Blogues são geralmente melhor escritos do que a mídia tradicional”, 46,1% concordaram que “Eu confio na mídia tradicional menos do que há 5 anos atrás” e 15,4 % que “Eu confio na mídia tradicional mais do que há 5 anos atrás” . (TECHNORATI, on-line).

A difusão da informação jornalística e a difusão nos cibermeios

Observamos, em pesquisa nas principais associações de pesquisa brasileiras (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom, Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, e Associação

⁴ No original em inglês: “allows anyone to become a journalist at little cost and, in theory, with global reach. Nothing like this has ever been remotely possible before”

Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor) que existem poucos estudos sobre a difusão no jornalismo no contexto brasileiro. A palavra difusão é utilizada para pesquisa em rádio e pouco se fala de difusão na rede.

Consideramos que, para estudar a difusão na internet, deve-se partir de estudos que buscavam compreender a difusão da informação jornalística em outros meios. O interesse do público e a dimensão da difusão da informação produzida são elementos que sempre foram fundamentais ao jornalismo. De fato, em toda notícia existem três elementos principais: o acontecimento em si, o relato deste acontecimento, e o público ao qual esse relato se dirige através dos meios de comunicação (FONTCUBERTA, 1981). Segundo Fontcuberta, o interesse do público é tão importante que é um elemento que compõe a maioria das definições de notícia: “a notícia é um evento que interessa a um número significativo de pessoas. A palavra ‘interesse’ é a que mais se repete em toda definição de notícias”⁵ (FONTCUBERTA, 1981, p. 10, tradução nossa). Gomis (1991) aponta outro importante efeito da notícia sobre o leitor: o comentário. Leitores e ouvintes comentam as notícias que mais lhe interessam: “O fato de que a notícia seja comentada indica, entretanto, o interesse que a notícia desperta nos telespectadores”⁶ (GOMIS, 1991, p. 22, tradução nossa).

Para Sodré (2009), uma definição de notícia fundamentada no interesse e no seu destinatário é precária, pois atribui um peso maior a um dos aspectos da mesma. Mas o próprio autor lembra, ao tentar buscar uma definição mais apropriada, que a fórmula de responder às perguntas básicas – quem, o que, como, quando, onde e por que, debitaria do recurso mnemotécnico e da retórica sofisticada, e não seria suficiente, pois se limita ao conteúdo lógico do relato. A notícia se estrutura principalmente “em função dos mecanismos receptivo-cognitivos do público-leitor, isto é, de sua *atenção*, o que implica estruturar-se em função da *comunicabilidade*” (SODRÉ, 2009, p. 24-25, grifo do autor). A estrutura do relato noticioso busca facilitar o acesso do leitor ao fato, implicando-o na narração do acontecimento. Segundo Sodré, é a partir dessa perspectiva que podemos compreender como ocorreu o trânsito do jornalismo de opinião para o jornalismo comercial voltado para um público massivo, construindo a identidade da notícia na mídia contemporânea fundada na “economia da atenção” (SODRÉ, 2009, p. 25).

⁵ No original em espanhol: “la noticia es un suceso que interesa a un número importante de personas. La palabra ‘interés’ es la que más se repite en cada definición de noticia”.

⁶ No original em espanhol: “El hecho de que los noticiarios se momenten indica, no obstante, el interés que despiertan las noticias em los espectadores”.

No reconhecimento da ciência jornalística como uma ciência independente, a difusão aparece como uma característica integrante e de função essencial: “ela é a porta através da qual os bens mentais do periódico são relatados e recebidos”⁷ (FAUS BELAU, 1966, p 77, tradução nossa). Segundo Faus Belau, Groth busca encontrar o “ser e a essência” de todos periódicos separando e conceituando suas características: periodicidade, universalidade, atualidade e difusão. A difusão, junto com a periodicidade, é considerada uma característica da forma, enquanto que a universalidade e atualidade estão relacionadas com o conteúdo. A difusão é a acessibilidade geral do objeto e a comunicação completa de tudo que o periódico traz (FAUS BELAU, 1966, p. 73). O contrário da difusão é a inacessibilidade e a notoriedade pessoal e privada, que se opõe à pública. Faus Belau aponta que, na concepção de Groth, o importante da difusão não é quantas pessoas recebem o periódico, mas que ele seja acessível a todos. O ideal de difusão é a igualdade à quantidade de pessoas existentes. No entanto, o acesso geral mostra-se como um potencial que não pode ser realizado devido às condições do público para receber essa informação e às relações entre as quatro características internas do jornalismo. Segundo a “Lei de Intensidade Decrescente”⁸ (FAUS BELAU, 1966, p. 77, tradução nossa), um periódico fica limitado na difusão regional (voltada aos lugares) quando se dirige a todas as classes e, quando se dirige a todos os lugares, limita-se no alcance de diferentes classes sociais. Conclusão - a difusão limita-se a si mesma. A difusão pode não ocorrer devido também a diversos outros fatores - não existe a necessidade de comunicação, as pessoas não estão predispostas ou aptas para acessar a informação (como os analfabetos) ou por limitação do conceito do periódico. Para Marques de Melo (1994), a difusão é muito importante, pois velocidade, credibilidade e abrangência são necessárias para manter o equilíbrio entre os interesses da instituição e da coletividade, a necessidade social da informação na qual o jornalismo se justifica. A velocidade garante a atualidade da informação e a capacidade da organização chegar aos fatos e relatá-los (a periodicidade), que deve ocorrer em sintonia com as expectativas da coletividade - a universalidade. O equilíbrio destes fatores mantém a relação entre organizações jornalísticas e coletividades.

No contexto de mídias convergentes, ao estudar a difusão de blogues, Shirky (on-line) observa uma tendência para o surgimento de listas dos mais visitados: um pequeno conjunto de blogueiros que respondem por uma maioria do tráfego no mundo do blogues. Para o autor,

⁷ No original em espanhol: “La importancia fundamental de la Difusión resulta sin duda del hecho de que ella es la puerta a través de la cual los bienes mentales del periodico son comunicados y recibidos”.

⁸ No original em espanhol: “Ley da Intensidad Decreciente de la Difusión”.

em sistemas onde existem muitas opções e as pessoas são livres para escolher: “um pequeno subconjunto do todo irá receber uma quantidade desproporcional de tráfego (ou atenção, ou de rendimento), mesmo que nenhum membro do sistema trabalhe ativamente para obter esse resultado”⁹ (SHIRKY, on-line, tradução nossa). Na lógica de Shirky, a diversidade aliada à liberdade de escolha gera desigualdade e a desigualdade será maior quanto maior for a diversidade. Se, no passado, a divisão era mais igualitária, isso ocorria porque havia menos opções e no futuro é bem provável que alguns poucos blogues sejam escolhidos porque já o foram no passado. As razões iniciais da preferência por certos blogues podem ser diversas (qualidade, propaganda, indicação de amigos, etc), o que importa é que o potencial tecnológico de ampla difusão da internet não está sendo realizado na prática.

Nos cibermeios, surgem novas estratégias para a propagação da informação. Briggs fala de uma “palavra de link” para referir-se à forma como “transmitimos informações, compartilhamos ideias e expandimos negócios na era digital”¹⁰ (BRIGGS, on-line, tradução nossa). O poder de quem está sugerindo e o relacionamento entre as pessoas que estão compartilhando os *links* diz muito do efeito da sugestão: “Aqueles que chegam a um site de notícias por causa de um link postado no Facebook ou no Twitter são susceptíveis de ficar mais tempo e voltar mais vezes do que os visitantes que são enviados para lá a partir de um link encontrado através de um motor de busca”¹¹ (BRIGGS, on-line, tradução nossa). Na pesquisa sobre estado da blogosfera da Technocrati (TECHNORATI, on-line) também fica claro algumas especificidades da difusão na convergência das mídias. O relatório de 2010 aponta que a linha que separa blogues, micro-blogues e redes sociais está desaparecendo. Entre as principais estratégias para atrair visitantes relatadas pelos blogueiros pesquisados constam a convergência de redes sociais: 67% rotulam (criam tags) para os posts no blogue, 66 % usaram o Twitter , 65% utilizaram o Facebook.

Povos indígenas na rede

⁹ No original em inglês: “a small subset of the whole will get a disproportionate amount of traffic (or attention, or income), even if no members of the system actively work towards such an outcome”.

¹⁰ No original em inglês: “It’s about how we pass along information, share ideas, and expand business in our digital times”.

¹¹ No original em inglês: “Those who arrive at a news website because of a link posted on Facebook or Twitter are likely to stay longer and return more often than visitors who get sent there from a link found through a search engine”.

Ao utilizar a internet para informar o mundo sobre os avanços da batalha traçada no México, o movimento zapatista, em 1994, mostrou a potencialidade da utilização das novas mídias como um instrumento político de luta social pelas comunidades menos favorecidas e minorias étnicas. No livro *Votám-Zapata: A Marcha Indígena e a Sublevação Temporária* (BRIDGE & FELICE, 2002), Marco F. Bridge e Massimo Di Felice discutem o pensamento indígena e as novas formas de conflitos da contemporaneidade e apontam que, com os Zapatistas, surge o conflito eletrônico e transacional, onde o fluxo de comunicação exerce um papel fundamental no diálogo entre as forças locais e globais, revolucionárias e institucionais. A luta passa a ocorrer também na esfera da informação. É o conflito da sociedade conectada, da sociedade eletrônica e globalizada.

O movimento precursor de Chiapas continua com povos de diversas etnias e localidades. Em pesquisa sobre a presença indígena brasileira no ciberespaço, Eliete Pereira (2007) aponta que os primeiros registros de participação de indígenas do Brasil na internet são de 2001, e que esta participação expandiu e inclui *sites*, *blogues*, comunidades virtuais e portais. Os dados analisados apontam para 37 *sites* no ano de 2007. O uso de meios de comunicação por povos indígenas tem motivado diversas pesquisas que investigam, entre outras perspectivas da questão, as mudanças culturais causadas pela inclusão digital (SILVIA; CAVALCANTE, 2009), o uso de vídeos por povos indígenas (SILVA; COLVERO; RODRIGUES, 2010), rádio comunitária indígena (FREITAS; MATOS, 2009) e também especificamente sobre a presença indígena no ciberespaço (PEREIRA, 2007; BUCCHINONI, 2009). Ao analisar o *blogue Diários*, uma produção vinculada ao portal Índios On-line, Bucchinoni (2009) pontua que este *blogue* não apresenta o compartilhamento de uma particularidade, e, apesar do nome, caracterizá-lo como um diário íntimo é reducionista perante a ação comunicativa que ali se apresenta. Isto porque este cibermeio não possui um conteúdo característico da esfera privada e, referente ao processo de produção, é uma construção de vários sujeitos, uma narrativa coletiva, intuito manifesto no próprio nome em plural. A autora identifica “relatos fragmentados dos mais variados temas que, vistos em conjunto, corporificam uma identidade” (BUCCHINONI, 2009, p. 10). Essa ideia vai ao encontro da análise desenvolvida por Pereira sobre a utilização dos cibermeios pelos índios: “os povos indígenas podem divulgar os seus valores e pontos de vistas para o mundo, não só, podem formar redes de apoio, conhecer pessoas, construir relacionamentos e se fazerem

presentes além das aldeias, ou dos espaços territorialmente demarcados” (PEREIRA, 2007, p. 41).

Para a nossa análise, selecionamos dois blogs e um portal fundamentados em alguns critérios: o cibermeio deveria publicar textos de caráter noticioso e ter uma atualização média semanal; a seleção deveria abranger diversas regiões do país (não encontramos nenhuma página de autoria de índios da região sul e sudeste do país com publicação noticiosa, abarcaremos, portanto, as outras regiões) e incluir cibermeios de organizações, pessoais e de etnias, conforme classificação desenvolvida por Pereira (2009, p. 06) que divide os cibermeios de autoria de povos indígenas em: “sites de organização (62,17%); sites pessoais (21,62%) e sites de etnias (16,21%)”. Assim, selecionamos os três cibermeios a seguir:

1. Blogue da Ação de Jovens Indígenas (AJI, on-line) - É o blogue da Organização Não-Governamental Ação dos Jovens Indígenas cuja sede está na cidade de Dourados, a quatro quilômetros da Reserva Indígena de Dourados no estado de Mato Grosso do Sul. Localizada na região centro-oeste, esta reserva possui a maior densidade demográfica do país, com 15 mil índios numa região de 3554 hectares. O blogue, criado em 2006, apresenta uma média de cento e cinquenta publicações anuais. Jovens indígenas entre 18 e 24 anos de idade, das etnias guarani e aruak, produzem informações sobre os acontecimentos na reserva e temas de interesse dos povos indígenas com o objetivo de “criar um diálogo intercultural dentro e fora da Reserva de Dourados” (AJI, on-line).

2. Índios On-Line - O portal Índios Online (ÍNDIOS ON-LINE, on-line) teve início em 2004, recebeu patrocínio do Ministério da Cultura para se tornar um Ponto de Cultura em 2007 e hoje é uma referência em comunicação digital de indígenas no país, utilizando diversos recursos de interatividade e multimídia. Este cibermeio pode ser considerado, dentro do material pesquisado para a realização desta análise, um pioneiro em articulação de povos indígenas no ciberespaço. É uma rede de comunicação de povos indígenas conectados a internet produzindo conteúdo multimídia de criação coletiva. Criado originalmente pela Organização Não-Governamental Thydêwá, o portal hoje é uma rede autônoma, gerida pelos indígenas. O portal tem a colaboração de sete etnias de três estados do Nordeste brasileiro: Kiriri, Tupinambá, Pataxó-Hãhãhãe, Tumbalalá na Bahia, Xucuru-Kariri, Kariri-Xocó em Alagoas e os Pankararu em Pernambuco.

3. Nodanakaroda – Blogue dos Povos Indígenas do Alto Rio Negro (NODANAKARODA, on-line) – Este blogue sobre os povos indígenas do Alto Rio Negro, do Amazonas, região Norte do Brasil, é feito por Raimundo Miguel, indígena da etnia Baniwa, com o objetivo de

“mostrar ao mundo um pouco da realidade, da vida, da visão dos Povos Indígenas do Rio Negro, dos Baniwa e de mim mesmo. Coisas que não se vê na mídia e que precisam ser contadas para outras pessoas”. (NODANAKARODA, on-line). Escolhemos este blogue porque apesar de ser de autoria de uma só pessoa tem como foco beneficiar a comunidade e não assume a característica de um diário pessoal.

Analisamos estes cibermeios conforme a primeira fase do processo de análise de conteúdo (BARDIN, 2004). Nesta etapa são realizadas atividades abertas e não estruturadas que possibilitam uma aproximação exploratória do objeto e uma organização do material para a posterior codificação, categorização e, finalmente, realização de inferências: “A primeira atividade consiste em estabelecer contacto com os documentos a analisar e em conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações” (BARDIN, 2004, p. 90). Escolhemos os textos publicados no período de 02 a 06 de maio de 2011. Com esta análise preliminar busca-se ter uma compreensão do conteúdo dos cibermeios, uma vez que, como apontado por Groth (FAUS BELAU, 1966), as características de forma e conteúdo relacionam-se entre si. Busca-se descobrir, através dos elementos textuais, a universalidade dos conteúdos, para relacionar, então, com a difusão. A análise é uma etapa inicial a ser continuada posteriormente com o estudo das características dos cibermeios (multimedialidade, interatividade, hipertextualidade, personalização, memória e atualização contínua de conteúdo) para observar as estratégias utilizadas para se chegar ao leitor/internauta.

Compreendendo a existência da relação entre o conteúdo da informação e sua difusão, embora esta relação não seja única e determinante, buscamos encontrar similaridades e diferenças nos temas dos textos e na abrangência de cobertura de seus conteúdos. A partir do que Bardin (2004) nomeia “leitura flutuante”, observamos nos conteúdos das informações nos três cibermeios aspectos marcadamente diferentes nos espaços geográficos referidos, nos grupos de sujeitos mencionados e na ocorrência de variações entre assuntos de interesse de um público maior e outros de interesse mais restritos. A partir desta constatação inicial, escolhemos fazer uma sistematização dos termos utilizados para referirem-se a lugares, sujeitos e alcance da informação ou do fato relatado.

Nos cibermeios Índios On-line e AJI, existe uma abordagem de temas que incluem diversos estados do país, enquanto que o Nodanakaroda refere-se mais a acontecimentos na região onde encontra-se o autor do blogue. A menção mais distante é quando este autor vai à Universidade de São Paulo para um encontro sobre povos indígenas e utilização da internet. Ao mesmo tempo, este blogue tem uma tendência a se referir com mais intimidade aos

sujeitos de seus textos, muitas vezes mencionando apenas o primeiro nome e tratando em geral de indivíduos relacionados à escola Pamaáli, instituição escolar indígena na qual o autor do blogue trabalha. Enquanto que os outros dois cibermeios mencionam cargos políticos e indivíduos relacionados com diversas causas indígenas e esferas da sociedade (FUNAI, Polícia Federal, Presidência, Deputado Federal etc). Isso reflete a abordagem de assuntos relacionados a interesses políticos indígenas amplos, enquanto que o Nodanakaroda aborda assuntos mais relacionados à educação, à escola Pamaáli e atividades e cotidiano das aldeias da região.

Considerações Finais

A expansão da participação na internet de comunidades consideradas excluídas socialmente e sem acesso aos meios de comunicação tradicionais, através de ferramentas como os blogues, é um movimento crescente. No entanto, não basta participar, é necessário que os produtos sejam acessados. Na internet, estratégias como a convergência através das redes sociais podem ampliar a visibilidade de um cibermeio, assim como gerar um público mais fiel. São processos de produção e difusão da informação que fazem surgir novas formas de dar credibilidade e visibilidade à informação. Paralelamente a essas estratégias, consideramos que, no conteúdo da informação, reside também a potencialidade da difusão de um cibermeio e vimos em alguns cibermeios indígenas uma tendência para difusão local, enquanto que outros buscam discutir a causa indígena em uma perspectiva ampla, apresentando um potencial maior de difusão.

Referências Bibliográficas

AJI – Associação de Jovens Indígenas de Dourados. Disponível em: <<http://ajindo.blogspot.com/>>. Acesso em: 20 de junho de 2011.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 3ª Ed. Lisboa: Edições 70, 2006. 223p.

BRIDGE, Marco F.; FELICE, Massimo Di. **Votán-Zapata: A marcha indígena e a sublevação temporária.** São Paulo: Xamã, 2002. 225p.

BRIGGS, Mark. **Start Spreading the News.** Disponível em: <http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/102623/Start-Spreading-the-News.aspx>. Acesso em: 20 de junho de 2011.

BUCCHIONI, Xenya de Aguiar. **Comunicação, visibilidade e vínculo: a presença indígena na virtualidade.** In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2009. Anais eletrônicos... Curitiba, 2009.c 14p. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0920-1.pdf>. Acesso em: 20 de junho de 2011.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, negócios e sociedade.** Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004. 325p

CORRÊA, Elizabeth Saad. **Convergência de mídias: metodologias de pesquisa e delineamento do campo brasileiro.** In: NOCI, Javier Díaz; PALACIOS, Marcos (org.). Metodologia para o Estudo dos Cibermeios. Salvador: EDUFBA, 2008. p. 29-50

FAUS BELAU, Angel. **La ciência periodística de Otto Groth.** Pamplona: Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, 1966.

FONTCUBERTA, Mar. **Estructura de la noticia periodística.** Barcelona: A.T.E. 2ª Edição, 1981. 183p.

FREITAS, Ricardo Oliveira de; MATOS, Lucineide Magalhães de. **Caramuru FM: a rádio comunitária do povo Pataxó Hã-Hã-Hãe.** In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2009. Anais eletrônicos ..., Curitiba, 2009. 15p. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0935-1.pdf>. Acesso em: 20 de junho de 2011.

GOMIS, Lorenzo. **Teoria del Periodismo: como se forma el presente.** Barcelona: Paidós, 1991.

GUNTER, Barrie. **News and the Net.** Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, INC. Publishers. 2003. P. 218

HOLANDA, André et al. **Metodologias de pesquisa em jornalismo participativo no Brasil**. In: NOCI, Javier Díaz; PALACIOS, Marcos (org.). Metodologia para o Estudo dos Cibermeios. Salvador: EDUFBA, 2008. 360p.

ÍNDIOS ONLINE. Disponível em: <<http://www.indiosonline.org.br>>. Acesso em: 20 de junho de 2011.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador, BA: Calandra, 2003. (Coleção Biblioteca J) 183p.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1994. 208 p.

NODANAKARODA – DE IÇANA PARA O MUNDO. Disponível em: <http://rbaniwa.wordpress.com/>. Acesso em: 20 de junho de 2011.

PALÁCIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória**. In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (Org.). Modelos de Jornalismo Digital. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003. (Coleção Pixel). 233p. p. 13-36.

PEREIRA, Eliete da S. **Ciborgues Indígen@as .br: a presença nativa no ciberespaço**. Dissertação de Mestrado. Centro de Pesquisa e Pós-graduação das Américas, Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília, 2007. 169p.

SHIRKY, Clay. **Power Laws, Weblogs, and Inequality**. Disponível em: [#http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html](http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html). Acesso em: 20 de junho de 2011.

SILVA, Denise Teresinha da; COLVERO, Ronaldo Bernardino; RODRIGUES, Diego de Lemos. **O uso dos meios como alternativa de comunicação para a população dos Mbyá-Guarani presente nos Sete Povos das Missões**. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, 2010. Anais eletrônicos..., Caxias do Sul, 2010. 15p. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2851-1.pdf>. Acesso em: 20 de junho de 2011.

SILVA, Ravena Sombra Martins da; CAVALCANTE, Carmen Luisa Chaves. **A re-invenção cultural dos índios Tapebas por meio da inclusão digital**. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2009. Anais eletrônicos ..., Curitiba, 2009. 12p.

Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0973-1.pdf>.
Acesso em: 20 de junho de 2011.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. 287 p.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. In: SOUSA, Jorge Pedro (org). **Jornalismo: história, teoria e metodologia**. Porto: UFP, 2008, p. 12-92.

TECHNORATI. Disponível em: <http://technorati.com/state-of-the-blogsphere>. Acesso em: 20 de junho de 2011