

## ESTOU NA WEB, LOGO, COLABORO? ANÁLISE DE INTERAÇÕES ENTRE MEIOS NATIVOS DIGITAIS DE JORNALISMO IBERO-AMERICANOS

Edson Capoano<sup>1</sup>

Pedro Rodrigues Costa<sup>2</sup>

### INTRODUÇÃO

Questionar-se é uma forma de evoluir. Pessoas o fazem a todo momento em âmbitos íntimos e públicos. Quando reunidas por interesses em comum, também, como em associações e coletivos. Nas carreiras laborais, não seria diferente. Profissionais de um ofício se questionam individualmente sobre suas atuações ou sobre sua função enquanto corpo de grupo. No que se refere a um *ethos* muito específico, o de jornalistas, professores de comunicação e investigadores do campo, fazem-no tanto em redações de jornais quanto em corredores de universidades, questionando qual seu papel na sociedade e qual o futuro do jornalismo, entre outras questões que norteiam o campo. As Ciências Sociais se dedicam há algum tempo sobre as questões do campo profissional (BOURDIEU, 2001) ou das identificações de tribos urbanas na Pós-Modernidade (MAFFESOLI, 2010).

Mas devido às mudanças significativas nos suportes de informação (uma migração irreversível do impresso e material para o eletrônico e digital) e nos ambientes de trabalho (das redações de jornais para as plataformas digitais e o teletrabalho), o campo da comunicação em geral e a carreira de jornalismo em específico se deparam com as mesmas perguntas de sempre, renovadas, além de outras novas, cujas respostas vão definir como jornalista e jornalismo serão no século XXI. Questões alheias ao campo também vão defini-lo, como a ascensão da pós-verdade como fenômeno de relativização do que é fato, a matéria-prima por excelência do jornalismo; as *fake news*, que disputam tempo de atenção do consumidor de notícias nas atuais plataformas de troca de mensagens; os novos movimentos populistas, que elegeram a imprensa como

---

<sup>1</sup> Doutor em Ciências da Integração da América Latina - PROLAM-USP. Pesquisador do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), da Universidade do Minho, Braga, Portugal. e-mail: edson.capoano@ics.uminho.pt

<sup>2</sup> Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho. Pesquisador do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), da Universidade do Minho, Braga, Portugal. e-mail: pedrocosta@ics.uminho.pt

um alvo das estratégias para dispersão de crítica sobre a política; e a precarização do trabalho e do emprego para várias carreiras, incluindo jornalistas, professores e cientistas.

Felizmente, graças às redes de investigação e conhecimento estabelecidas no campo científico e profissional, pode-se atualizar os parâmetros de o que é jornalismo e o que não é (HUMANES, 2003, HANITZSCH, 2007; DEUZE, WITSCHGE, 2015), alcançar panoramas globais sobre a cultura jornalística e dos jornalistas (SALAVERRÍA, 2015; HANITZSCH et al., 2011) e compará-las (HANUSCH, HANITZSCH, 2017). O projeto *Worlds of Journalism Studies* (WJS), por exemplo, produz conhecimento dessa forma sobre o campo desde 2007. Já em sua primeira edição, cobriu 21 países de todo o mundo, evoluindo em uma segunda fase para mais de 27.500 jornalistas entrevistados em 67 países. Na rodada atual (2021-2023), o projeto abordará os temas jornalismo, risco e incerteza e terá 110 países envolvidos, com o apoio da UNESCO e da Federação Internacional de Jornalistas.

A primeira rodada de investigação (WJS 1, 2007-2011) expôs o foco nas culturas do jornalismo em geral, mais especificamente, se os valores de distanciamento e não envolvimento reinavam supremos. Como resultados, o distanciamento, o não envolvimento, o fornecimento de informações políticas e o monitoramento do governo ainda eram considerados funções jornalísticas essenciais em todo o mundo. Menor unanimidade foi percebida nos valores de imparcialidade, a confiabilidade e a veracidade das informações, bem como a adesão aos princípios éticos universais. Já aspectos de intervenção, objetivação e separação de fatos e opiniões diferiram entre culturas e países abordados. Enquanto jornalistas ocidentais apoiaram menos a promoção de valores, idéias e mudanças sociais e aderiram mais aos princípios universais em suas decisões éticas, jornalistas não ocidentais, tendiam a ser mais intervencionistas em suas percepções de papel jornalístico e mais flexíveis em suas compreensões sobre ética profissional.

Na segunda edição (WJS 2, 2012-2016), deu-se prosseguimento às questões anteriores, com atualizações sobre desafios que jornalistas e organizações de notícias enfrentam na atualidade, como o lugar do jornalismo na sociedade, ética, autonomia e influências na produção de notícias, confiança jornalística nas instituições públicas e a transformação do jornalismo no sentido mais amplo. Na empreitada atual (WJS 3,

2021-2023), espera-se compreender como o jornalismo lida e se adapta ao risco e à incerteza em diferentes contextos políticos, socioeconômicos e culturais e como o jornalismo se desenvolveu ao longo do tempo nos temas autonomia editorial; influências no jornalismo; papéis jornalísticos; epistemologias jornalísticas; ética profissional; segurança e resiliência dos jornalistas; bem como as condições de trabalho.

## DESENVOLVIMENTO

Dos muitos tópicos para discussão da cultura jornalística do século XXI, optou-se por discutir como se dá a influência da internet sobre o trabalho dos jornalistas e sobre o fazer jornalístico, especificamente a atuação desse *ethos* nas redes sociais, espaços sociotécnicos preponderantes na troca de informação contemporânea.

Pela sua arquitetura voltada a plataformas de interação, graças a ferramentas digitais de produção, publicação e compartilhamento, as redes sociais potencializam ambientes digitais socializados, nos quais seus usuários moldam sua topografia ou têm seus hábitos moldados por ela. Não à toa, uma das metodologias mais utilizadas para compreensão da sociologia digital é a ARS (Análise das Redes Sociais), que permite a compreensão destas estruturas e o uso por parte de seus atores (QUANDT, SOUZA, 2008; COSTA, 2020).

Assim, como as redes sociais materiais reúnem conjuntos de atores com relações entre si, as redes digitais acrescentam vínculos digitais através do fluxo de informação entre seus membros, categorizadas de diversas formas, como unilaterais, bilaterais ou triádicas (QUANDT; SOUZA, 2008), em torno de “relações recíprocas, relações indiretas, com intermediação, com representação, com bloqueio, com mediação e com coordenação” (COSTA, 2020, p.78).

O desenvolvimento do campo jornalístico (BOURDIEU, 1994) dentro das redes sociais, com grupos identitários segundo atividades laborais (MAFFESOLI, 2007) geraram cibercultura (LÉVY, 2010), assim como o faziam através de linguagem própria a tribo de jornalistas antes da digitalização (TRAQUINA, 2008). As interações entre os novos meios de jornalismo (CAMPOS-FREIRE et al., 2016; MÉNDEZ, 2019), especificamente os Ibero-americanos (SALAVERRÍA-ALIAGA, 2016), realizam

dinâmicas comuns ao seu ecossistema (CANAVILHAS, 2015), utilizando a potencialidade das redes sociais, como a co-criação de conteúdos entre seus membros (SIXTO-GARCÍA et al., 2020).

Da mesma forma, a organização das redes sociais gerou toda uma linguagem e procedimentos para compreensão de seus elementos individuais e seu funcionamento como um todo. Os grafos, representações visuais de redes sociais interativas, são compostos por atores (os membros das redes, representados por esferas ou pontos), arcos (ou arestas, as conexões entre nós, geralmente representadas por linhas), nós (ou vértices, geralmente representados por várias linhas conectadas a si). Tais grafos, que se interligam com a teoria social de Simmel (COSTA, 2020), podem gerar díades (ligações simples), tríades (subgrupos de redes) ou clusters (ou hubs, nós fortemente conectados). Estas medidas de análise (ou métricas) decorrem de tais componentes básicos que compõem uma rede, revelando suas dinâmicas (AMARAL, 2016; COSTA, 2020). Vai-se utilizar essa nomenclatura e conceito para analisar as interações entre estudo de caso escolhido, meios nativos digitais de jornalismo ibero-americanos.

Para restringir o objeto de estudo, foi utilizado um método misto de coleta e seleção. Inicialmente, optou-se pela metodologia *snowball* para delimitação do corpus da investigação (QUIVY; CAMPANHOUDT, 2003). Definiu-se que os jornalistas "embaixadores" da entidade Sembramedia ([sembramedia.org/equipo](http://sembramedia.org/equipo)), colaboradores locais em distintos países da Ibero-América, seriam os propulsores do questionário junto aos meios nativos de idioma espanhol na América Latina. Já para alcançar os meios nativos digitais em Portugal e no Brasil, utilizou-se a lista do site Media Alternativos ([mediaalternativos.pt](http://mediaalternativos.pt)) e o Mapa do Jornalismo Independente ([apublica.org/mapa-do-jornalismo](http://apublica.org/mapa-do-jornalismo)), da Agência Pública, respectivamente, para disparo de e-mails solicitando a resposta do questionário. Finalmente, para o contato com os meios espanhóis, utilizou-se o Digital News Report 2020 ([digitalnewsreport.org](http://digitalnewsreport.org)) para definir os meios digitais mais influentes da Espanha, aos quais foram enviados e-mails solicitando participação neste trabalho.

Neste contexto, os jornalistas/meios respondentes foram questionados sobre a cultura jornalística que desenvolvem; se assimilam a cultura do meio que estão instaladas (as redes digitais), compondo uma rede informal não planejada de produção e circulação de informação, ou se atuam de forma autônoma nos ambientes digitais. As

questões enviadas foram inspiradas em tais características que as redes sociais comportam em si, como sobre produção coletiva, cultura do compartilhamento, conexão com outros elos, relativização de autoria e de propriedade digitais, interação e conhecimento dos integrantes da rede, interdependência entre membros, representatividade e ação direta dos atores na rede. Assim, foram desenvolvidas as seguintes questões:

Você e sua organização se consideram representantes de algum setor da sociedade ou tem um público específico?  
Você e sua organização tiveram ou ainda têm suporte de outro meio?  
Você e sua organização têm atividades conjuntas com outros meios?  
Você e sua organização publicam regularmente em outros meios além do seu próprio? Pode divulgar alguns dados/perfil dos usuários das plataformas de sua organização?  
(CAPOANO, 2021).

### **Estudos de caso**

Dessa forma, foi composta uma rede unimodal (todos membros da mesma natureza) com nove atores: Sebastián Auyanet (Sembramedia, Uruguai); Carlos Herranz (El Confidencial, Espanha); jornalista não-identificado (Gerador, Portugal); jornalista não-identificado (Fumaça, Portugal); jornalista não-identificado (Interruptor, Portugal); Aleen Khan (Connectas, Colômbia); Agostinho Vieira (Colabora, Brasil); Indhira Acosta (PolétikaRD, República Dominicana); Miguel Loor (Sembramedia, Equador).

A seguir, será apresentada a análise das respostas coletadas pelo questionário enviado aos atores da rede composta para este estudo, a fim de definir se estes têm e quais são os elos relacionais entre si e como eles interagem através da rede. Decidiu-se não traduzir os depoimentos pela proximidade dos idiomas português e espanhol e pela característica mestiça das redes compostas na América Latina.

#### *Análise*

Em relação à questão “Você e sua organização se consideram representantes de algum setor da sociedade ou tem um público específico?”, as respostas variaram entre a declaração de vínculo com atores da sociedade civil (Sembramedia e Connectas) e com

a área cultural (Gerador), com o alinhamento a pautas do terceiro setor (Colabora) e com a percepção de autonomia editorial (Fumaça). Os demais não responderam à pergunta adequadamente.

Somos una organización de la sociedad civil (Auyanet. Sembramedia, 2021);

Nuestro enfoque es publicar noticias originales, primicias, reportajes que no tiene más nadie. Muy pocas veces publicamos la noticia que ya está "trending". Como el editor (yo) soy de la fuente económica originalmente muchas de esas primicias que nos llegan son de temas económicos pero estamos abiertos a todo (Khan, Connectas, 2021);

Sim, da área cultural (Gerador, 2021);

Nosso foco é na cobertura de sustentabilidade, no sentido amplo. Usamos os ODS da ONU como base para as nossas reportagens (Vieira, Colabora, 2021);

O Fumaça é um órgão de comunicação social independente, progressista e dissidente. Não representamos qualquer setor social (Viegas, Fumaça, 2021);

Não nos consideramos representantes de ninguém. O nosso público-alvo são os millennials mais novos (nascidos no final dos anos 80 e ao longo dos anos 90) e geração Z (nascidos inícios dos anos 2000) (Interruptor, 2021);

Somos un grupo de organizaciones y movimientos de la sociedad civil que trabaja en diferentes ámbitos, comprendidos en: salud, vivienda y hábitat, fiscalidad, seguridad ciudadana, transparencia, niñez y adolescencia, género, y municipalidad. Nuestro fin es lograr una sociedad más justa y menos desigual. (Acosta, PolétikaRD, 2021);

SembraMedia es una organización sin fines de lucro (Loor, Sembramedia, 2021);

Nuestro lector tipo es el que calificamos como influyente. Aquella persona con capacidad de influir en su entorno en cuestiones políticas, dinero y ocio (Herranz, El Confidencial, 2021).

Em relação à questão “Você e sua organização tiveram ou ainda têm suporte/apoio de outro meio?”, os embaixadores de Sembramedia, Connectas, Gerador e El Confidencial declararam que tal questão não se aplica às suas instituições, sendo que estes dois últimos ressaltaram a independência de seus projetos; Colabora respondeu que espera gerar associação que promova outras instituições (Ajour, em desenvolvimento); Interruptor admitiu que há laços com outras entidades, ainda que

informalmente, e PolétikaRD afirmou seu vínculo com Acento; finalmente, Fumaça esclareceu que foi impulsionada pela Open Society Foundations, que detém uma linha de apoio ao jornalismo.

Creo que esta pregunta no aplica para Sembramedia (Ayuanet, Sembramedia, 2021).

No (Khan, Connectas, 2021)

Não, não tivemos, nem requeremos esse apoio (Gerador, 2021).

O nome do Projeto é #Colabora e procuramos seguir esse espírito. Trocamos muitas informações com outras organizações, como as citadas acima e mais a Lupa, o Nexo e outras. No momento, estamos discutindo a criação de uma organização de mídia independente no Brasil que tem o nome provisório de Ajor. (Vieira, Colabora, 2021)

Não, mas a profissionalização do Fumaça foi financiada por uma doação da Open Society Foundations. O contrato dessa bolsa e de contribuições posteriores pode ser consultado. (Viegas, Fumaça, 2021)

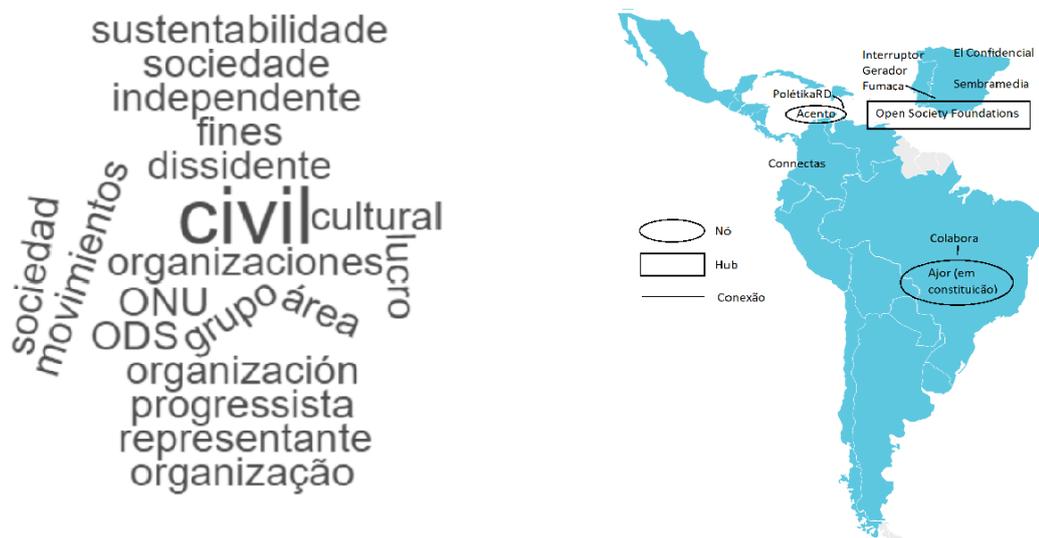
Não formalmente (Interruptor, 2021).

Contamos con el apoyo del medio Acento, que publica nuestros contenidos en su plataforma. Esto como parte de una alianza estratégica con ese medio. (Acosta, PolétikaRD, 2021)

Esta pregunta no aplica en nuestro caso (Loor, Sembramedia, 2021).

De ninguno. Es un proyecto independiente, controlado por un grupo de accionistas estable desde su origen, sin vinculación en otro grupo mediático. (Herranz, El Confidencial, 2021).

Figuras 1 e 2: nuvem de palavras obtida pela pergunta “Você e sua organização se consideram representantes de algum setor da sociedade ou tem um público específico?”; e rede obtida com a questão “Você e sua organização tiveram ou ainda têm suporte/apoio de outro meio?”.



Fonte: autoria própria

Em relação à questão “Você e sua organização têm atividades conjuntas com outros meios?”, para reiterar o tema das interações entre meios digitais, Sembramedia e Colabora ressaltaram seu papel de cluster ou hub em tal ecossistema; Gerador e Fumaça destacaram a interatividade entre meios, na forma de encontros jornalísticos ou na divisão de ambiente de trabalho, respectivamente; os demais meios não responderam adequadamente à pergunta.

La organización que integro como consultor, Sembramedia, tiene como objetivo fomentar la sostenibilidad del ecosistema de periodistas emprendedores y nativos digitales en América Latina. Tenemos un directorio con más de 700 medios, hacemos investigaciones inéditas sobre este ecosistema para detectar problemas, tenemos una escuela virtual y fondos para que estos medios puedan sostenerse de forma financiera. Entre otros roles, también soy embajador en Uruguay, y mi tarea es monitorear qué nuevos medios surgen e incluirlos en el directorio (Auyanet, Sembramedia, 2021).

Brindamos apoyo a la comunidad de periodistas emprendedores de la región a través de capacitación, oportunidades, educación, etc.” (Loor, Sembramedia, 2021)

Con Connectas solamente en respuesta a una convocatoria. No es que no estamos abiertos a colaboraciones con otros medios independientes

pero (sic) se alcanza más audiencia con colaboraciones con los medios grandes, tradicionales (Khan, Connectas, 2021).

Sim, frequentemente fazemos encontros jornalísticos com outros media independentes, como por exemplo as Conversas Impróprias com o Shifter (Gerador, 2021).

Sim, desde o início do projeto, há cinco anos, trabalhamos em parceria com outras iniciativas, como a Amazônia Real, a Agência Pública e a Ponte Jornalismo. Inclusive, já ganhamos um Prêmio Vladimir Herzog por um trabalho em parceria com essas organizações: a reportagem "Sem Direitos" (Vieira, Colabora, 2021).

O Fumaça partilha a sua redação, o Disjuntor, com outro órgão independente, a Divergente, com que colaboramos pontualmente. A discussão e partilha de ideias é benéfica para o nosso trabalho (Viegas, Fumaça, 2021).

Em relação à questão “Você e sua organização publicam regularmente em outros meios além do seu próprio?”, todos os meios responderam que publica em plataformas próprias, e especificamente nelas Sembramedia, Gerador e El Confidencial; Connectas produz para outros meios; Colabora oferece conteúdo a parceiros; Fumaça e Interruptor disponibilizam produção em plataformas de podcast, parceiros como Comunidade Cultura e Arte e a Rádio Universitária do Minho, além de seus canais próprios; PolétikaRD ressaltou a sinergia com o portal Acento, além dos sites Diario Libre e Hoy.

Todo lo que generamos se publica en Facebook y Twitter (Ayuanet, Sembramedia, 2021);

Sí, es una forma de financiamiento para nosotros, vender reportajes, noticias y "leads" (pistas) a otros medios (Khan, Connectas, 2021);

Não, só no nosso (Gerador, 2021);

Regularmente, não. Mas o nosso conteúdo é aberto aos parceiros. (Vieira, Colabora, 2021);

Os nossos métodos de distribuição principais são o feed de podcast do Fumaça e o nosso website. No entanto, temos uma política de republicação aberta, permitindo que qualquer pessoa republique o nosso trabalho, logo que adequadamente creditado e sem sofrer modificações. Vários órgãos o fazem, como a Comunidade Cultura e Arte e a Rádio Universitária do Minho (Viegas, Fumaça, 2021);

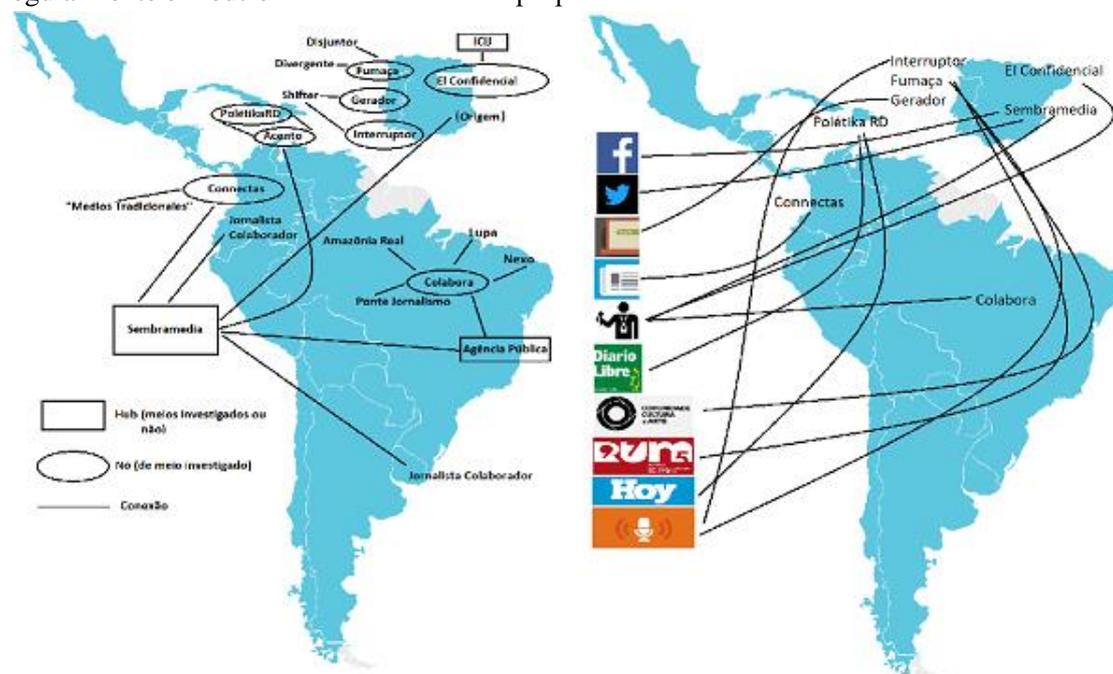
Nós publicamos no nosso site e em formato podcast (disponível no nosso site e plataformas habituais de podcast) (Interruptor, 2021);

Acento. Por igual, otros medios como Diario Libre y Hoy han publicado nuestras notas de prensa (Acosta, PolétikaRD, 2021);

SembraMedia tiene un blog dedicado a brindar información para periodistas emprendedores y una sección donde se publican casos de estudios (Loor, Sembramedia, 2021);

En ninguno otro, aunque hay periodistas de El Confidencial que participan en tertulias o programas como colaboradores (Herranz, El Confidencial, 2021).

Figuras 3 e 4 – rede obtida com a questão “Você e sua organização têm atividades conjuntas com outros meios?”; e rede obtida com a pergunta “Você e sua organização publicam regularmente em outros meios além do seu próprio?”.



Fonte: Autoria própria

Em relação à questão “Pode divulgar alguns dados/perfil dos usuários das plataformas de sua organização?”, a maioria dos respondentes sugeriu buscar os dados nas páginas das instituições ou nas das redes sociais, portanto, que se coletasse os dados segundo ferramentas digitais.

Já PolétikaRD esclareceu que seus usuários são jovens de classe média, residentes na República Dominicana (detalhe pertinente dada a grande imigração jovem na América Central): “O nosso público-alvo são os millennials mais novos (nascidos no final dos anos 80 e ao longo dos anos 90) e geração Z (nascidos inícios dos anos 2000)” (ACOSTA, 2021).

Finalmente, Carlos Herranz afirmou que os usuários gerados pelas plataformas sociais de El Confidencial estão em torno de 33% dos acessos totais, número parecido à porcentagem procedente do motor de busca do Google: “Nuestro lector tipo es el que calificamos como influyente. Aquella persona con capacidad de influir en su entorno en cuestiones políticas, dinero y ocio” (HERRANZ, 2021).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A rede artificial (composta apenas para este estudo) conta com ao menos quatro elos originais: “Embajadores de Sembramedia”, o nó modal dos atores hispano-americanos; a lista “Mapa do Jornalismo Independente”, o site “Mediaalternativos.pt”, nós para meios de idioma português no Brasil e em Portugal, respectivamente; e o relatório “Digital News Report Spain 2020”, pelo qual chegou-se ao meio espanhol, mas que não foi inserido no grafo por não se tratar de um meio nativo digital como os demais elos.

A maior parte das interações do grafo elaborado para este texto é de natureza bilateral, ou uma rede preponderantemente composta por díades. Algumas dessas relações têm força dirigida para fora da rede composta, para atores não investigados neste trabalho (ICIJ, Agência Pública, Acento, “meios tradicionais”, Shifter, Divergente, e Disjuntor). Trata-se de uma rede composta por um número considerável de atores, com arcos bidirecionais e poucos nós, dada a potencialidade do ecossistema.

Sembramedia se apresenta como o grande cluster/hub da rede, já que nasce configurada justamente para o desenvolvimento e troca com outras instituições jornalísticas. Colabora, também com esta função, faz papel semelhante no cenário brasileiro, mas como papel de nó, mais restrito às relações construídas por atividades comuns. De forma semelhante, outros atores esclareceram suas formas de interação em ambiente digital, com destaque a PolétikaRD, com um processo produtivo idealizado junto ao parceiro Acento.

Comprovou-se que tais atores são representantes da sociedade civil e terceiro setor imersos na cibercultura e/ou são representantes “puro sangue” do ciberjornalismo ou nativos digitais, com missão e objetivos contidos no campo da comunicação social. A maioria das instituições são projetos originais, criados sem auxílio de outra entidade

da rede. Outra característica claramente estimulada pela cibercultura do ecossistema digital é o conhecimento dos públicos atendidos, dada a possibilidade de métrica de consumo que as ferramentas digitais permitem aos novos meios.

Ainda há muito potencial para aumentar a interação entre os meios nativos digitais, seja entre os membros apresentados neste texto, seja com outros atores. Sabe-se, contudo, que a falta de tempo, de mão-de-obra disponível e de capital para crescimento das iniciativas impede que as instituições possam se dedicar a objetivos que não sejam sua própria missão. Indício disso é a quantidade de atividades conjuntas em nossa amostra ser baixa, mas a disponibilidade de conteúdos produzidos para parceiros ser alta, demonstrando a intenção de compartilhamento entre os atores.

É inegável, portanto, que nossa amostra tem características do campo da comunicação tradicional e os dilemas do atual momento do ofício carreira, imerso em ambientes sociotécnicos e em adaptação aos fenômenos pós-modernos.

## REFERÊNCIAS

ACOSTA, Indhira. Respostas ao questionário. In CAPOANO, Edson. *Questionário a meios nativos digitais Ibero-Americanos*. 2021. Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B5vWj2WRRCYQIO7JLeStypbL5KqY51PNz vqSrKRjsbs/edit?usp=sharing>. Acesso em 13/04/2021.

AMARAL, Inês. *Redes sociais na internet: sociabilidades emergentes*. 2016. Editora LabCom.IPF, Universidade Beira Interior. ISBN: 978-989-654-350-1 (papel) 978-989-654-352-5 (pdf) 978-989-654-351-8 (epub). Disponível em [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/45388/1/Amaral\\_Ines\\_2017\\_redes-sociais-emergentes.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/45388/1/Amaral_Ines_2017_redes-sociais-emergentes.pdf). Acesso em 13/04/2021.

ANDRE, Rui. *Media Alternativos em Portugal*. Disponível em <https://mediaalternativos.pt/>. Acesso em 13/04/2021. APUBLICA. Mapa do Jornalismo Independente. Agência Pública. Disponível em <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em 13/04/2021.

AYUANET, Sebastián. Respostas ao questionário. In CAPOANO, Edson. *Questionário a meios nativos digitais Ibero-Americanos*. 2021. Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B5vWj2WRRCYQIO7JLeStypbL5KqY51PNz vqSrKRjsbs/edit?usp=sharing>. Acesso em 13/04/2021.

BOURDIEU, Pierre. *Television. European review*, v. 9, n. 3, p. 245-256, 2001.

CAMPOS-FREIRE, Francisco et al. Impacto de las redes sociales en el periodismo. *El profesional de la información (EPI)*, v. 25, n. 3, p. 449-457, 2016.

CANAVILHAS, João. Nuevos medios, nuevo ecosistema. // *Profesional de la Información*, v. 24, n. 4, p. 357-362, 2015.

CAPOANO, Edson. *Questionário a meios nativos digitais Ibero-Americanos*. 2021. Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B5vWj2WRRCYQIO7JLeStypbL5KqY51PNzvqSrKRjsbs/edit?usp=sharing>. Acesso em 13/04/2021.

COSTA, Pedro Rodrigues. Impactos da captologia. Problemáticas, desafios e algumas consequências do “dar vistas” ao ecrã em rede. *Revista Sociologia Online*, 23: 74-94, 2020. Disponível em <https://revista.aps.pt/pt/impactos-da-captologia/>

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. *Além do jornalismo. Leituras do jornalismo*, v. 2, n. 4, 2015.

GERADOR. Respostas ao questionário. In CAPOANO, Edson. *Questionário a meios nativos digitais Ibero-Americanos*. 2021. Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B5vWj2WRRCYQIO7JLeStypbL5KqY51PNzvqSrKRjsbs/edit?usp=sharing>. Acesso em 13/04/2021.

HANITZSCH, Thomas et al. Mapping journalism cultures across nations: A comparative study of 18 countries. *Journalism Studies*, v. 12, n. 3, p. 273-293, 2011.

HANUSCH, Folker; HANITZSCH, Thomas. *Comparing journalistic cultures across nations: What we can learn from the worlds of journalism study*. 2017.

HERRANZ, Carlos. Respostas ao questionário. In CAPOANO, Edson. *Questionário a meios nativos digitais Ibero-Americanos*. 2021. Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B5vWj2WRRCYQIO7JLeStypbL5KqY51PNzvqSrKRjsbs/edit?usp=sharing>. Acesso em 13/04/2021.

HUMANES, María Luisa. Evolución de roles y actitudes. Cultura y modelos profesionales del periodismo. *Telos*, v. 54, p. 618-626, 2003.

INTERRUPTOR. Respostas ao questionário. In CAPOANO, Edson. *Questionário a meios nativos digitais Ibero-Americanos*. 2021. Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B5vWj2WRRCYQIO7JLeStypbL5KqY51PNzvqSrKRjsbs/edit?usp=sharing>. Acesso em 13/04/2021.

KHAN, Aleen. Respostas ao questionário. In CAPOANO, Edson. *Questionário a meios nativos digitais Ibero-Americanos*. 2021. Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B5vWj2WRRCYQIO7JLeStypbL5KqY51PNzvqSrKRjsbs/edit?usp=sharing>. Acesso em 13/04/2021.

LOOR, Miguel. Respostas ao questionário. In CAPOANO, Edson. *Questionário a meios nativos digitais Ibero-Americanos*. 2021. Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B5vWj2WRRCYQIO7JLeStypbL5KqY51PNzvqSrKRjsbs/edit?usp=sharing>

vqSrKRjsbs/edit?usp=sharing. Acesso em 13/04/2021.

PIERRE LEVY. *Cibercultura*. Editora 34, 2010.

MAFFESOLI, Michel. *Pós-modernidade. Comunicação e sociedade*, v. 18, p. 21-25, 2010.

MAFFESOLI, Michel. Tribalismo pós-moderno: da identidade às identificações. *Ciências Sociais Unisinos*, v. 43, n. 1, p. 97-102, 2007.

MÉNDEZ, Marga Cabrera; CODINA, Lluís; ALIAGA, Ramón Salaverría. Qué son y qué no son los nuevos medios. 70 visiones de expertos hispanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 74, p. 1506-1520, 2019.

NEGREDO et al. Digital News Report Spain 2020. *Reuters Institute*. Acesso em 13/04/2021. Disponível em <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/spain-2020/>

QUIVY, Raimond; CAMPENHOUDT, Luc. *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva, 2003.

SALAVERRÍA, Ramón. Ideas para renovar la investigación sobre medios digitales. *Profesional de la Información*, v. 24, n. 3, p. 223-226, 2015.

SALAVERRÍA, Ramón. *Ciberperiodismo en iberoamérica*. Fundación Telefónica y Editorial Ariel, 2016.

SEMBRAMEDIA. Equipo. *Sembramedia*. Disponível em <https://www.sebramedia.org/equipo/>. Acesso em 13/04/2021.

SIXTO-GARCÍA, José; LÓPEZ-GARCÍA, Xosé; TOURAL-BRAN, Carlos. Oportunidades para la cocreación de contenidos en los diarios nativos digitales. *El profesional de la información (EPI)*, v. 29, n. 4, 2020.

SOUZA, Queila; QUANDT, Carlos. *Metodologia de análise de redes sociais. O tempo das redes*. São Paulo: Perspectiva, p. 31-63, 2008.

VIEIRA, Agostinho. Respostas ao questionário. In CAPOANO, Edson. *Questionário a meios nativos digitais Ibero-Americanos*. 2021. Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B5vWj2WRRCYQIO7JLeStypbL5KqY51PNzvqSrKRjsbs/edit?usp=sharing>. Acesso em 13/04/2021.

VIEGAS, Nuno. Respostas ao questionário. In CAPOANO, Edson. *Questionário a meios nativos digitais Ibero-Americanos*. 2021. Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B5vWj2WRRCYQIO7JLeStypbL5KqY51PNzvqSrKRjsbs/edit?usp=sharing>. Acesso em 13/04/2021.