



**Universidade Federal do Ceará  
Instituto de Cultura e Arte  
Curso de Comunicação Social**

**Jornalismo colaborativo na internet:  
Descentralização da informação e  
credibilidade jornalística**

**Felipe de Almeida e Silva Pinheiro**

Fortaleza  
2012

Felipe de Almeida e Silva Pinheiro

**Jornalismo colaborativo na internet:  
Descentralização da informação e  
credibilidade jornalística**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, sob a orientação do Prof. José Riverson Araújo Cysne Rios.

Fortaleza  
2012

Felipe de Almeida e Silva Pinheiro

**Jornalismo colaborativo na internet:  
Descentralização da informação e  
credibilidade jornalística**

Esta monografia foi submetida ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel.

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida desde que feita de acordo com as normas da ética científica.

Monografia apresentada à Banca Examinadora:

---

Prof. Ph.D. José Riverson Araújo Cysne Rios (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará

---

Prof. Esp. Klycia Fontenele Oliveira  
Faculdade Cearense

---

Prof. Ms. Naiana Rodrigues da Silva  
Universidade Federal do Ceará

## RESUMO

O objetivo deste trabalho é descobrir quais são e de que forma se dão as implicações da colaboratividade do internauta na prática jornalística e na credibilidade da profissão, em tempos de crescimento da descentralização da informação na internet. Dentre os níveis de participação mais comuns no Brasil, este trabalho está focado na prática de construção de notícias por jornalistas com colaboração de internautas, em que a responsabilidade final pela publicação é do jornalista. Ainda assim, também foram reconhecidas as especificidades de outros modelos, como o jornalismo de fonte aberta, no qual a moderação, é, geralmente, inexistente. No estudo, foi observado que existe uma tensão entre os que defendem a colaboratividade do internauta e os que afirmam que ela prejudica a credibilidade da profissão. O problema é, relativamente, recente e possui complexidades que ainda não se esgotaram. Este trabalho concluiu que, mesmo com as tensões observadas, é possível e saudável a coexistência da colaboratividade e da credibilidade no jornalismo. Um não elimina o outro. Desde que jornalistas, veículos de comunicação e público colaborador se adequem à nova realidade, pode-se esperar vida longa do jornalismo colaborativo

**Palavras-chave: jornalismo colaborativo, credibilidade, internet, descentralização da informação**

## Sumário

RESUMO.....	4
Introdução.....	7
1 A credibilidade no jornalismo.....	11
1.1. O homem e a comunicação .....	11
1.2 O desenvolvimento do jornalismo e da credibilidade.....	12
1.3 Fenômenos pré-jornalísticos.....	14
1.4 A caracterização da profissão jornalista .....	18
1.5 A busca pela verdade.....	19
2. O jornalismo na internet.....	22
2.1 Os estudos em internet no Brasil.....	22
2.1.1 As principais vertentes.....	23
2.2 A Cibercultura.....	25
2.3 A chegada da internet.....	27
2.4 O advento da World Wide Web.....	28
2.5 O atual cenário mundial da internet.....	29
2.6 A abrangência da internet atualmente no Brasil .....	30
2.7 A ciberdemocracia.....	34
2.7.1 Modelo de democracia plug and play.....	36
2.8 Jornalismo na web.....	37
2.8.1 Convergência midiática.....	38
2.8.2 Instantaneidade.....	39
2.8.3 Hipertextualidade.....	40
2.8.4 Conteúdo personalizado.....	40
2.8.5 Memória.....	41
2.8.6 Interatividade.....	41
2.9 O papel do jornalista.....	42
2.9.1 Gatekeeping e gatewatching.....	42
2.9.2 A apuração.....	45
3. Credibilidade no jornalismo colaborativo.....	47
3.1 Metodologia de pesquisa.....	47
3.2 Colaboração na internet: web 2.0 e Wikipédia.....	48

	6
3.3 O Wiki-jornalista.....	50
3.4 A colaboratividade no jornalismo.....	51
3.5 A forma influencia os conteúdos.....	52
3.6 Colaboração e credibilidade.....	53
3.7 A crítica ao culto ao amadorismo.....	54
3.7.1 A colaboratividade no jornalismo ajuda mesmo a contribuir com a cidadania?.....	56
Considerações finais.....	58
Referências bibliográficas.....	63

## Introdução

Com o aumento na quantidade de pessoas que fazem uso da internet, notou-se também um crescimento na produção de conteúdo na rede. O uso de blogs e redes sociais tem demonstrado que muitas pessoas, antes, apenas receptores de informação transmitida pelos veículos tradicionais já se comportam de uma maneira mais ativa quanto a se afirmarem como emissores de conteúdo, na web.

Segundo o Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação Atualmente, 15% dos usuários de internet no Brasil criam ou atualizam sites ou blogs. Microblogs, como o Twitter, já são utilizados por 23% dos internautas brasileiros e sites de relacionamento como o *Facebook*, pelos quais as pessoas podem, dentre outras funções, postar, receber, avaliar e compartilhar conteúdo, alcançam 69% dos internautas.

Contudo, o internauta tem demonstrado que não está interessado apenas em compartilhar músicas, vídeos, opiniões pessoais, ou mesmo futilidades na internet, ele também demonstra querer fazer parte do diminuto grupo dos atores que produzem conteúdo noticioso na sociedade, ou seja, quer aproximação com a prática jornalística e, muitas vezes, está disposto contribuir com ela. O internauta, atualmente, não deseja agir de forma passiva, apenas consumindo notícias ou, no máximo, retransmitindo-as em seus blogs e perfis nas redes sociais.

As câmeras digitais portáteis (*handycams* e celulares), para citar apenas um exemplo, são instrumentos cada vez mais presentes na obtenção de flagrantes, imagens de bastidores e registros inusitados dos lugares mais improváveis, onde o faro investigativo do repórter não pode alcançar, por questões óbvias, como o fato de nenhum jornalista, ou mesmo nenhum ser humano, ser dotado do poder da ubiquidade. Dessa maneira, o conteúdo noticioso produzido na web, tem deixado, em diferentes níveis de intensidade, de ser criação exclusiva do profissional jornalista.

Ter a iniciativa, os meios e o espaço para informar acontecimentos, que se passam ao próprio redor e que sejam de interesse público pode ser uma grande evolução na trajetória da descentralização da informação. No jornalismo colaborativo, o cidadão comum tem autonomia para escolher o que deseja informar, se vai fazer imagens ou não, ou ainda se prefere apenas sugerir uma pauta a um jornalista, participar junto com ele dos processos de apuração, ser fonte ou personagem da notícia que sugeriu, ou ainda executar de forma independente todos os processos da produção noticiosa, incluindo a apuração, redação e publicação, desde que o site permita esta opção e que não seja moderado por jornalistas.

Ainda assim, existe uma tensão nos estudos em jornalismo colaborativo, pois alguns autores, como Andrew Keen (2009), defendem que o jornalismo deve ser feito apenas por profissionais qualificados, uma vez que, segundo ele, apenas os jornalistas profissionais teriam domínio das técnicas e do conhecimentos éticos da profissão, bem como são os únicos que têm os meios (através das empresas) de produzir jornalismo com qualidade.

Dessa maneira, um pilar fundamental do jornalismo, a credibilidade, pode estar sendo ameaçado, segundo os estudiosos mais críticos. A credibilidade é uma característica que está intrinsecamente ligada à caracterização de qualidade jornalística, é também uma das principais metas que os jornalistas têm em mente quando pensam nos parâmetros que devem guiar suas atitudes na profissão. A credibilidade é algo tão importante no jornalismo, que é usada inclusive como uma forma de legitimar o discurso de um jornalista ou de um veículo de comunicação como verdadeiro, no mercado jornalístico.

Essa tensão entre o colaborativismo em tempos de descentralização da informação na internet e suas implicações na questão da credibilidade no fazer jornalismo atualmente será o guia para os estudos desenvolvidos neste trabalho. O objetivo deste trabalho monográfico é descobrir quais são e de que forma se dão essas implicações na prática do jornalismo online em tempos de aumento na descentralização da informação na internet. Espera-se que, de alguma maneira, ele contribua para as discussões sobre o assunto, porém não esgotando-as, pelo contrário, espera-se que ele possa lançar novas perguntas para impulsionar outros estudos na área.

A colaborativismo no jornalismo online pode se apresentar em vários níveis. Existem modelos, nos quais o internauta pode ser responsável por todo o processo de construção e publicação da notícia, sem passar por um jornalista, existe a possibilidade de qualquer usuário editar notícias de outros usuários, mas também existem iniciativas mais tímidas, que não deixam de ser colaboração, como um portal de notícias que abre a possibilidade de deixar comentários nas notícias. Como este trabalho tem enfoque na prática jornalística, o nível de participação focado será aquele comum nos canais “você-repórter” de portais como o G1 ou Terra, isto é, o modelo, em que as matérias colaborativas são publicadas somente após aprovação de um profissional, sendo esperado que aquela contribuição passe pelo procedimento de apuração antes de ser publicada.

Nesse modelo, o internauta pode contribuir de diferentes maneiras: a) sugerindo uma pauta, para que um repórter profissional a execute, sendo possível colaborar mesmo na apuração, dependendo da linha que o veículo seguir, b) enviando uma matéria, foto ou vídeo, a qual só será publicada se um profissional aprovar, após verificada sua autenticidade, c)

sugerindo uma reportagem e agindo como fonte ou personagem dela, por exemplo. Em todos os casos, a responsabilidade sobre o que será publicado não será transferida do repórter ao internauta.

A escolha por esse modelo também influenciou a escolha do termo “jornalismo colaborativo”, pois carrega o significado “trabalho mútuo”, refletindo o fato de que o internauta e o jornalista podem atuar juntos na construção da notícia. Outros termos sinônimos usados na literatura sobre o tema são usados no trabalho, quando mencionados nas ideias de outros autores. O conceito de jornalismo participativo, por exemplo, muito usado por diversos estudiosos, como Alex Primo e Marcelo Träsel, poderia, sem prejuízo, ser usado no lugar de jornalismo colaborativo, inclusive, muitos autores não veem distinção entre os dois termos.

Já o termo “jornalismo cidadão” só é usado quando mencionado algum autor que o trabalhe com ele, como Dan Gillmor (2004). A palavra “cidadão” designando o colaborador é uma escolha um pouco problemática, pois traz à tona algumas discussões, como o fato de que a cidadania não é uma prerrogativa de quem colabora com o jornalismo, e o jornalista tradicional também pertence ao conjunto de cidadãos, como questiona Bruns (2011). Por ser um termo excludente, fica de uso restrito aos momentos em que forem expostas ideias de autores que o utilizam.

Outros termos como “jornalismo de fonte aberta” mais usado para outros modelos de colaboratividade, que serão explicados mais adiante, são usados em menor escala na literatura acerca do tema, portanto também ficam restritos ao momentos em que são expostas as ideias dos autores que o utilizam. As demais definições mais aprofundadas dos conceitos serão feitas no decorrer do trabalho.

O trabalho está organizado em três capítulos. No primeiro, será feito um breve histórico do jornalismo e do conceito de credibilidade para a profissão. Para isso, serão discutidas questões iniciais como a relação entre ser humano e comunicação, desenvolvimento da profissão e a busca pela verdade.

O segundo capítulo irá delinear aspectos do jornalismo na internet, começando com a chegada da internet, demonstrando a abertura que ela possibilitou para que a informação pudesse ser menos concentrada, passando também pela definição de conceitos importantes como o de cibercultura, ciberdemocracia, além de um apanhado sobre a evolução das pesquisas em internet no Brasil. Dados recentes do Cetic.br serão usados para analisar os meios que permitiram o desenvolvimento do jornalismo colaborativo para o público brasileiro.

As principais modificações na práxis jornalística também serão abordadas nesse capítulo, por exemplo, um paralelo feito entre os conceitos de *gatekeeping* e *gatewatching*. As principais características do webjornalismo, sobretudo a interatividade, que está intimamente ligada à colaboratividade no jornalismo também serão abordadas no segundo capítulo.

O terceiro e último capítulo aprofunda a discussão sobre colaboratividade, delimitando conceitos fundamentais como o de wiki-jornalismo e Web 2.0. Esse capítulo deve buscar as ideias apresentadas nos anteriores, porém aplicando-as nas discussões sobre credibilidade no jornalismo colaborativo. É nele também onde serão expostos os principais pontos fortes e também críticas mais contundentes acerca da colaboratividade.

## **1 A credibilidade no jornalismo**

Neste capítulo dialogaremos com uma das qualidades mais básicas e, ao mesmo tempo, mais importantes do jornalismo, a credibilidade. Ela é a meta a ser alcançada pelo profissional jornalista e funciona como norteamento da práxis diária da profissão. Contudo, a criação do conceito de credibilidade no jornalismo, o qual não é recente, remete-se ao início da periodicidade dos jornais. A valorização da credibilidade, enquanto aspecto legitimador e medidor da qualidade jornalística também é uma construção social, tendo chegado ao ápice no positivismo no século XIX.

Com o intuito de ampliar os diálogos sobre a credibilidade e a história do jornalismo, como profissão e como ciência, optou-se por traçar um breve histórico da relação do ser humano com a comunicação, depois relembrar os principais momentos da trajetória do jornalismo no ocidente. Em seguida são apresentadas algumas perspectivas do jornalismo atual e discussões sobre o lugar da verdade, ou das verdades, e da credibilidade no discurso jornalístico.

### **1.1. O homem e a comunicação**

Ainda não se chegou a uma conclusão sobre como os homens primitivos começaram a se comunicar entre si, quer seja por gritos, grunhidos, gestos ou pela combinação desses elementos. De acordo com Bodernave (1982 *apud* PERLES 2012), em um determinado momento evolutivo, o homem chegou à associação de sons e gestos para designar um objeto, dando origem ao signo. A invenção de uma certa quantidade de signos fez com que o ser humano passasse a combinar os signos entre si, caso contrário, sua utilização dificultaria a comunicação. Foi assim que surgiu a linguagem verbal.

De início, o homem comunicava os acontecimentos na mesma ordem em que eles se davam. Depois surgiu a necessidade de expressar e registrar aspectos de sua cultura (e crenças), como faziam os egípcios ao desenharem gravuras mitológicas e câmaras mortuárias. Além disso, houve a necessidade de vencer distâncias na comunicação, isso ocorreu, cerca de quatro séculos antes da Era Cristã, com a invenção da escrita.

Os signos sonoros e visuais, como o tantã, o berrante, o gongo e os sinais de fumaça, foram os primeiros a serem utilizados pelo homem a fim de vencer a distância. A utilização desses artefatos caracteriza a tecnologia da comunicação em seus primórdios, já que, através deles a mensagem humana vence o âmbito familiar e grupal. Mas somente com a invenção da escrita, por volta do século IV antes de Cristo, é que o homem encontrou uma solução mais definitiva para o problema do alcance, já que a mensagem escrita pode ser levada de um para outro lugar. Mais do

que isso, a escrita inaugura o início da história, uma vez que, sem ela, “poucos especialistas ousam fazer assertivas, e a maior parte das interpretações é tão genérica e cautelosa que quase nada revela sobre a vida na pré-história. (Gontijo, 2004 *apud* PERLES 2012. p. 6).

Um dos significados mais aceitos do termo comunicar é que, ele é originário do latim e remete à ideia tornar comum, partilhar, e traz na sua história a ideia de romper o isolamento. Durante a Idade Média, monges cristãos que viviam sem contato uns com os outros passaram a ter a refeição noturna em conjunto. De acordo com Martino (2001, p. 12-3), o ritual era chamado de *communicatio*. Isso não quer dizer que qualquer prática social ou qualquer atividade feita em conjunto é comunicação, mas a ideia de rompimento de isolamento é uma característica da comunicação. Simplificando, é possível dizer que o significado de comunicação pode ser decomposto em duas palavras comum mais ação, representando o ato de duas ou mais consciências agindo com objetos em comum.

A partir da definição de comunicação e da breve discussão sobre sua relação com o ser humano, será apresentada, na próxima seção, a trajetória do jornalismo e da credibilidade ao longo da história.

## **1.2 O desenvolvimento do jornalismo e da credibilidade**

Uma definição de jornalismo, apontada por Jorge Pedro Sousa (2012), diz que a atividade jornalística consiste na representação discursiva de fatos e ideias da vida do homem, construída para ser contada a outrem. Assim, segundo Sousa, o jornalismo vai buscar suas origens mais remotas nos tempos imemoriais em que os seres humanos começaram a transmitir informações e novidades e a contar histórias. A comunicação tinha caráter de *a) sobrevivência*, através da troca de informação; *b) de entretenimento* e *c) de preservação da memória*, o que, segundo o autor, garantia simbolicamente, a imortalidade.

Com a invenção da escrita, na Mesopotâmia, por volta de 3.500 anos antes de Cristo, várias transformações ocorreram. A principal delas foi a substituição da tradição oral no registro da memória dos povos. Segundo Hawking (2002), essa transmissão de dados de maneira externa e não biológica foi um ponto fundamental para que a espécie humana dominasse o mundo e fosse uma população em aumento exponencial.

Devido ao desenvolvimento de conhecimentos como a retórica, a ética e a literatura, remete-se ao gregos e romanos do período Clássico a origem dos fenômenos que apontam o que viria a ser o jornalismo. Desses fenômenos pré-jornalísticos, pode-se destacar as

narrativas épicas acerca das guerras.

Os poemas épicos *Ilíada* e *Odisseia*, atribuídos a Homero, são obras que documentam a passagem da literatura oral para a literatura escrita. De acordo com achados arqueológicos, ambas as obras, elaboradas entre os séculos XIX e VIII a.C., indicam fatos reais da guerra entre gregos e troianos. No entanto, essa narração é coberta de mitos, inclusive o propósito principal do autor (ou dos autores, pois ainda não há um consenso se elas foram escritas individualmente ou por diversos colaboradores) era o de mostrar a interferência dos deuses na vida humana.

Se Homero, de fato, existiu, ele foi um aedo. “Os aedos<sup>1</sup> representados nas epopeias homéricas não são mostrados criando poemas, mas sim reproduzindo histórias que eles ouviam sobre as proezas de homens e deuses, memória que pôde ser preservada através dos tempos, pelas Musas” (Gabrecht e Ventura da Silva, 2006 apud WEST, 1999).

A *Ilíada* e a *Odisseia* são, um repositório de alguns dos mitos e lendas que terão permitido aos antigos gregos, disseminados por várias cidades-estado, darem sentido à sua existência coletiva e considerarem-se como povo possuidor de uma identidade comum. De qualquer modo, e no que respeita à influência da literatura grega fundacional na gênese do jornalismo (e mesmo descontando que ambas as obras, na sua essência, relatam um fato real, propósito do jornalismo contemporâneo), é notório que na *Ilíada* e na *Odisseia* se encontram já alguns esquemas de narração e enunciação similares aos atuais modelos jornalísticos de enunciação e que os temas de que ambos os poemas tratam (vidas de heróis famosos, combates, diálogos entre pessoas famosas...). (SOUSA 2012. p.8).

Em outra definição de jornalismo, Beltrão (1992 apud RUBLESCKI 2009) explica que o jornalismo consiste na informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos com periodicidade à sociedade. Historicamente, notou-se que a formação da credibilidade no jornalismo ocorreu paralelamente à periodicidade dos jornais.

No século XV e começo do século XVI, a Europa ainda sofria forte censura da igreja Católica e também do próprio Estado. Dessa forma, parte significativa do material impresso era feito na clandestinidade, resultando em longos hiatos entre as publicações, ocasionando sua efemeridade.

Ainda no século XVI, essa situação foi mudando gradativamente. Apesar de os veículos ainda serem, submetidos a outros “freios”, como legislações rígidas e a alta taxaço, foi possível, de forma sistemática, que os jornais criassem e consolidassem uma identidade. Tudo isso, junto ao número crescente de pessoas alfabetizadas, propiciou campo fértil para o

<sup>1</sup>O aedo grego é um profissional que se apoia em longos anos de aprendizagem e tem a sua disposição a matéria-prima necessária a sua arte: uma imensa massa de mitos; narrativas de heróis e deuses; fórmulas apropriadas a diversas situações, como o cair da noite e o nascer do dia; cenas de combates, festas, funerais; descrições de palácios, armas, tesouros. (Gabrecht e Ventura da Silva, 2006)

desenvolvimento do jornalismo.

Podemos elencar, ainda, pelo menos dois outros elementos que contribuíram para a formação do conceito de credibilidade jornalística: a presença de profissionais na apuração e veiculação das notícias e a noção de territorialidade, vista aqui em seu sentido relacional. No que diz respeito ao primeiro ponto – a presença de jornalistas –, está diretamente relacionada à necessidade de [...] entendermos a notícia em suas dimensões tática e estratégica. No caso da dimensão tática, a discussão reporta aos gêneros jornalísticos; enquanto que, no segundo, busca explicá-las em seu sentido lato. (AZEREDO SOSTER, 2006. p. 8).

Já nos primórdios do jornalismo, a ideia de que esse era um trabalho reservado a profissionais específicos era ligada à ideia de credibilidade. O dicionário Aurélio Buarque de Holanda define credibilidade como a qualidade do que é crível. Para Christofolletti e Laux, a credibilidade está relacionada a outras virtudes consideradas importantes à profissão. “Prestígio, notoriedade, confiabilidade são fatores que, se não são a mesma coisa, ao menos circundam o que geralmente é apontado como um imprescindível capital para jornalistas e meios de comunicação: a credibilidade” (Christofolletti e Laux 2008). Nessa linha, a credibilidade também se aproximaria da ideia de reputação.

Tobias Peucer, na primeira tese doutoral sobre jornalismo, publicada em 1690, já fazia alusão à veracidade e à confiabilidade como os fatores que fazem o jornalismo ser aceito pela sociedade. Segundo Nívea Pedroso (2004 *apud* Christofolletti e Laux 2008), os estudos de Peucer dão conta de que a credibilidade é construída de dois fatores, o trabalho em explorar a verdade e o distanciamento crítico do objeto.

Com algumas conceituações de credibilidade em mãos e com a perspectiva de que ela já era uma qualidade discutida desde os primeiros estudos sobre o jornalismo, enquanto profissão e ciência, serão discutidos, na seção seguinte, outros aspectos da trajetória do jornalismo, incluindo fenômenos pré-jornalísticos.

### **1.3 Fenômenos pré-jornalísticos**

Os Descobrimentos iniciados pelos portugueses e espanhóis suscitaram a cobiça dos restantes Estados europeus, mas também forneceram novas notícias sobre as regiões antes inalcançáveis, bem como incitaram a natural curiosidade dos que viam novos horizontes serem abertos à humanidade. Em 1º de maio de 1500, Pero Vaz de Caminha escreveu o primeiro documento da história do Brasil. A “Carta a El-Rei D. Manuel” era um relato de notícias sobre o descobrimento de novas terras e uma descrição um tanto deslumbrada da região e dos povos nativos. Além de essa carta ser considerada o marco literal das obras escritas em terras brasileiras, as cartas dos navegantes eram algumas das mais importantes

publicações quinhentistas, pois através delas as notícias venciam enormes distâncias.

Entre os temas das publicações noticiosas ocasionais quinhentistas encontram-se naufrágios, batalhas, descobrimentos, o divórcio de Henrique VIII, acordos de paz, cerimônias públicas, episódios da vida nas côrtes, casamentos, batizados, celebrações e festas, crimes e criminosos, descrições e lugares, fenômenos insólitos, maravilhas da natureza, enfim, uma enorme variedade de temas que encontraríamos, sem surpresa, em qualquer meio jornalístico dos nossos dias e que já se encontram, como vimos anteriormente, em publicações anteriores. Afinal, os conteúdos não mudaram muito desde que os romanos focavam sobre a vida privada entre as informações olíticas, comerciais e militares que serviam de tema às suas cartas e às *Actas Diurnas*. (SOUSA 2012. p.72).

No século XVI, começou a surgir também um sistema de correio, o que viria a aperfeiçoar o envio de informações por longas distâncias. Nesse período, houve ainda o surgimento das *newsletters* comerciais, as quais continham preços de vários bens e serviços, notícias políticas e militares suscetíveis a afetar negócios, por exemplo. De acordo com Sousa (2012, p.72), “estas folhas noticiosas comerciais, pela sua exatidão, podem ser consideradas antepassadas dos jornais 'de qualidade’”.

Segundo o autor, até o século XIX, as informações noticiosas eram publicadas geralmente em forma de livros. Os livros ou mesmo os opúsculos noticiosos se diferenciavam das folhas volantes em alguns aspectos, primeiramente, no volume, mas também na diversidade de notícias, na periodicidade relativamente definida (anual ou semestral) e na existência de um título que dominava todas as sucessivas edições.

Voltando à Europa, já no século XVII, começam a surgir os primeiros indícios do que viria a ser tornar o jornalismo moderno. No período em que a Europa estava claramente dividida entre católicos e protestantes, monarquia absolutista e parlamentarismo, os processos coloniais avançavam e o comércio se intensificava. A sociedade sujeita a instabilidades e mudanças necessitava de informação. As taxas de alfabetização aumentavam, pois o letramento passava a ser obrigatório para determinados ofícios.

Nesse momento, não havia apenas maior quantidade de matéria-prima para a produção de notícias, mas também mais receptividade para as informações jornalísticas.

[...] O jornalismo noticioso é uma invenção europeia dos séculos XVI e XVII, com raízes remotas na antiguidade clássica e antecedentes imediatos na Idade Média e no Renascimento. Não é, portanto, uma invenção norte-americana do século XIX, por muito importantes que tivessem sido, como veremos, as contribuições da imprensa popular norte-americana de Oitocentos ao jornalismo. (SOUSA, 2012 p.80).

No século XVIII, em meio ao Iluminismo, o sistema jornalístico encontra sua consolidação. De acordo com Sousa, isso foi permitido graças a dez fatores:

- o desenvolvimento acentuado, devido ao aumento da produção e do colonialismo;
- o reforço do comércio, nacional e internacional;
- a consolidação dos Estados;
- o apregoamento do racionalismo e do experimentalismo entre as elites, do secularismo e laicismo nas “ideologias de estado” e do individualismo entre as pessoas em geral;
- a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, produzida no calor da Revolução Francesa;
- descobertas científicas;
- a Reforma Protestante e o aumento na alfabetização;
- a aceleração do processo de urbanização;
- os inventos, as novas técnicas e o ambiente político-econômico (liberdades políticas e de mercado), que criaram as bases para a primeira Revolução Industrial;
- e o domínio político e econômico da burguesia por cima dos escombros do Antigo Regime e da aristocracia.

No século das Luzes, a noção de espaço público é reformulada. Agora, os cafés, os clubes representam o lugar que era simbolizado pelo fórum romano e pela ágora grega, como os centros de discussão de assuntos políticos, econômicos, e também os temas literários e científicos.

Segundo Habermas (*apud* SOUSA 2012, p. 89), a esfera pública nasce verdadeiramente no século XVII. Inicialmente, ela se tratava de um espaço físico, onde se discutiam os temas de interesse público, mas a consolidação da imprensa transferiu para os jornais e revistas os debates que se desenvolviam nos cafés e nos salões. Assim, “a imprensa tornou-se a primeira grande instância mediadora na configuração do espaço público moderno, um espaço público mais 'imaterial' e 'simbólico’”, segundo Sousa (2012).

Habermas define esfera pública como lugar para a livre troca de argumentos entre os cidadãos de forma universal e democrática. Dourado (2012) explica que a esfera pública, para Habermas, pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em um espaço público. Ela é observada como uma prática coletiva de reflexão crítica por meio de debates e trocas comunicacionais.

Alguns dos primeiros notórios jornais dos Estados Unidos eram pró-independentistas e denunciavam os erros e abusos da metrópole britânica. O primeiro jornal diário do país foi o *Pennsylvania Evening Post*, na Filadélfia. Após a Declaração de Independência, em 1776, o

Congresso americano aprovou dez emendas à Constituição. A Primeira Emenda assegura, até hoje, o caráter inconstitucional e inviolável da liberdade de expressão nos EUA. Segundo Sousa, os Estados Unidos tiveram, graças a esse instrumento, a possibilidade de não apenas se transformar no país mais forte na produção de conteúdos culturais, como também no país onde primeiro ocorrem as principais transformações que o jornalismo atravessará ao longo dos séculos XIX e XX.

É no século XIX que a imprensa atingirá a maioria. Foi nessa época que começou o jornalismo tal como conhecemos hoje, com o desenvolvimento da imprensa, como *mass media* e com o crescimento do número de pessoas para se dedicar exclusivamente ao jornalismo, segundo Traquina (*apud* SILVA 2012, p.2).

A expansão e consolidação do capitalismo e da Revolução Industrial, o que levou as pessoas a deixarem o campo em busca das cidades, a ascensão da classe operária ao estatuto de classe média. Os novos meios de comunicação, como o telégrafo, tornaram o mundo “menor”. O chamado segundo jornalismo, decorrente das transformações tecnológicas, será exigido pelo mercado que alcance uma capacidade financeira de autossustentação, de acordo com Sousa (2012).

Segundo Silva (2012), o século XIX também foi o período de maior importância para a imprensa devido a fatores como a evolução dos sistemas econômico e político, os avanços tecnológicos, transformações sociais e o reconhecimento da liberdade em rumo à democracia. Além disso, fatores tecnológicos, como o aperfeiçoamento da impressão de gravuras e a criação da câmera fotográfica também contribuíram para os avanços.

Além disso, o ensino básico gratuito se expandiu, aumentando a instrução das pessoas e, por consequência, contribuindo para o surgimento de uma imprensa que responda às novas necessidades do povo. A democratização da vida política também contribuiu de forma significativa nesse período. Primeiro, alguns países, como França, Alemanha e Suíça, tiveram sistemas eleitorais baseados no sufrágio universal para homens maiores de idade, os dois primeiros no ano de 1848, e a Alemanha, já no século XX, em 1918. Depois foi a vez de as mulheres irem às ruas e gradualmente conquistarem direitos políticos iguais. Na Suécia, as mulheres maiores de 18 se tornaram eleitoras em 1862, e na Finlândia, em 1863. Na maioria dos países, isso só ocorreria no século XX. No Brasil, o voto feminino foi assegurado em 1932 e regulamentado em 1934.

No século XX, surge o jornalismo das grandes empresas e dos grandes monopólios, segundo Azeredo Soster (2005), caracterizado principalmente pela instituição da publicidade e das relações públicas como forma de comunicação. Após os anos 1970, surge o jornalismo da

era tecnológica. No Brasil, ele só veio a começar a se desenvolver dez anos mais tarde, quando os computadores passaram a virtualizar os trabalhos nas redações e a interferir radicalmente nos conteúdos, já que a informatização se desdobrou em processos não apenas de ordem técnica, mas também, cultural. A transposição dos jornais para a internet começou com o Jornal do Brasil, do Rio de Janeiro, em 1995. No mesmo ano foi seguido pela Folha de São Paulo e pelo Estadão.

A próxima seção comenta a caracterização do jornalismo como profissão consolidada

#### **1.4 A caracterização da profissão jornalista**

O jornalista não pode, de acordo com Correia (2012), tratar de todos os interesses, assim como um médico não pode curar todos os doentes. O jornalista pode, quando muito, mostrar as condições em que se deu o ato de produção dos enunciados para que o leitor, o qual espera-se, não ser ingênuo possa "descortinar" alguns interesses em jogo.

Procurando manter certo distanciamento de interesses, o jornalismo busca espaços de mediações dialogando com várias formas de saber diferenciadas, porém aproximando-as dos cidadãos com menos capital intelectual, tornando-as acessíveis ao senso comum. Contudo, Correia afirma que essa estratégia estruturante da autonomia profissional é raramente negada e não garante o alcance do estranhamento, nem do distanciamento.

Rossi (1980) define o jornalismo como “uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra, acrescida, no caso da televisão, de imagens”

O jornalista deve manter seus instintos de curiosidade ativos mesmo perante aquilo que seja óbvio e natural. Assim, o distanciamento e a desconfiança são para o jornalista uma virtude, a qual deve ser ao mesmo tempo cultivada e refreada, embora esse freio só deva ser acionado com o recurso a critérios autônomos. Correia explica como funciona a característica da independência no jornalista:

Para além de exigir condições que garantam a sua independência, o jornalista tem que treiná-la. E isso só se consegue com uma estratégia favorável à detecção de problemas que os mecanismos de intervenção têm dificuldades em detectar. Porém não significa a ausência de intervenção de sistemas periciais dotados do capital mais forte especializados na abordagem, tratamento e processamento desses problemas de acordo com outros interesses que são os seus. Esse é o drama da dependência das fontes (CORREIA 2012 p. 535).

Com algumas das principais características da profissão brevemente discutidas, a

próxima seção tem como objetivo o diálogo com a ideia de busca pela(s) verdade(s), bem como de critérios intrínsecos ao jornalismo como a objetividade.

### **1. 5 A busca pela verdade**

O paradigma da mídia contemporânea envolve a credibilidade jornalística quando o interesse público emerge em sociedades que recebem fluxos volumosos, contínuos e acelerados de informação, sendo cada vez mais difícil para as pessoas filtrarem as informações verdadeiras. Não existe, contudo, uma teoria geral e completa da verdade. Há séculos, a filosofia defronta diversas teorias, que, muitas vezes não são necessariamente próximas, mas também não são excludentes ou antagônicas. Historicamente, a verdade foi encarada ora como um conceito absoluto, ora, relativo, ora apenas um ideal a ser alcançado.

O conceito de objetividade surgiu durante o ápice do pensamento positivista, no fim do século XIX, nos EUA, momento em que a ciência era reduzida ao empiricamente verificável. Assim, esta nova metodologia científica propunha que a subjetividade humana e tudo que fosse relacionado a ela seria considerado algo negativo ou irracional.

Segundo Lima da Rocha (2007), esse contexto contribuiu para o desenvolvimento de técnica que prescreviam um estilo redacional impessoal, caracterizado pela ausência de qualificativos e pela ocultação do jornalista por meio da atribuição das informações às fontes e a crença de que a apresentação das diversas faces envolvidas e o uso das aspas assegurariam a imparcialidade jornalística. De acordo com esse pensamento, existiria, portanto, uma fronteira inconfundível entre notícia e opinião.

De acordo com Silva e Oliveira (2007), considerando que as verdades dos jornais são construções de discursos, o seu contrário, ou seja, a mentira, também funcionaria nas mesmas bases da verdade, podendo ter igualmente diversas angulações.

Coutinho, Oliveira e Mata (2011) explicam que a própria noção de notícia já é capaz de oferecer pistas relevantes para o valor da verdade no jornalismo. A notícia sendo definida como o relato e não como fato já mostra com clareza que aquilo que está escrito nas páginas dos jornais não é uma verdade absoluta, mas um recorte de um fato cotidiano.

Este trabalho segue a perspectiva de que não se pode haver verdade absoluta no jornalismo. A expressão da verdade no jornalismo é aquela que corresponde a um relato verdadeiro em uma situação delimitada, extraída da realidade, segundo Coutinho (2004).

Além do fracionamento da realidade, sabe-se que os fatos não falam por si só. O que

se lê no jornal são relatos de pessoas que participaram do fato ou o presenciaram. Esses relatos estão carregados de interpretações subjetivas, julgamentos e intencionalidades. A ideia de verdade só pode ser desenvolvida através da referência ao desempenho discursivo de pretensões de validade. De acordo com a teoria consensual da verdade, a confiabilidade de uma informação deve ser medida unicamente pela competência discursiva desempenhada, assim, só podem ser considerados verdadeiros, os enunciados que conseguem ser fundamentados (Lima da Rocha, 2007).

Podemos dizer que a inteligibilidade é uma pretensão de validade que afeta qualquer comunicação. Para Lima da Rocha (2007), a inteligibilidade é um princípio básico para que haja compreensão necessária ao entendimento recíproco.

O segundo capítulo do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007), em seu artigo 4º diz que “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação”. O jornalista deve, portanto, encarar a verdade como sua obrigação mais importante.

A noção de objetividade conceituada por Tuchman (1993 *apud* QUEVEDO 2009) indica um procedimento produtivo de coordenação do manuseamento do fato, porém muitas vezes, pressionado pelo correr do tempo curto para a produção da matéria, fator de risco comum nas redações atualmente. Em muitos desses casos, a objetividade é reduzida a uma estratégia operacional da profissão.

Uma maneira de se manter a credibilidade, segundo Tuchman (1993 *apud* RUBLESCKI 2009) é a utilização dos valores-notícia. Os leitores recebem informações que estão associadas com princípios básicos de apuração, calcados em valores como a veracidade, exatidão e a clareza, para citar alguns exemplos. O jornalismo enquanto prática social mediadora entre os eventos cotidianos e o público é construído por profissionais que atendem aos princípios de construção da notícia e são resguardados pela credibilidade, enquanto característica que legitima a voz do jornalista e das fontes como produtora de informações verdadeiras.

A credibilidade é o capital simbólico do jornalismo. Também pode ser entendida como a percepção do público de que aquelas informações veiculadas são exatas.

Para que a informação fosse considerada séria, faziam-se necessários agentes capacitados atuando na transformação dos fatos em notícia. Esse modelo foi amplamente aceito como a única forma de fazer jornalismo profissional até os anos 1970, quando avanços

na tecnologia da informação possibilitaram as primeiras formas de interação por computador.

Daquele momento até os dias atuais, houve uma revolução na informática que permitiu a qualquer cidadão, com acesso à internet, transmitir qualquer mensagem instantaneamente, podendo alcançar milhares, até milhões, de interlocutores mundo afora.

Através da internet, as pessoas podem participar da elaboração do jornal que assistem, ou até mesmo ter o próprio veículo de comunicação, de forma gratuita, a exemplo dos blogs. Mas, com toda essa participação do público não jornalista, qual o papel do jornalista, afinal? Para Ana Brambilla,

Um conteúdo produzido livremente, sem a chancela de uma instituição ou mesmo o suporte de técnicas jornalísticas de apuração conduz, inegavelmente, à desconfiança da veracidade por uma sociedade habituada a esperar que o jornalismo seja o portavoz do mundo real (BRAMBILLA, 2005).

Neste capítulo, foram discutidas questões acerca da credibilidade no jornalismo, da busca pela verdade, o fato de que a verdade no jornalismo não é absoluta, mas um recorte da realidade, além de um aparato histórico da evolução do jornalismo ao longo dos séculos.

Os temas discutidos nesta seção serão importantes para fomentar debates acerca das modificações no jornalismo com a chegada da internet e da credibilidade no jornalismo colaborativo, nos próximos capítulos.

No capítulo a seguir, serão discutidas, questões como a descentralização da informação na internet, as características do jornalismo para web e os dados sobre o perfil do internauta brasileiro na atualidade, o que deverá contribuir para o entendimento de como a colaboratividade no jornalismo teve meios para ganhar força.

Além disso, será analisada a maneira como a internet contribuiu para um aumento na descentralização e na horizontalização do tratamento e difusão da informação.

## **2. O jornalismo na internet**

Este capítulo começa expondo a trajetória do computador a partir da década de 1940 até sua popularização iniciada nos anos 1960 entre o meio juvenil universitário americano. Em seguida, serão discutidos conceitos-chave da cibercultura, como o ciberespaço.

Também serão discutidas perspectivas acerca da ciberdemocracia, seus princípios e desafios para dotar o cidadão de voz e inseri-lo na tomada de decisões da esfera pública. A ciberdemocracia se assemelha muito com a colaboratividade no webjornalismo, uma vez que ambos têm o objetivo de tirar o cidadão da receptividade e transformá-lo em cidadão efetivamente ativo, participativo. Essa discussão deverá contribuir de forma significativa com a demonstração de que o jornalismo colaborativo contribui para a descentralização da informação.

### **2.1 Os estudos em internet no Brasil**

Um dos principais desafios acerca dos estudos em internet é justamente o de defini-los. Serão eles uma disciplina ou um campo de conhecimento? Muitos autores atribuíram diferentes definições para classificar esses estudos. Fragoso, Recuero e Amaral (2011) apresentam algumas das principais nomenclaturas: Markham fala de uma “não disciplina”, Shrum, de uma “indisciplina”, Engelbrecht considera como uma “meta-disciplina”, enquanto Hunsiger chama de transdisciplina. Jones defende os estudos em internet como um campo dentro outro campo maior que ainda precisa ser nomeado.

É fato que a pesquisa acerca da internet atrai estudantes das mais diversas disciplinas. Alguns o fazem para utilizar as tecnologias recentes na condução de pesquisas tradicionais. Outros veem na internet uma forma de libertação dos grilhões das práticas disciplinares tradicionais (Fragoso, Recuero e Amaral, 2011).

As autoras explicam que os pesquisadores que desejam entrar na vasta área das pesquisas em internet precisam, antes de tudo, seguir certas recomendações. São elas:

- a) manter as pesquisas em internet contextualizadas dentro das tradições de pesquisas de mídia e tecnologia que antecedem e transpassam a internet, pois isso dá embasamento sólido aos estudos e evita que o pesquisador caia na “armadilha da novidade”, criando expectativas acerca de determinado tema, que, por parecer completamente novo carregaria uma solução nova para determinado problema, quando na verdade, ele já foi estudado exaustivamente nas pesquisas tradicionais. Nesse caso, é possível dar um

- novo olhar àquele objeto, à luz das pesquisas em novas tecnologias;
- b) abordar o objeto internet de maneira a enquadrar questões relativas ao poder e à condição humana;
  - c) procurar observar quadros maiores do que nossas condições locais, levando em consideração perspectivas culturais e subjetivas heterogêneas, inclusive distantes do pensamento Ocidental;
  - d) manter ativa a ideia de interdisciplinaridade;
  - e) primar pela reflexividade e pelos conceitos, definições, rótulos e metáforas, através do qual as recomendações teóricas foram construídas.

A história dos estudos em internet foi marcada por *hypes*<sup>2</sup>, isto é, algumas tendências geravam correntes de pensamento e, a partir daí, inúmeras pesquisas focavam apenas nessa determinada corrente, quase como uma “febre”. O fator novidade era muito importante e por vezes ditava os temas e as abordagens desses estudos.

A busca por estudar o novo não é, em si, algo prejudicial, pelo contrário, é justamente a experiência do desconhecido que motiva muitas pesquisas em diversas áreas de conhecimento, mas o foco nos modismos pode implicar no não aprofundamento das questões e no esquecimento da perspectiva histórica, de acordo com Fragoso, Recuero e Amaral (2011). As autoras também dão como exemplo o *hype* dos estudos sobre ambiente online versus offline, logo nos primórdios das pesquisas em internet no Brasil, como será detalhado na seção seguinte.

### **2.1.1 As principais vertentes**

No início dos anos 1990, uma das vertentes mais comuns acerca dos estudos sobre a internet eram as dicotomias entre utópicos e distópicos, real e virtual, interações síncrona e assíncronas.

Na segunda metade dos anos 1990, as pesquisas começam a voltar seus olhares para o usuário e suas práticas sociais, num momento em que a internet passa a alcançar um público maior e mais diversificado que na primeira metade da década. Começam a aparecer as pesquisas de opinião, apropriações feitas por diferentes classes sociais, gênero, faixa etária. Nesse momento a internet também se insere como objeto dentro do cotidiano. A partir daí, são feitas comparações da internet com outras mídias. A abordagem qualiquantitativa começou a aparecer com mais força nessa fase, de acordo com Fragoso, Recuero e Amaral (2011).

No início dos anos 2000, o enfoque foi na própria abordagem teórico-metodológica, na

<sup>2</sup>O termo próximo do português seria *modismos*

análise dos dados, reflexões sobre padrões de conexões, além dos usos e apropriações.

Os estudos ficaram mais especializados, uma vez que até mesmo os conhecimentos sobre as características da internet estavam mais consolidadas. O aumento do uso de softwares que permitem compartilhamento de arquivos e o aprimoramento de buscadores também foram observados com mais atenção. Todos esses fatores contribuíram para que os estudiosos se detivessem em novos temas como convergência, linguagem, relações sociais, comunidades virtuais e a visão de internet como cultura, por exemplo.

Segundo Hyne (2000 *apud* Fragoso, Recuero e Amaral, 2011), a internet como objeto de estudo pode ser elaborada conceitualmente como uma cultura e como um artefato cultural. A internet como cultura é compreendida como um espaço diferente do offline e engloba estudos em fenômenos que ocorrem nas comunidades e nos mundos virtuais. Para alguns autores mais críticos, como Espinoza (2007), essa vertente pode levar a crer que a internet é um espaço social delimitado em uma cultura que contém a si mesma, sendo autossuficiente, alienante e independente do offline.

A perspectiva da internet como artefato cultural, por sua vez, enfatiza e relativiza o papel da audiência além de favorecer a percepção da internet como elemento de apropriação multifacetado e presente na vida cotidiana.

Uma terceira forma ainda que pareça filiada à noção de artefato cultural, é a perspectiva de internet como tecnologia midiática geradora de práticas sociais. Segundo Fragoso, Recuero e Amaral (2011), com base nas pesquisas do coletivo espanhol Medicaciones, os objetos de estudo são desenhados e definidos a partir das práticas midiáticas, por eles geradas, levando em consideração as relações “borradas” entre online e offline

No contexto brasileiro das ciências humanas e das ciências sociais aplicadas, os estudos em internet estão muitas vezes associados aos estudos em cibercultura. Por sua vez, a cibercultura se relaciona com a comunicação, a partir da inserção das tecnologias da informação e da comunicação no mundo contemporâneo, como discutido a seguir.

## 2.2 A Cibercultura

Os primeiros computadores, capazes de realizar cálculos e armazenar programas, surgiram na década de 1940, nos Estados Unidos e Inglaterra, tendo uso limitado ao ambiente militar. Nos anos 1960, o uso do computador passou a se disseminar no meio civil, mas ainda sem grandes evidências de que aquele seria o meio que proporcionaria uma grande virtualização da comunicação e da informação.

Nos anos 1970, com o desenvolvimento do microprocessador, houve uma nova fase na automação da produção industrial, robótica, linhas de produção flexíveis, entre outros. Diversos serviços também passaram a ser automatizados, como os dos bancos e de seguradoras. A automação estava tomando conta das atividades econômicas. Enquanto, isso surgiu na Califórnia, um movimento de contracultura, que se apossou das novas possibilidades técnicas para dar origem ao computador pessoal.

De acordo com o Museu da História do Computador<sup>3</sup>, o primeiro computador pessoal (PC) foi o Kenbak-1, lançado em 1971. Ele tinha 256 bytes de memória, não possuía unidade central de processamento (CPU) e custava aproximadamente 900 dólares. Em 1975, o Altair 8800, baseado na CPU Intel 8080 custava cerca de 400 dólares e vendeu dez vezes mais do que o esperado.

O então universitário de Harvard Bill Gates desenvolveu, juntamente com o programador Paul Allen, uma linguagem de programação Basic para o Altair. Pouco depois, a dupla criou a Microsoft, que no futuro se tornaria a gigante da tecnologia em informática.

Em 1977, outra dupla de jovens, Steve Jobs e Steve Wozniak, lançaram o Apple II, o primeiro microcomputador como conhecemos hoje. O Apple II tinha teclado integrado, gráficos coloridos, sons, gabinete de plástico e oito *slots* de expansão. As vendas chegaram a US\$ 2,5 milhões no primeiro ano de comercialização

Na década seguinte, a informática passou a perder seu caráter puramente técnico e de setor industrial e aglutinou áreas como a telecomunicação, o cinema e a editoração. Lévy (1999, p. 32) diz que “a digitalização penetrou primeiro na produção e gravação de músicas, mas os microprocessadores e as memórias digitais tendiam a tornar-se a infraestrutura de produção de todo o domínio da comunicação.”

No fim dos anos 1980 e início dos anos 1990, jovens profissionais de grandes metrópoles e de estudantes de *campi* americanos começaram a usar a informática para se conectarem uns aos outros, através de redes.

---

<sup>3</sup>Computer History Museum

Como no caso da invenção do computador pessoal, uma corrente social espontânea e imprevisível impôs um novo curso ao desenvolvimento tecnoeconômico. As tecnologias digitais surgiram então como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento. (LÉVY, 1999)

Para o autor, o ciberespaço seria, então, o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo remete à infraestrutura material da comunicação digital e também aos seres humanos que participam desse universo.

Ainda de acordo com Lévy (1999, p. 49), o ciberespaço não compreende apenas materiais, informações e seres humanos, mas também os programas. “Um programa, ou software, é uma lista bastante organizada de instruções codificadas destinadas a fazer com que um ou mais processadores executem uma tarefa”, de acordo com o autor.

Os programas aplicativos são os responsáveis por prestar serviços específicos aos usuários. São aqueles programas utilizados para fazer cálculos, editar textos, manipular imagens, e infinitas outras possibilidades. Esses softwares precisam de um sistema operacional para serem executados na máquina, o qual faz a ligação entre a parte hardware e software do computador.

Com o estabelecimento de padrões para programas e hardware, segundo Lévy (1999), foi possível navegar livremente entre programas que antes eram incompatíveis. Além disso, o computador é uma máquina para entrada e saída de informações. Assim, estando ele conectado ao ciberespaço, pode recorrer às capacidades de memória e cálculo dos outros computadores da rede.

O computador não é mais um centro, e sim, um nó, um terminal, um componente da rede universal calculante. Suas funções pulverizadas infiltram cada elemento do tecnocosmos. No limite, há apenas um único computador, mas é impossível traçar seus limites, definir seu contorno. É um computador cujo centro está em toda parte e a circunferência em lugar algum, um computador hipertextual, disperso, vivo, fervilhante, inacabado: o ciberespaço em si. (LÉVY, 1999, p. 44)

Como explicam Lévy e Lemos (2010), o ciberespaço se torna uma rede de captura de informações externas (o mundo físico) e internas (a sociedade e a imaginação humana) cada vez mais vasta e variada. Essas redes, segundo os autores, responderão de forma cada vez mais flexível aos desejos de conhecimento dos cibernautas. Conhecimento esse que tem sido cada vez mais produzido pelos próprios cibernautas de forma colaborativa.

De um sistema midiático dominado pela televisão, estamos passando a uma rede de comunicação, permitindo a *onivisão*, que nos permitirá dirigir o nosso olhar aonde desejarmos no espaço, nas escalas de grandeza, nas disciplinas, no tempo e nos mundos fictícios e experimentais que iremos multiplicar no futuro. O novo

conhecimento pela “visão direta” não nos promete o saber linear e objetivo de uma realidade finita, mas de outra forma, o desvelamento contínuo de novas dimensões de uma natureza virtualmente infinita. (LÉVY E LEMOS 2010)

Tendo em mente a maneira como os computadores foram criados e como se popularizaram, serão apresentadas na próxima seção as mudanças verificadas com o processo de chegada da internet.

### **2.3 A chegada da internet**

Dá-se o nome de *sociedade da informação* à sociedade cuja a principal atividade econômica é justamente a *informação*. Nesse modelo, informação é o pilar de sustentação e o setor estratégico da nova economia. De acordo com Takasashi (2002), existem três fenômenos que proporcionaram a mudança para a sociedade da informação. São eles:

- a) a convergência da base tecnológica, uma vez que a comunicação digital pode comportar qualquer tipo de informação, como dados, voz, imagem, texto, filme, pintura, música, entre outros. Assim, segundo o autor, uma TV, um telefone e até um álbum de fotos poderiam ser todos condensados num computador;
- b) a dinâmica de indústria que proporcionou a queda de preços e popularização dos computadores
- c) e o crescimento da internet, que no período de 1991 a 1998 se disseminou por quase todos os países do globo. Em cada país, a sociedade da informação se constrói em meio a diferentes condições.

O embrião do que se transformaria em internet, tal qual a conhecemos hoje, se desenvolveu-se a partir do fim dos anos 1960, período em que Estados Unidos e a então União Soviética (URSS) disputavam pelo domínio da tecnologia bélica, durante a Guerra Fria<sup>4</sup>. Segundo Castells (2004), a tensão política entre os dois blocos econômicos foi um dos principais fatores que impulsionaram a necessidade de se criar uma comunicação em rede.

Bastou o lançamento do Sputnik, o primeiro satélite artificial da Terra, pela URSS em 1957, para o bloco ocidental iniciar pesquisas com o intuito de criar um modelo de troca e compartilhamento que permitisse a descentralização de informações importantes, entre as forças armadas, caso as tropas fossem atacadas e os meios convencionais fossem destruídos.

Já nos anos 1950, o departamento de defesa do governo americano criou a Advanced Research Projects Agency (ARPA), em português, Agência de Projetos de Pesquisa Avançada,

<sup>4</sup>A Guerra Fria foi um embate indireto entre Estados Unidos e União Soviética. Era um conflito de ordem política, militar, tecnológica, econômica e ideológica, que durou entre o final da Segunda Guerra Mundial (1945) e a extinção da União Soviética (1991).

com o objetivo de desenvolver uma rede de comunicação para os locais mais críticos do sistema de defesa dos EUA. Todos os computadores (nós na rede) deveriam ter um estatuto idêntico, em termos de comunicações, ou seja, cada nó na rede deve poder enviar, receber informação ou ser apenas ponto de passagem desta.

A comunicação entre os pontos dessa rede não deveria se romper com ataques externos, mesmo que parte da rede fosse destruída com um ataque nuclear, ela deveria ainda assim permanecer ativa. A solução para esse problema foi elaborar uma rede em que as informações fossem enviadas em pacotes de dados por qualquer parte das várias rotas que estivessem disponíveis. Com esta divisão dos dados em pacotes, os diferentes pacotes poderiam seguir caminhos independentes, cujo ponto comum era o destino que levavam.

Essa rede foi desenvolvida em 1969 e batizada de ARPANET<sup>5</sup>. A utilização dos protocolos de comunicação entre máquinas TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) possibilitou a conexão em redes diferentes. Em 1971, ela contava com 15 nós ligando cerca de 20 máquinas da ARPA. A ARPANET só passou a ser chamada de internet em 1973, pois no ano anterior, a ARPA havia começado a estudar o conceito de “internetworking”, ou seja a interligação entre redes. Nos anos 1980, a internet foi apresentada ao público.

Nos anos de 1980 e 1981 misturam-se três mundos distintos: militares, cientistas e universidades. Esta mistura surge como consequência da criação de duas redes ligadas a instituições universitárias e científicas americanas: a BitNET (Universitária) e a CSNET (científica); vindo a potenciar o aparecimento de uma rede alargada com múltiplas aplicações. Em 82, os protocolos usados nestas redes foram firmados num standard - o TCP-IP. A Internet foi então definida como o conjunto das redes que utilizavam protocolos TCP-IP. (GOETHALS, AGUIAR e ALMEIDA, 2000, p.5)

A ARPANET deixa de existir formalmente em 1990, quando é criado o primeiro provedor de internet comercial. Entretanto, a grande rede que conhecemos hoje só viria a ser difundida com a disseminação da web, conforme mostrado a seguir.

## **2.4 O advento da World Wide Web**

Em 1991, Tom Berners-Lee, do Conselho Europeu de Pesquisa Nuclear (CERN), sediado em Genebra, apresentou um sistema de informação, que ia muito além do que a internet se propunha até então, ou seja o acesso a máquinas remotas, troca de mensagem e transferência de dados em tempo real.

O sistema chamado de World Wide Web (Ampla Rede Mundial) tornou possível a

---

<sup>5</sup>Net significa rede, em inglês

criação de servidores de informação, onde se incluem textos, imagens, multimídia, e de uma interface que possibilitava uma variedade de protocolos de informação, dotando a internet, segundo Goethals, Aguiar e Almeida (2000), dos meios necessários para a construção de uma verdadeira teia de informação.

A WWW é um conjunto de milhões de páginas de informação, armazenadas em milhares de computadores ligados à Internet. Os computadores que têm a informação que pode ser acessada por outros computadores na Web designam-se por Web servers e os computadores que acessam a essa informação designam-se por Web clientes ou Web Browsers (GOETHALS, AGUIAR e ALMEIDA, 2000, p.8)

No ano de 1995, devido ao aumento de usuários desde o início daquela década, algumas responsabilidades sobre a internet como registro de domínios e padronização de infraestrutura foram transferidas a órgãos não governamentais.

## **2.5 O atual cenário mundial da internet**

No ano 2000, a população mundial que usava a internet chegou a 360.985.492 pessoas, de acordo com o *Internet World Stats (IWS)*<sup>6</sup>. Em dezembro de 2011, o levantamento do IWS mostrou que 2.267.233.742 pessoas estão conectadas atualmente ao redor do mundo. É um crescimento de 528,1% em pouco mais de uma década. Considerando a estimativa atual do IWS para a população mundial em 6.930.055.154, temos que 32,71% (ou perto de um terço) da população mundial já acessa a internet.

Atualmente a Ásia é a região com maior quantidade de usuários. A pesquisa de dezembro de 2011 aponta que 1.016.799.076 dos internautas são daquele continente, o que representa crescimento de 789% em comparação com os dados do ano 2000 e uma participação de 44,8% entre todos os usuários da rede. Entretanto, quando comparamos a penetração da internet com a estimativa da população daquele continente (3.879.740.877), temos que pouco mais de 26% dos asiáticos fazem uso da internet. Se, por um lado, o continente mais populoso do mundo tem o dobro de usuários que a Europa, é também a região do planeta com o maior número de excluídos na internet (quase 74% da população local).

Na América do Norte e Europa, os números são mais motivadores. No continente norte-americano, a população estimada é de 347.394.870 pessoas, das quais, 108.068.919 - ou 78,6%, fazem uso da internet, o que corresponde a 12% dos usuários mundiais. Na última década, a internet na América do Norte cresceu 152,6%.

Na América Latina, existem aproximadamente 235.819.740 internautas, em uma

<sup>6</sup><http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

população de 597.283.165 pessoas, o que dá um valor percentual de 39,5% da população local. Dentre os internautas mundiais, temos que 10,4% são moradores da região que vai do México ao extremo sul da América do Sul. O crescimento no número de usuários da região comparado com os dados do ano 2000 foi de 1.205%.

O país com maior penetração de internet é a Argentina, dos 41,7 milhões de argentinos, 28 milhões têm acesso à internet, o que dá 67% do total. O Chile vem em segundo lugar. Dos quase 17 milhões de habitantes, cerca de 10 milhões estão conectados, ou seja 59,2% da população. Quanto à abrangência comparada com todo o continente latinoamericano, o Brasil é líder com 30,3% dos usuários latinos e o México vem em seguida, com 16,1% dos usuários da região.

Entretanto, os valores ainda não estão dentro do esperado para os dois países quanto à penetração da internet nas populações locais, em se tratando de países emergentes. O México tem uma população estimada de 113.724.226 habitantes, dos quais cerca de 42 milhões usam a internet, isto é, 36,9%. O Brasil (cuja situação em termos de abrangência da internet será desenvolvida mais amplamente no próximo tópico) possui 203.429.773 habitantes, dos quais 79.245.740 fazem uso regular da internet, ou seja, 39%.

Contudo, os dois países estão em ampla vantagem quando comparados a outros do grupo dos recentemente industrializados no quesito penetração da internet na população local. A África do Sul marcou 13%, A Índia tem 10%, Filipinas, 29,2% e a China está numa situação semelhante de 38,4%. A exceção é a A Turquia com 44% da população conectada à internet.

Mesmo com a visível desvantagem na penetração da internet na maioria dos países fora do eixo América do Norte-Europa, o levantamento mostra que em todos os continentes a internet avançou mais do que o dobro em 11 anos. Em áreas mais pobres como África, Oriente Médio e Ásia, os dados apontam um aumento significativo de 2.988%, 2.244,8% e 789,6%, respectivamente.

## **2.6 A abrangência da internet atualmente no Brasil**

É tarefa dos governos federal, estadual e municipal criar planos de acesso à internet para as pessoas mais vulneráveis como jovens, pessoas de baixa renda e moradores de zonas periféricas. Para Marques de Melo (2002), a exclusão digital é uma projeção da exclusão cultural, que por sua vez parte da exclusão socioeconômica. Entretanto, a sociedade da informação tem, por vezes, atuado como instrumento que amplia o distanciamento entre

pobres e ricos, norte e sul, povos superinformados e subinformados.

Essa espécie de “muralha digital”, de que fala Marques de Melo já foi muito mais forte no início da década de 2000, quando as pesquisas do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) mostravam que menos de 7% dos brasileiros (cerca de 9,8 milhões de pessoas) tinham acesso à internet. Em 2009, esse número subiu para 63 milhões, também segundo o Ibope. É um aumento significativo, mas a situação fica desanimadora, quando nos damos conta de que apenas 5,7% dos brasileiros têm acesso à banda larga. Nos EUA, a Comissão Federal de Comunicação (FCC, na sigla em inglês) estima que um terço dos americanos (100 milhões de pessoas) não tenha acesso à banda larga e para isso implantou um programa nacional no valor de 250 bilhões de dólares para garantir banda larga de 100 Mbps a todos os americanos em casa até o ano de 2020.

No caso do Brasil, também é necessário que este processo seja acelerado. A privatização do setor de telecomunicações e a criação da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) em junho de 1997 possibilitaram os meios técnicos e burocráticos para agilizar o processo. Em 2010, com o objetivo de promover a inclusão digital e reduzir as desigualdades sociais e regionais, o governo federal lançou o Programa Nacional de Banda Larga (PNBL), cuja pretensão é levar conexão em alta velocidade para 4.278 municípios brasileiros até 2014.

Em 31 de maio de 1995, foi criado o Comitê Gestor da Internet (CGI) (Portaria Ministerial nº 147) para efetivar a participação da sociedade nas decisões envolvendo a implantação, administração e uso da rede. Dentre as atribuições do órgão, destaca-se: a proposição de normas e procedimentos relativos à regulamentação das atividades na internet; a recomendação de padrões e procedimentos técnicos operacionais para a internet no Brasil; o estabelecimento de diretrizes estratégicas relacionadas ao uso e desenvolvimento da internet no País; a promoção de estudos e padrões técnicos para a segurança das redes e serviços no país; a coordenação da atribuição de endereços internet (IPs) e do registro de nomes de domínios usando .br; a coleta, organização e disseminação de informações sobre os serviços internet, incluindo indicadores e estatísticas.

O Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic.br) estima em seu mais recente levantamento (dezembro 2011/janeiro 2012, com dados referentes a 2011), sobre o alcance da internet no Brasil, que 58% da população das áreas urbanas já tiveram algum contato com a internet. No meio rural, o percentual é mais baixo, apenas 25% dos indivíduos disseram já ter acessado a internet ao menos uma vez na vida. Comparada à pesquisa anterior, referente ao ano de 2010, esse valor cresceu 2 pontos percentuais em um

ano, no Brasil. A margem de erro total da pesquisa de 2010 é de 0,6%. A coleta dos dados ocorreu entre agosto e setembro daquele ano. Com relação ao levantamento atual, os dados foram colhidos de outubro de 2011 a janeiro de 2012, pelo Ibope.

### PROPORÇÃO DE INDIVÍDUOS QUE JÁ ACESSARAM A INTERNET\*

Percentual sobre o total da população\*\*

Percentual (%)		Sim	Não	Não sabe ou não respondeu
<b>TOTAL BRASIL</b>		<b>53</b>	<b>47</b>	<b>0</b>
<b>ÁREA</b>	<b>URBANA</b>	58	42	0
	<b>RURAL</b>	25	75	0
<b>REGIÃO</b>	<b>SUDESTE</b>	61	39	0
	<b>NORDESTE</b>	39	61	0
	<b>SUL</b>	58	42	0
	<b>NORTE</b>	43	57	0
<b>SEXO</b>	<b>Masculino</b>	54	46	0
	<b>Feminino</b>	52	48	0
	<b>Até 1 SM</b>	25	75	0
<b>RENDA FAMILIAR</b>	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b>	40	59	0
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b>	56	44	0
	<b>Mais de 3 SM até 5 SM</b>	69	31	0
	<b>Mais de 5 SM até 10 SM</b>	81	19	0
	<b>Mais de 10 SM</b>	91	9	0

\*Indivíduos que informaram ter acessado a Internet pelo menos uma vez na vida, de qualquer lugar.

\*\*Base: 25 000 pessoas.

Fonte: NIC.br - nov 2011 / jan 2012

Um outro aspecto, também medido pelo Cetic.br, de grande valor para este trabalho é a quantidade de pessoas que usam a internet como ferramenta de comunicação. É dado que 78% dos internautas dizem utilizar a internet para receber e enviar e-mails, 72% enviam mensagens instantâneas, 69% participam de sites de relacionamento, como o *Facebook* e o *LinkedIn*, 23% usam para conversar por meio de programas como o *Skype*, 22% usam microblogs, como o *Twitter*, 15% criam ou atualizam blogs e/ou sites na web, enquanto 14% participam de listas de discussão e fóruns, 9% disseram não utilizar a internet para se comunicar.

Esses valores mostram que é representativa a quantidade de pessoas que já atuam em plataformas exclusivas para a publicação de conteúdo, como blogs e sites, mas ainda fica muito abaixo dos usuários de sites de relacionamento, ou mesmo dos programas de bate-papo.

Quanto à frequência no acesso, o Cetic.br aponta que 66% dos brasileiros acessam a

internet diariamente, 25%, apenas uma vez por semana, 8% uma única vez ao mês, 2% menos de uma vez por mês. O levantamento do IBOPE/NielsenOnline de setembro de 2011 aponta que o tempo médio dos brasileiros na internet, incluindo a utilização de aplicativos, naquele mês foi de 69h01min, ou aproximadamente 2h18min por dia.

Ainda de acordo com o levantamento do Cetic.br<sup>7</sup> referente ao ano de 2011, a maioria dos brasileiros que respondeu à pesquisa utiliza conexão com velocidade entre 256Kps e 1Mbps (28%) nos domicílios. O que mais surpreende, contudo é que a maioria dos brasileiros entrevistados sequer soube responder a velocidade da própria conexão (30%). Dos que souberam responder, o segundo lugar fica com os domicílios cuja velocidade está entre 1 e 2 Mbps com 16%. Velocidades superiores a essa são raras no Brasil, segundo a pesquisa. 6% tem velocidade entre 2 e 4 Mbps, 5% têm entre 4 e 8 Mbps de velocidade em suas residências e 9% têm conexões com mais de 8Mbps. Na zona rural, esse valor é bastante desigual, em comparação com áreas urbanas. Apenas 1% dos habitantes de zonas rurais têm internet com mais de 8 Mbps.

Analisando os valores sob o ponto de vista da renda familiar, temos que a maioria dos usuários com renda familiar mensal de até 1 salário mínimo não soube responder a velocidade da própria conexão. Dos que responderam à perguntas, 10% navegam com velocidade de até 256 Kbps, 26% de 256 kbps até 1 Mbps, 17% de 1 a 2 Mbps, 4% de 2 a 4 Mbps, 2% de 4 a 8 Mbps e 4% acima de 8 Mbps. Dentre os que ganham entre 3 e 5 salários, temos que 5% navegam com velocidade igual ou inferior a 256 Kbps, 31% usam internet de 256 kbps a 1 Mbps, 17% de 1 a 2 Mbps, 6% de 2 a 4 Mbps, 4% de 4 a 8 Mbps e 6% acima de 8 Mbps. 29% não soube ou não quis responder.

Os mais ricos estão em vantagem disparada no que diz respeito à velocidade de conexão. Apenas 2% dos que ganham mais de 10 salários mínimos navegam com menos de 256 Kbps. 19% estão na faixa entre 256 Kbps e 1 Mbps, 14% de 1 a 2 Mbps, 10% de 2 a 4 Mbps, 10% de 4 a 8 Mbps e 23% acima de 8Mbps. Dos entrevistados, 22% não quiseram/souberam responder.

---

<sup>7</sup><http://cetic.br/>

## **2.7 A ciberdemocracia**

A mídia é um dos locais mais importantes de formação de socialização, agrupamento em comunidades, constituição de identidades e de pertencimento. O uso dos meios de comunicação podem fazer com que os leitores, espectadores, internautas sintam-se fazendo parte de estruturas sociais maiores e consideradas mais importantes na sociedade do que apenas o próprio círculo familiar.

Consumir a informação midiática significaria fazer parte deste mundo. E se ela for construída com a participação do público, aumentam as chances de identificação com o discurso proposto pelo veículo emissor.

A tendência da mídia, segundo Felippi (2007), é aumentar os espaços de prestação de serviços, o que daria ao jornal a função de atender alguns direitos humanos e sociais dos receptores que outras instâncias, como órgãos governamentais, deixaram de atender satisfatoriamente.

Como explica Silveira (2009), jornalistas e público podem interagir numa via de mão dupla agora, que tem evoluído, mas ainda enfrenta suas limitações:

A abertura de novas formas de interação entre público e jornalistas nem sempre representa uma relação dialógica ou um processo de interação mútuo. As relações de poder existentes fora da rede são também transpostas para o mundo online. Os níveis de decisão que envolvem a publicação, a angulação, a edição e seleção do conteúdo ainda permanecem na redação do jornal online. Assim, a participação e interação do leitor seguem determinadas, filtradas e monitoradas por jornalistas profissionais (SILVEIRA, 2009 apud WEBER 2010)

A ciberdemocracia deve ser observada a partir do avanço da internet e do aumento na participação dos cidadãos na política mediante o uso das novas tecnologias. Segundo Lopes e Freire (2012), a falta de acesso à informação impede o pleno exercício da cidadania, pois a cidadania somente pode ser exercida de forma plena se for assegurado ao cidadão o acesso às novas tecnologias e à informação democrática e instantânea que no presente momento somente existe no ciberespaço.

No que diz respeito à repercussão que o tema tem na academia, pode-se dizer que as visões são geralmente heterogêneas. Enquanto diversos autores defendem o potencial comunicativo democrático em larga escala das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), outros veem com mais cautela ou até encontram mais pontos negativos do que positivos.

Contudo, o ideal de comunicação livre, sem entraves não é novo. A globalização da

comunicação e da economia, segundo Lemos e Lévy (2010), suscita a emergência de uma sociedade em nível planetário, que se exprime num espaço cada vez mais desterritorializado. A oposição à globalização utiliza os recursos do ciberespaço e experimenta novas formas de organização política flexíveis que contribuem para a inversão da ciberdemocracia.

Segundo a divisão apresentada por Pereira (2005), é possível analisar a participação democrática digital em cinco níveis. Os graus, como são denominados, não devem ser vistos como excludentes entre si, nem como parâmetros rígidos ou estanques, mas como uma maneira de organizar o debate sobre o emprego das tecnologias da informação e da comunicação (TIC).

O primeiro grau de democracia digital supõe que as TICs e o ciberespaço seriam instrumentos democráticos na medida em que circulam informações governamentais e melhoram a prestação de serviços públicos. Assim, o primeiro grau se caracteriza pela abertura de informações por parte do governo de maneira que os cidadãos tenham conhecimento amplo da prestação dos serviços públicos. As novas tecnologias devem servir à sociedade tanto na melhoria dos serviços quanto no acesso a eles.

O segundo grau de democracia digital consiste no uso das tecnologias da informação e da comunicação para colher a opinião pública e usar os dados para a tomada de decisões políticas. Apesar de também ser uma via de mão única, esse modelo está aproximando mais as TICs de um “canal de comunicação”. Como coloca Pereira (2005, p.455), “O governo não cria um diálogo efetivo com a esfera civil, mas emite sinais para o público a fim de receber algum tipo de retorno”, o que não significa necessariamente que os resultados das sondagens se reverterão em decisões políticas efetivas.

O terceiro grau de democracia é representado pela transparência governamental e prestação de contas públicas, permitindo alguma intervenção da esfera civil quando alguma irregularidade for constatada. O terceiro grau se diferencia do primeiro, pois a informação de primeiro grau é mais preocupada com a repercussão da opinião pública, enquanto aqui a atenção é voltada ao fortalecimento da cidadania e no esforço para evitar a prática do segredo nos assuntos governamentais.

O quarto grau de democracia digital é baseado na democracia deliberativa e consiste na criação de processos e mecanismos de discussão, visando a um processo de convencimento e a tomada de decisões em conjunto com o público. Esse grau coloca o público numa posição mais ativa e não apenas de consulta, dando a ele maior abertura para participar das tomadas de decisão.

O quinto grau é o mais idealista de todos, pois sugere mudanças significativas no modelo democrático atual e implantação de uma democracia direta de fato, por meio das TICs, onde as decisões não passariam por uma esfera representativa.

### **2.7.1 Modelo de democracia *plug and play***

Nesse modelo, mencionado por Wilson Gomes, em *A democracia digital e o problema da participação civil* (2005), o autor compara a democracia digital ao modelo de reconhecimento de dispositivos de computadores, criado em 1993, cujo nome é justamente Ligar e Usar (ou no original, em inglês, Plug and Play, ou ainda PnP). O sistema PnP é responsável por fazer com que um computador reconheça e configure automaticamente dispositivos conectados a ele, evitando configurações manuais.

Na metáfora do modelo de democracia *plug and play*, a esfera civil ocuparia o lugar da esfera política na tomada de decisões, sendo que a tomada de decisões políticas seria feita diretamente pelo público em plebiscitos preferencialmente online, ou seja, seria só se conectar, para ter acesso às decisões políticas. Nesse modelo, a esfera política profissional seria extinta. “A ênfase aqui está no fato de que só argumentar não seria suficiente: é preciso deixar que o povo decida. Isto significaria um estado governado por plebiscito” (GOMES, 2006 apud LOPES e FREIRE 2012). O principal objetivo desse modelo é o de retomar os ideais de democracia direta das cidades-estado gregas da Antiguidade.

As novas tecnologias, portanto possibilitariam a sociedade civil de se aproximar de uma democracia mais participativa, na qual o cidadão se comporta como indivíduo ativo, no lugar da democracia representativa atual. Contudo, essa democracia não significa necessariamente o fim do Estado, como sugerem as correntes anarquistas que influenciaram o modelo *plug and play*.

Caso esse modelo fosse adotado, alguns de seus elementos poderiam levar algum tipo de autoritarismo, sustentado pela demagogia ou populismo político (MOORE, 1999 apud PEREIRA 2005) ou ainda pode representar um perigo ao público mal informado, o qual pode ficar refém de um populismo tecnológico.

Lévy (1999) considera a ideia de extinção do Estado uma utopia, o que não quer dizer que uma outra forma de Estado não seja possível ou mesmo a ideia de uma ciberdemocracia planetária, na qual uma legislação, um governo e uma justiça mundial seriam capazes de regular a economia, preservar o ecossistema terrestre e garantir a liberdade ao mesmo tempo que se esforça no sentido de reduzir a miséria e as injustiças.

## 2.8 Jornalismo na web

Jornais, rádios, televisões publicam ou emitem hoje, além do respectivo conteúdo em cada suporte, quase tudo na web. Há inclusive outros formatos como webzine, webTV, rádios online, as quais estão disponíveis apenas na web. A primeira constatação que pode ser feita a partir disso é que esses conteúdos jornalísticos, sejam impressos, visuais e/ou sonoros, podem ser lidos, assistidos, escutados de qualquer parte do planeta com uma conexão à internet. É como se a barreira do espaço fosse agora muito mais fácil de ser atravessada, já que são poucos os canais de TV e as frequências de rádio que emitem sua programação para todos os cantos do mundo. Geralmente quando algo próximo disso é alcançado, é nas TVs pagas, mas ainda assim numa quantidade bem menor de conteúdo do que a internet, a qual há 4 anos já possuía mais 1 trilhão<sup>8</sup> de endereços de site (URL), indexáveis no Google e que ainda transmitem conteúdo midiático de outras mídias (como já citado, TV, rádio etc.).

Isso gera um fenômeno curioso em que produtos regionais passam a ter distribuição universal. Essa desterritorialização, de acordo com Lévy e Lemos (2010) não significa necessariamente uma perda ou dissolução da dimensão local na produção de conteúdo. As mídias estão menos ligadas à zona geográfica, e mais relacionadas a uma comunidade de proximidade local ou semântica e a redes sociais.

A menor singularidade local, quer seja ela cultural, linguística, ou musical, torna-se *ipso facto* universalmente distribuída, e da mesma forma, todas as singularidades locais se entrecruzam e se envolvem no espaço virtual. (...) O contexto local é também ressignificado. É aqui que a evolução da liberdade na cibercultura pode engendrar uma dimensão política local com transparência e perspectivas globais. (Lévy e Lemos 2010).

Quando o assunto é de cunho local, a resposta na web, tende a ser mais rápida, pois um acontecimento do outro lado do mundo não tem a capacidade de mexer conosco da mesma forma do que algo que acontece em nossa própria rua.

Na próxima seção serão debatidos importantes conceitos acerca de convergência midiática, diferença entre multimídia e unimídia, para Pierre Lévy, além das ideias de multimodalidade e integração digital.

---

<sup>8</sup>Fonte: IDG Now! Disponível em: <http://idgnow.uol.com.br/internet/2008/07/28/google-contabiliza-mais-de-1-trilhao-de-urls-unicas-na-internet-mundial/>

### **2.8.1 Convergência midiática**

Lévy (1999) desaconselha o uso do termo multimídia para nos referirmos à integração de diversos suportes numa mesma plataforma. O termo mídia se refere ao suporte da mensagem, ou seja o jornal, o rádio, a televisão. Segundo o autor, a recepção da mensagem pode colocar várias modalidades perceptivas em jogo, por exemplo, a leitura de um jornal impresso requer como principal sentido a visão, depois o tato. O cinema falado requer a visão e a audição. Já o computador pode colocar em jogo a visão, a audição, o tato e a cinestesia, sentido interno dos movimentos do corpo.

A expressão multimídia se refere, em princípio, àquilo que emprega diversos suportes e diversos veículos de comunicação, mas nem sempre o termo é usado nesse aspecto. Atualmente, ele é confundido com a *multimodalidade* e a *integração digital*.

Multimodalidade coloca em evidência os múltiplos aspectos sensoriais numa mesma mensagem, como já exemplificado acima. Integração digital, para Lévy corresponde ao que ele chama de “unimídia”, ou seja a confluência de mídias separadas para uma mesma rede digital integrada.

Já Jenkins (2008), afirma que a convergência é o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre variados mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

Segundo Galante e Guareschi (2012), com a convergência, “novas e antigas mídias interagem de forma complexa e inesperada, alterando significativamente nossa relação não só com os meios de comunicação, mas também nossas relações sociais, políticas e culturais”.

De acordo com Salaverría e Avillés (2008), a convergência no jornalismo é um processo multidimensional facilitado pelas tecnologias digitais da telecomunicação, que afeta os meios de comunicação, em seu âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial. A convergência propicia integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens. Os conteúdos são distribuídos através de múltiplas plataformas, levando em consideração as linguagens próprias de cada uma delas.

Para López *et al* (2007 *apud* Weber 2010, p. 3) “o perigo [da convergência] está na utilização que as empresas jornalísticas venham fazer das capacidades do profissional, tornando-o um jornalista multiusos”. No cenário atual, é comum nas redações, os jornalistas serem cada vez mais acumulados de funções, o que requer maior demanda de trabalho, porém os jornais tendem a manter o mesmo número de profissionais para desempenhar mais

atividades.

### **2.8.2 Instantaneidade**

Digitalizar uma informação quer dizer basicamente transformá-la em números binários, isto é, os dígitos 0 e 1. Quase todo tipo de informação pode ser codificada dessa maneira. Um texto ou mesmo uma imagem pode ser transformada em números. Tomemos uma foto digitalizada por exemplo, a qual é dividida em centenas, muitas vezes, milhares de pixels, que podem estar codificados em apenas dois números especificando suas coordenadas. As formas, intensidade de cores, em síntese, cada componente da imagem pode ser traduzida em uma série de números. Isso vale ainda para som, vídeo. De acordo com Lévy (1999), esse sistema simplificado possibilita processamento da informação com precisão quase absoluta, muito rapidamente e em larga escala quantitativa.

Desde a segunda metade dos anos 1990, os *modems* passaram a ter capacidade de transmissão de dados superior à da linha telefônica de um usuário médio. Com eles, as informações podem viajar em sua forma digital, através de cabos de cobre, fibras óticas ou ondas eletromagnéticas, inclusive via satélite. Vários são os fatores técnicos que contribuíram para essa comunicação entre modems mais veloz, por exemplo o aumento na capacidade da fibra ótica e maior eficácia na compressão e descompressão dos arquivos.

Todas essas propriedades contribuem para muito do que foi produzido antes do advento das mídias digitais seja convertido para a plataforma digital e, mais ainda, para que cada vez mais informação seja produzida e difundida digitalmente. O crescimento na transmissão de dados contribuiu com a ideia de que a internet é o meio onde as notícias são publicadas tão logo os fatos acontecem. Ela seria, portanto, o lugar da informação “em tempo real”, onde os leitores recebem a todo instante um novo conteúdo.

A instantaneidade também chamada de atualização contínua, contudo, já acontece há muito tempo sistematicamente no rádio e na televisão, mas, na internet, toma outras dimensões. Nos meios convencionais, é necessário intervenções ao vivo para ocorrer instantaneidade, e cada intervenção é singular, enquanto na internet, é possível unir novos fragmentos de texto a um texto inicial, na medida em que os fatos se desenrolam, construindo a notícia a todo instante. A instantaneidade na TV também requer hora certa para ser vista. É fugaz e não há como ver de novo, diferentemente da internet.

A possibilidade de acrescentar informações a qualquer momento traz à cobertura jornalística na Internet a potencialidade de ser mais ágil do que os demais meios de comunicação. A própria nomenclatura jornalismo “online” já tem essa carga de significado.

### **2.8.3 Hipertextualidade**

Dentro da notícia para web, os hyperlinks têm impactos positivos de compreensão, segundo Canavilhas (2011). Os links devem vir sobretudo posicionados em palavras, mas ao mesmo tempo é importante que o internauta tenha conhecimento prévio do tipo de mídia que está prestes a abrir. Os links que direcionam para vídeos têm demonstrado impacto maior na *satisfação* do internauta, já os links de áudio e de infográficos têm maior impacto na *compreensão* do internauta.

No caso do jornalismo online, podemos lembrar que os primeiros sites jornalísticos limitavam-se ao hipertexto. Os internautas podiam já escolher as trilhas que mais lhe interessavam, criando o seu próprio percurso noticioso. Contudo, precisavam escolher entre as alternativas disponíveis a priori. Ou seja, processos de interação reativa. Com a Web 2.0, e a mudança do foco da publicação para a participação, passou-se a valorizar cada vez mais os espaços para interação mútua: o diálogo, o trabalho cooperativo, a construção coletiva do comum. (PRIMO 2002)

As palavras de Alex Primo podem sintetizar boa parte do que será abordado na seção 3.2, a qual tratará de Web 2.0. Os termos cooperação e construção coletiva são expressões-chave para esse tema.

### **2.8.4 Conteúdo personalizado**

Como afirma Castells (2003), durante a década de 1980, aparelhos portáteis de reprodução de música, como o Sony Walkman, deram oportunidade às pessoas, sobretudo adolescentes, de construir paredes contra o mundo exterior. Isso não fez apenas com que as pessoas tivessem a opção de escolher o que ouvir em qualquer lugar que estivessem, mas também impulsionou o rádio para se especializar cada vez mais em estações temáticas e subtemáticas.

A personalização, ou customização, segundo Silva Jr. (2000), deve-se primordialmente à arquitetura da rede e dos sistemas de software e hardware, que permitem não somente o armazenamento sem limites da quantidade de informações, mas também o oferecimento de conteúdos seguindo lógicas de justaposição distintas para cada usuário. Assim, o conteúdo pode ser moldado para diferentes usuários, segundo as preferências de cada um deles.

Desde os anos 1990, foram desenvolvidas estratégias de customização, onde o consumidor do produto jornalístico na web podia selecionar quais notícias ou quais tipos de

notícias gostaria de receber, com base em critérios pré-selecionados, como a editoria ou a fonte.

Silva Jr. (2000) explica que existem três tipos de personalização: o que diz respeito à natureza da informação e os que correspondem ao formato. São eles: os produtos personalizados e personalizáveis. Os produtos personalizados têm formato fixo, oferecendo apenas escolhas com relação ao conteúdo, por exemplo, o recebimento de *newsletter*. O conteúdo personalizável é aquele que permite escolher quais as primeiras leituras que devem ser dispostas em um site, ou ainda escolher onde os assuntos devem ser divididos na página, como, notícias de música à esquerda, política, no centro e horóscopo, à direita. Outras possibilidades como mudar a cor do site também são usadas. A experiência de conteúdos personalizáveis não é, contudo, corriqueira no Brasil.

### **2.8.5 Memória**

Segundo Palácios (2002), não há meio mais viável tecnicamente e economicamente para o acúmulo de informações. No jornalismo online, é possível guardar grande quantidade de informação binária em pouco espaço, o que não custa muito caro às empresas jornalísticas.

Informações de meses e anos atrás podem ser recuperadas em segundos, através de um mecanismo de busca por notícias antigas.

A memória na web torna-se coletiva, pois é interligada entre os diversos nós que a compõem. Existem meios de indexar as informações na internet para torná-las mais fácil de serem posteriormente encontradas, um deles é o tagueamento com palavras-chave relacionadas àquele conteúdo.

O próprio veículo pode contar com serviço de indexação e busca ou a pesquisa do conteúdo antigo pode ser feita, através do provedores de busca como Google e Bing.

### **2.8.6 Interatividade**

No jornalismo impresso e no mediado por rádio e TV, a interação entre emissor e receptor sempre existiu, mas nunca foi tão intensa como na internet. Antes, os leitores e espectadores escreviam cartas e telefonavam para as redações, mas as seções de cartas do leitor sempre ocuparam um espaço restrito nas páginas de jornais e revistas, também é comum o telespectador ligar para conversar, no ar, com o apresentador de seu programa favorito. Contudo, um grande dificuldade de interação era o fato de o canal não ser o mesmo, ou seja não se podia interagir com um programa de televisão através da televisão.

De acordo com Alex Primo, é vago dizer que a interatividade é o grande diferencial do

webjornalismo, porque o termo é tão amplo que, segundo ele, passa a não dizer praticamente nada. Bardeol e Deuze (2000) consideram que a notícia online possui a capacidade de fazer com que o leitor/usuário sinta-se parte do processo. Porém, os autores não contemplam a perspectiva da interatividade no âmbito da própria notícia, ou seja, a navegação pelo hipertexto que, conforme Machado (1997), constitui também uma situação interativa.

A interatividade é a característica mais importante do webjornalismo para compreender o tema jornalismo colaborativo. Ela será abordada outras vezes no decorrer das outras conceituações teóricas mais adiante como o wikijornalismo.

## **2.9 O papel do jornalista**

Esta seção é dividida em duas subseções. Na primeira delas, serão tratadas as mudanças no papel de *gatekeeper* no jornalismo, com o advento da colaboratividade, além das mudanças na forma de apurar e gerir a informação da internet. Será apresentado e discutido o conceito de *gatewatching*, uma espécie de “*ex-gatekeeper*” da atualidade, o qual está mais preocupado em observar a circulação da informação na internet do que em controlar os portões de saída

### **2.9.1 Gatekeeping e gatewatching**

Uma pergunta que podemos fazer sobre a discussão dos conceitos de jornalismo colaborativo é quem detém o controle da notícia nesse cenário?

Debruçando-se sobre o conceito de *gatekeeping*, temos que, de acordo com Hohlfeldt (2001), no processo de produção da notícia, o profissional se depara com várias filtragens da informação. Essas filtragens não são, a princípio, a mesma coisa que censura. Kurt Lewin já estudava o fenômeno em 1947, observando as estatísticas de matérias que eram deixadas de ser publicadas num grande jornal americano. Os principais motivos da não publicação de um material eram falta de espaço, falta de interesse público, falta de qualidade e informações distantes do interesse do leitor médio.

Lewin concluiu que normas profissionais são mais fortes que fatores subjetivos para influenciar na seleção dos fatos que entrarão nos meios de comunicação. Ele propôs também que uma série de fatores influenciam na seleção de informação, inclusive o conceito difuso de o que é informação. Os principais fatores dos quais o *gatekeeper* dependeria são: a autoridade institucional e suas eventuais sanções, sentimento de fidelidade e estima pelos seus superiores, aspirações à mobilidade social por parte do profissional, ausência de fidelidade de grupo contrapostas, caráter agradável do trabalho, o fato de a notícia ter se transformado em

valor ou mercadoria.

O *gatekeeping* constituir-se-ia, portanto, uma distorção involuntária - na medida em que não se trata de uma intervenção consciente, sensorial - da informação, devida ao modo pelo qual se organiza, institucionaliza e desenvolve a função jornalística, as chamadas estruturas inferenciais, que não significam manipulação, pura e simplesmente, eis que não são distorções deliberadas, mas involuntárias, inconscientes, que podem chegar, por isso mesmo, a níveis bem mais radicais e perigosos, na medida em que omitem ou marginalizam acontecimentos que, por vezes, poderiam ser efetivamente importantes e significativos ao menos para determinadas coletividades. (HOHLFELDT 2008)

Nesse sentido, Gomis (1991) afirma que: “O jornalista não é essencialmente o homem que busca as notícias, mas o que as seleciona. Se pode considerar que a cada notícia que publica, coloca nove no lixo”. Dessa forma, as distorções de que fala Hohlfeldt, se somadas a outras motivações, como a ocorrência de omissões com frequência ou a ênfase permanente em um determinado tema, provocariam a existência de um abismo entre os meios de comunicação e os receptores. A percepção do mundo externo por parte dos receptores sofreria uma interferência e seus interesses escapariam aos meios de comunicação de massa.

Weber (2010) explica que a internet pode resultar na perda do monopólio de informação pelas empresas noticiosas, mas, ao mesmo tempo, sérios problemas são gerados aos receptores, um deles é a quantidade enorme de informações inverídicas na web. Assim, como os leitores, muitas vezes, não dispõem de tempo nem de formação necessária para filtrar o que é relevante e verdadeiro, o papel de *gatekeeper* pode ser adaptado ao ambiente virtual. O *gatekeeper* não desaparece, apenas se transforma para adaptar-se a certas exigências. Os jornalistas, como gestores da informação, precisam saber manipular os aparatos técnicos, construir uma base sólida como buscar, organizar e apresentar informação significativa e ainda saber lidar cada vez mais com um público exigente e vigilante.

A partir desse contexto, emerge a figura do *gatewatcher*, que não controla mais os portões de entrada e saída, mas atua como vigilante, observando a circulação das informações na web, fazendo as devidas seleções do que deve ser publicado em veículos noticiosos, diferentemente de um fórum de discussão, onde, na maioria das vezes, o que o usuário publicar não deve passar necessariamente por moderação.

Algumas das vantagens do *gatewatching* ao lado do avanço da internet sobre o *gatekeeping* foram enumeradas por Bruns (2003). São elas:

- a) as matérias têm potencial de ser profundamente mais informativas se os leitores são capazes de explorar as fontes materiais diretamente e por inteiro
- b) a velocidade de informar aumenta, já que novas histórias podem ser postadas assim

que a informação de origem é encontrada em qualquer lugar na internet, sem a necessidade de esperar por jornalistas para organizar as histórias ou por *gatekeepers* para avaliá-las;

- c) o processo de coleta de notícias se torna mais transparente e os leitores não são impedidos de checar uma fonte por si mesmos, ao contrário, eles são encorajados a fazer isso;
- d) o viés pessoal na apuração pode ainda afetar o próprio relato do fato, mas já que leitores seriam mais prováveis a consultar fontes originais, esse viés teria um efeito reduzido;
- e) por fim, *gatewatchers* não exigem habilidades jornalísticas significativas, ao invés disso, eles precisam ter mais habilidades em pesquisa online geral.

O *gatewatching* tem se tornado um modelo fundamental para uma variedade de esforços de publicação online, desde blogs até publicações de fonte aberta, além dos meios de comunicação empresariais localizados na web, já que o espaço para publicação não é mais fixamente estabelecido como nos veículos *mainstream* e assim exige-se filtragem incessante das informações por parte dos webjornalistas.

Os recursos para o diálogo entre emissor e receptor cresceram evoluíram com o advento da internet, mas não é preciso superestimar o poder da participação do público na produção da notícia, como explica Silveira:

(...) a abertura de novas formas de interação entre público e jornalistas nem sempre representa uma relação dialógica ou um processo de interação mútuo. As relações de poder existentes fora da rede são também transpostas para o mundo online. Níveis de decisão que envolvem a publicação, a angulação, a edição e seleção do conteúdo ainda permanecem na redação do jornal online. Assim, a participação e interação do leitor seguem determinadas, filtradas e monitoradas por jornalistas profissionais (SILVEIRA, 2009 apud WEBER 2010).

Silveira traz uma crítica pertinente, que reflete a justificativa da importância desse trabalho, a de que a relação entre colaborador e jornalista ainda é repleta de tensões e de relações de poder, como o autor citou. A visão do autor, além de ser bastante equilibrada, chama atenção para que não haja exageros ao se falar com deslumbramentos dos benefícios da colaboratividade.

## 2.9.2 A apuração

É preciso notar alguns riscos na perspectiva de o próprio usuário poder fazer a publicação de notícias em tempo real. O primeiro deles é a publicação de informação prematura, sem apuração completa. Isso vai exigir do jornalista uma capacidade de filtragem muito mais acurada daquilo que é publicado. O papel do jornalista profissional no jornalismo colaborativo se prende em questões de seleção, daquilo que é realmente de interesse público dentre as matérias publicadas pelos internautas, e também se ocupa com a edição, a mediação entre os colaboradores e os fatos, além de incentivar e orientar os usuários.

Como este fenômeno é relativamente recente – somente no ano 2000, surgiu o primeiro grande espaço de jornalismo colaborativo, o portal *OhMyNews*<sup>9</sup> – o jornalismo colaborativo ainda provoca receio na comunidade jornalística, pois ao se inserir a figura do repórter participativo, o trabalho do jornalista parece ameaçado. A posição diferenciada que o profissional assume, porém, é o que ainda causa confusões conceituais. Torres discorre sobre o novo papel do jornalista nesse nicho:

Notoriamente, o jornalista não pode ser analisado apenas como um mediador ou um filtro. De acordo com Rocha, o profissional deve trabalhar como um cartógrafo informacional. Isto é, primar pela seleção, enquadramento e personalização da informação, estimulando o trabalho em conjunto com a audiência e servindo de "ligação" entre as comunidades virtuais e demais pessoas. Essa demanda exige que ele leve em conta a constituição do hiperdocumento no qual essa interação é realizada, além da exploração do caráter informativo das mídias convergentes e do seu formato no ambiente digital. (TORRES, 2007)

No papel de editor dessa 'redação' que tem sedes espalhadas nas residências de pessoas no mundo inteiro, cabe ao jornalista profissional, dentre outros deveres, checar a identidade dos colaboradores, manter contato com eles, verificar autenticidade do conteúdo, dialogar com colegas jornalistas e jamais se apropriar do conteúdo, ou seja dar os devidos créditos ao colaborador.

Com toda essa liberdade de fazer, refazer, distribuir, criticar matérias jornalísticas, pode surgir para muitos a dúvida se há lugar para jornalistas profissionais nesse modelo tão abrangente e que tende a se expandir ainda mais.

As escolas de Jornalismo não perdem sua função, pois atuam na formação e no aprimoramento do profissional. Como o mercado demanda preparo, o jornalismo colaborativo não é o fim da empresa jornalística. Sabe-se que o bom trabalho de reportagem demanda tempo e gastos, e são as empresas que sustentam esse processo para que o jornalista possa

<sup>9</sup>Com sede em Seul, a versão internacional do site (<http://english.ohmynews.com/>) criado pelo jornalista sul-coreano Oh Yeon Ho conta com 55 jornalistas e aproximadamente 90 mil repórteres-cidadãos colaborando em mais de 100 países (FAMECOS/PUCRS, 2010 p.15).

apurar e escrever com tempo suficiente. A empresa jornalística precisa de informação exata e de qualidade, e um profissional qualificado tem a maior probabilidade de dispor dessas habilidades e de as empregar de forma ética.

Como afirma Dan Gillmor<sup>10</sup> (2008 apud FAMECOS 2009): “O jornalismo cidadão não irá substituir os principais meios de comunicação, mas atribuirá a simples leitores a condição de expandir sua compreensão de mundo”. O jornalista deixa de ser o sujeito que vai atrás da informação e diz ao leitor como as coisas são, para ser o sujeito que gerencia e harmoniza as informações que chegam até eles através dos próprios leitores.

O capítulo seguinte será dedicado a análise da credibilidade no jornalismo colaborativo, com base nos preceitos teóricos que foram apresentados até aqui e nos que serão discutidos adiante, como Web 2.0, wiki-jornalismo, e os próprios embates teóricos, com visões heterogêneas, acerca da colaboratividade.

---

<sup>10</sup>Fonte: <http://www.slideshare.net/ambrambilla/keynote-jornalismo-colaborativo-aula-famecos>.

### **3. Credibilidade no jornalismo colaborativo**

Este capítulo tem como objetivo fazer uma análise das implicações do jornalismo colaborativo na credibilidade, uma qualidade tão valorizada na profissão. O capítulo está dividido da seguinte maneira: primeiro será apresentada a metodologia de pesquisa, logo em seguida, serão debatidas as ideias de colaboração na web 2.0. Depois disso, será feito diálogo com o conceito de wiki-jornalismo, para então entrar na seção específica sobre colaboratividade, na qual serão debatidos fatores que impulsionaram o jornalismo colaborativo no Brasil, os fatores que o legitimam e, em seguida, a influência desse novo formato nos conteúdos produzidos.

Na sequência, virá a seção sobre credibilidade no jornalismo colaborativo, serão debatidos ainda os desafios para manter o tão estimado preceito da credibilidade no jornalismo e como os profissionais terão de aprender novas formas de lidar com seu público para construir notícias de forma colaborativa.

Este capítulo também é reservado ao diálogo com as principais correntes que criticam o jornalismo colaborativo, como os escritos do autor, Andrew Keen, o qual classifica esse modelo como focado na transmissão de boatos e fato inverídicos como se fossem notícias verdadeiras.

#### ***3.1 Metodologia de pesquisa***

Este trabalho usa como metodologia a pesquisa em livros e periódicos científicos impressos, e na internet. Na análise do objeto são usados os conceitos discutidos nos dois primeiros capítulos e novos conceitos a serem discutidos no terceiro capítulo. Serão contrapostas visões plurais de diferentes autores, selecionados dentre uma bibliografia consultada relativamente ampla.

Nunca será possível, estudar todos os escritos produzidos sobre uma área de conhecimento tão vasta como a que foi escolhida para trabalhar, nem tampouco isso é necessário, pois a filtragem daquilo que será lido e servirá como base teórica para este trabalho, bem como a decisão do que não deve ser usado é parte importante da pesquisa bibliográfica.

A identificação dos pares também é um processo importante da pesquisa, pois nos

permite o conhecimento de trabalhos precursores ao nosso, bem como os polos universitários que produzem trabalhos em nossa área ou que mantêm grupos de pesquisa na mesma linha que a nossa.

### **3.2 Colaboração na internet: web 2.0 e Wikipédia**

O termo Web 2.0 é associado a Tim O'Reilly e foi usado pela primeira vez em 2004 através da O'Reilly Media para designar a segunda geração de comunidades e serviços tendo a “Web como plataforma”. Trata-se um ambiente on-line dinâmico onde, dentre outras funcionalidades, os usuários colaboram para a organização de conteúdo.

A Web 2.0 traz consigo conceitos de colaboratividade, de participação e de integração de conteúdo. Um exemplo dessa integração é a página do Yahoo!, a qual comporta webmail, notícias, bate-papo, ferramentas de busca, listas dos assuntos mais pesquisados, anúncios publicitários e links para outros sites de interesse do usuário. Em contraposição, para alguns, a divulgação em torno da Web 2.0 não passa de uma estratégia de *marketing*, pelo fato de a Internet sempre ter apresentado interatividade. Assim, o aumento dessa característica é algo natural, à medida que aumenta a quantidade de usuários e o desenvolvimento dos softwares.

A respeito da participação, no sentido mais ativo da palavra, o exemplo mais conhecido é a Wikipedia, enciclopédia online escrita e editada pelos próprios usuários. A tipologia dos três diferentes formatos de hipertextos foi desenvolvida por Primo (2002) da seguinte maneira:

- a) hipertexto potencial, onde os caminhos e movimentos possíveis do internauta já são previstos;
- b) hipertexto cooperativo, no qual todos os envolvidos compartilham da criação do texto comum, à medida que exercem e recebem impacto do grupo, do relacionamento que constroem e do próprio produto criativo em andamento e
- c) hipertexto colagem, o qual também exige atividade coletiva, porém com a necessidade de administração, onde uma pequena equipe de editores pode decidir o que será publicado e o que será cortado do texto.

O sistema wiki, especificamente falando da Wikipédia, se encaixa, portanto, no tipo de hipertexto cooperativo. Nesse modelo, o processo é feito em conjunto para obter um resultado em comum, que deve ser alcançado de acordo com as deliberações do grupo. Segundo Primo, nesse modelo, todos os colaboradores têm direito a escrever e reescrever qualquer texto. Podemos dizer que trata-se atualmente das mais ampla e abrangente tentativa de redação

cooperada existente.

Lançada em 2001 por Jimmy Wales e Larry Sanger, a Wikipédia possui atualmente cerca de 19 milhões de artigos em mais de 280 idiomas. De acordo com o próprio artigo de autodefinição da Wikipédia (2011), a enciclopédia Wiki tem a pretensão de criar um resumo de todo o conhecimento humano acumulado na forma de artigos.

Poderíamos dizer que um dos maiores avanços da Wikipédia é a agilidade, graças ao sistema wiki (palavra que significa “rápido” num dialeto havaiano), em que os colaboradores podem editar a página e publicar modificações instantaneamente, sem precisar usar a linguagem HTML, como se fosse um simples editor de texto. Além disso, o espaço em disco praticamente infinito permite que milhares de artigos possam ser adicionados todos os meses.

Quanto ao incentivo em discutir e debater os assuntos abordados na enciclopédia, os membros da comunidade geralmente interagem uns com os outros através das páginas de “discussão”, que são páginas wiki-editáveis, associadas com os artigos, bem como através de páginas de discussão que são específicas para editores em particular e páginas de discussão que ajudam a gerir o site. De acordo com a Wikipédia, essas páginas ajudam os contribuintes a chegarem a um consenso sobre o que o conteúdo dos artigos deve constar, sobre quais regras do site podem mudar e tomar medidas com relação a qualquer problema dentro da comunidade.

Recuero e Primo (2003) reconhecem que a Wikipédia não se trata apenas de uma ferramenta de indexação e formatação, mas da criação de um espaço de debate e sintetização de textos.

O papel do interagente não é apenas de um bibliotecário, mas verdadeiramente de um autor, no sentido mais estrito da palavra. Nesse sentido, a Wikipédia é mais do que a oferta de informações. É também um convite ao trabalho social de construção do conhecimento. Enquanto o uso de uma enciclopédia convencional supõe a consulta de informações que se tornam datadas no momento de sua publicação, e cujos volumes (com seus textos e interconexões codificados de forma perene) repousam imutáveis na estante, a Wikipédia abre suas páginas para a atualização constante e o debate contínuo sobre os escritos disponíveis. (PRIMO e RECUERO, 2003, p.10)

Por outro lado, os críticos da enciclopédia acusam-na de manter inconsistências e de dar peso excessivo à cultura popular, em detrimento do conhecimento científico. Podemos dizer também, que em determinado nível, a Wikipédia pressupõe o consenso como única alternativa para se chegar ao conhecimento. Apesar de o conhecimento gerado ali ter origens no debate, como já mencionado, quem vence é sempre o consenso, não havendo espaço para todas as visões divergente acerca de um mesmo assunto serem publicadas.

A confiabilidade e precisão também são alvo de críticas. Segundo a própria Wikipédia, “Outras críticas apontam a sua suscetibilidade ao vandalismo e à adição de informações falsas [...], no entanto, trabalhos acadêmicos sugerem que os vandalismos são geralmente de curta duração”.

### 3.3 O Wiki-jornalista

Como mencionado anteriormente, Wiki remete-se à noção de algo planejado, construído e corrigido coletivamente (e rapidamente, obedecendo a etimologia do termo). O wiki-jornalismo propõe que o jornalista colaborador possa participar de todos os processos da notícia, desde a formulação da pauta, passando pela apuração do fato, coleta de dados, entrevistas, redação, edição e publicação do material. Além disso, ele pode pegar uma reportagem escrita e modificá-la a qualquer tempo. A atualização das informações devem ser, portanto, contínuas e abertas.

O problema disso tudo é que, além de sofrer as mesmas críticas mencionadas sobre a Wikipédia (2012) (falhas de credibilidade, amadorismo, etc.), a notícia nunca teria um fim, pelo contrário, estaria sempre disponível para ser editada ao bel prazer de alguém. Bambrilla, comparando o wiki-jornalismo a um software de fonte aberta, explica que:

Outro aspecto que diferencia substancialmente o jornalismo da engenharia de software é o caráter beta no qual um programa de computador pode amparar-se na justificativa de que ainda não está completamente pronto ou possui erros aceitáveis. Uma notícia, porém, jamais será beta. Uma vez publicada, a notícia ganha reconhecimento público e influencia no curso da sociedade muitas vezes de modo irreversível. Isso significa: ainda que os erros na notícia em *jornalismo open source* sejam como os *bugs* no que toca à fácil correção, a justificativa de um erro não é tão facilmente aceita na notícia como no software. Por outro lado, se as notícias [...] podem ser ditadas a qualquer momento por qualquer pessoa, isso se aproxima a afirmar que, neste noticiário, as notícias sempre são beta, ou seja, nunca estarão definitivamente prontas. Daí despertam questões inevitáveis como o grau de confiabilidade que se pode depositar em versões beta, tanto de software quanto de notícias. (BAMBRILLA, 2006)

No jornalismo *open source* (aqui, usado como sinônimo para o modelo wiki), a produção do noticiário passa por inúmeras mãos, desde a concepção da pauta até sua fruição. A notícia *open source* não é um fim em si mesma, mas o ponto de partida para uma discussão que se estenderá conforme o interesse da comunidade de interagentes (Brambilla, 2005).

### **3.4 A colaboratividade no jornalismo**

A internet foi o primeiro meio a dar efetivamente voz à audiência, que, inclusive, parece ter aprovado tal horizontalização do processo comunicativo. Nos últimos 10 anos, o receptor passou a se apropriar e criar novos conteúdos; inclusive matérias jornalísticas. Esse tipo de comunicação abre a possibilidade de interferência e colaboração entre os pequenos produtores, o qual Bambrilla compara como se fosse num bazar<sup>11</sup>.

De acordo com Primo e Träsel (2006), os fatores que impulsionaram o desenvolvimento do webjornalismo participativo foram, principalmente, o maior acesso à internet, interfaces simplificadas para publicação e cooperação online, a popularização e miniaturização de câmeras digitais e celulares, e a insatisfação com os veículos jornalísticos tradicionais. Tal visão propõe que o conhecimento seja visto não como mercadoria, mas como bem coletivo, devendo ser compartilhado. Efeitos desse processo refletem no jornalismo tradicional e na qualidade dos materiais produzidos, como apresentaremos mais adiante.

Entretanto, ao tratar do tópico “interatividade”, na seção 2.8.6, entre as características do webjornalismo, foi mencionado que a interação do público não é algo exatamente novo no jornalismo, mas a internet potencializou o aumento e a intensificação da participação da audiência.

Grandes jornais impressos como o Zero Hora, do grupo RBS, no Rio Grande do Sul, já desenvolviam estratégias de transformação do leitor comum em personagem de notícia, bem como, os espaços tradicionais de manifestação no jornal, como cartas e telefonemas, conselho de leitores, canais para sugestão de pauta e pesquisas de opinião pública para citar alguns exemplos.

Novas práticas de aproximação do jornal com o leitor passaram a se somar às iniciativas tradicionais, inclusive os profissionais das redações passam a receber capacitação para tal. Felippi (2007) afirma que essas novas configurações do campo da produção e da recepção tecem “novas conexões entre instâncias até pouco tempo entendidas como pertencentes a polos distintos de um processo visto como linear e quase sem interferências ‘externas’”.

O jornal é feito para o leitor e não para jornalistas ou fontes. Saber ouvir o leitor e interpretar suas demandas, dar retorno e deixá-lo sentir que o jornal é seu é fundamental para a sobrevivência do jornal. Além disso, há uma forte tendência mundial em qualquer mídia de participação do público. As pessoas querem opinar, querem interagir, interferir ou mesmo fazer o jornal (a TV, o blog, o conteúdo para

<sup>11</sup>Eric Steven Raymond (2000) analisa as relações hierárquicas na comunicação através da web.. Os modelos de estrutura rizomática e horizontal, onde todos tem poder de serem emissores ele chamou de “bazar”. Já aos modelos verticais rigidamente hierarquizados, deu o nome de “catedral”.

celular, etc.). Os meios de comunicação não podem mais operar numa via de uma só mão (do veículo para o público). É preciso estimular a segunda mão, do público para o veículo. (GLEICH, 2006 *apud* FELIPPI 2007)

Quando grandes sites de notícias criaram seus endereços online, a capacidade de interação inerente à web estimulou um movimento inédito na produção de notícias, onde a audiência pode contribuir com o conteúdo disponível.

O jornalismo colaborativo se constitui como forma de produção jornalística e como conceito de pesquisa. Träsel (*apud* SCHMIDT 2009), caracteriza essa modalidade como qualquer material enviado pelo público, em uma interação com a grande mídia. Para Brambilla (*apud* SCHMIDT 2009), o caráter colaborativo estende-se como um elemento do webjornalismo.

A conceituação de Primo e Träsel (2006) diz que o jornalismo colaborativo pode ser definido como “práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na Web, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe”.

A produção livre e colaborativa, segundo Lévy e Lemos (2010), aumenta as possibilidades para obter informações a partir das mais diversas fontes, dando ao cidadão a capacidade crítica de escolhas até então impossíveis com as tecnologias analógicas ou os meios de comunicação de massa. Com esse aumento na produção e distribuição livre de informação, o espaço de comunicação teria sofrido uma mutação que representaria um salto na inteligência coletiva.

### **3.5 A forma influencia os conteúdos**

Para Canavillas (2001), “No webjornalismo a notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria. Deve funcionar apenas como ‘o tiro de partida’ para uma discussão com os leitores”

No Jornalismo Colaborativo, a estrutura sobre a qual é construída a notícia pode variar: em vários casos, o *lead* e a pirâmide invertida, primordiais no jornalismo tradicional, são esquecidos. Evitado e por vezes repudiado nas redações, o relato em primeira pessoa é aceito sob o modelo colaborativo.

A liberdade de participação na construção dos bens de informação se compara à colaboração no desenvolvimento de softwares de fonte aberta (daí o jornalismo open source). Como afirma Bambrilla (2005), a informação é livre para ser apropriada, lida, distribuída e

referenciada para qualquer propósito; ser aperfeiçoada ou comentada de acordo com visões particulares que possam enriquecer os relatos (e para isso o acesso a ferramentas de publicação é fundamental), produzida de modo irrestrito por diferentes pessoas, com diferentes objetivos, de modo que possa auxiliar a compreensão de um fato pela sociedade.

A partir dessa concepção, pode-se sugerir que o conteúdo do jornalismo colaborativo pode ser totalmente aberto, como no modelo wiki, mas o fazer jornalismo não. Pessoas de diferentes locais, níveis de conhecimento podem sugerir pauta, enviar fotos para as redações, fornecer seus pontos de vista etc., assim como preza a heterogeneidade do jornalismo colaborativo. Porém, a prática da profissão, suas técnicas e particularidades, seus preceitos éticos devem ser resguardados a um profissional competente. Como afirma, Bambrilla em seu blog pessoal: “Tomar o conceito open source ou wiki ao pé da letra e aplicá-lo a um conteúdo editorial é o mesmo que matar o jornalismo.”

### **3.6 Colaboração e credibilidade**

Um dos fatores que legitimam a interação do público com a produção de notícias é que ele teria *a priori* mais conhecimento<sup>12</sup> sobre seu próprio cotidiano do que qualquer jornalista. Mas isso pode ser visto mais como oportunidade de colaboração do que ameaça à profissão. Este cenário conflita com a tradicional produção de notícias por uma empresa jornalística, cujos produtos são exclusivamente fruto do trabalho de uma equipe de profissionais reclusos em uma redação ou com contato restrito às fontes – especialmente as oficiais.

O Jornalismo colaborativo permite diversos olhares sobre um mesmo assunto, mas isso não garante que seja livre de inverdades, uma vez que é produzido por seres humanos passíveis ao erro, da mesma forma que os profissionais. A diferença é que aqui o erro pode ser instantaneamente corrigido. Por exemplo, se uma revista mensal publica uma informação errônea, os leitores esperam até o mês seguinte para que a retificação seja publicada, ou podem nem chegar a vê-la, já que o espaço cedido para as erratas no jornalismo impresso é pequeno. Isso pode provocar efeitos prolongados no desenrolar daquela mensagem incorreta. No caso do webjornalismo participativo, uma mensagem polêmica, tendenciosa ou até mesmo falsa, pode receber centenas de mensagens criticando-a ou corrigindo-a. E com a possibilidade de escrita hipertextual, as respostas nos fóruns podem trazer links para outras fontes na web, que aperfeiçoam o tema em discussão. O que diferencia o jornalismo participativo é a descentralização do processo de correção de informações erradas (Primo e

<sup>12</sup>Aqui usamos o termo conhecimento apenas no sentido de se dar conta daquilo que ocorre a própria volta. Não queremos com isso, generalizar a ponto de dizer que todo e qualquer cidadão é dotado de senso crítico e alto grau de discernimento para analisar fatos complexos do cotidiano.

Träsel, 2006).

O jornalismo colaborativo é entendido por Gillmor (apud BAMBRILLA, 2005) como o noticiário produzido *para* as pessoas e *pelas* pessoas. Esse modelo difere do desgastado modelo massivo de imprensa e legitima o público como autor de uma mensagem cada vez mais heterogênea e plural, tal como o jornalismo deve ser.

Nós é que dizíamos como as coisas se tinham passado. O cidadão comprava, ou não comprava. Podia até escrever-nos uma carta, que decidíamos se publicávamos ou não. [...] Era um mundo que levava à autossatisfação e à arrogância da nossa parte. (Gillmor, 2004 apud. BAMBRILLA, 2005, p. 15 )

No Brasil, ainda existem falhas que desaceleram o desenvolvimento do webjornalismo cidadão, as principais delas são a baixa taxa de atualização dos conteúdos, a falta de incentivos financeiros aos colaboradores, publicação de conteúdo requentado e participação dos internautas como coadjuvantes no processo de construção da notícia.

### **3.7 A crítica ao culto ao amadorismo**

Uma das mais conhecidas obras que vê a atividade do jornalismo colaborativo como nociva é o livro de Andrew Keen, *The cult of the amateur* (no Brasil: “O Culto do Amador – como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo a nossa economia”), publicado em 2009. O jornalista britânico critica o que chama de atual supervalorização do trabalho de amadores em detrimento do trabalho realizado por profissionais em todas as áreas da economia.

De uma maneira crítica e até pessimista, Keen avalia o jornalismo colaborativo, por ele nomeado de jornalismo-cidadão como inábil, despreparado, além de muitas vezes não remunerado e desconhecido. O predicativo se estende também aos blogueiros, comentaristas e críticos amadores da web. O autor descreve o jornalista amador como parte de um “exército de escritores de pijama” que não tem como função a transmissão de informação, mas a disseminação de boatos e assuntos sensacionalistas ou sem fundamento.

Os jornalistas cidadãos, não tendo nenhum aprendizado formal ou expertise, oferecem opinião como fato, boato, como reportagem e palpite como informação. (...) A simples posse de um computador e de uma conexão com a internet não transforma uma pessoa num bom jornalista, assim como o acesso a uma cozinha não faz de ninguém um bom cozinheiro. (KEEN 2009)

Ele ironiza dizendo que na blogosfera, para cada um publicar o próprio jornalismo é grátis, não se exige esforço e se está a salvo das restrições “irritantes” da ética. Produzir,

apurar, editar e distribuir notícias no modelo atual requer meios dos quais nem sempre os jornalistas-cidadãos dispõem. O autor cita o exemplo de que o CEO (diretor executivo) de uma empresa pode facilmente recusar colaborar com um cidadão médio, mas que “seria tolo caso se recusasse a atender um telefonema de um repórter ou editor do Wall Street Journal, em busca de um comentário ou de uma notícia extraordinária”.

Em outras palavras, os jornalistas não profissionais talvez não têm o mesmo acesso que jornalistas profissionais a fontes-chave de informações noticiosas como a polícia, autoridades, membros dos três poderes, políticos e as assessorias de imprensa.

Keen também critica que os jornalistas-cidadãos dificilmente são responsabilizados por aquilo que publica. O autor afirma que jornalistas-cidadãos que atuam em blogs por exemplo, não vão para a cadeia por cometerem crimes contra a honra.

Jurgen Habermas (2006) afirma que o uso da internet tem tanto ampliado como fragmentado os contextos da comunicação. Esse seria o motivo de a internet poder ter um efeito subversivo na vida intelectual e também em regimes políticos autoritários. Mas, ao mesmo tempo, segundo Habermas, essa reticulação horizontal dos canais de comunicação enfraquece as conquistas da mídia tradicional. Ela faz com que, em qualquer momento, a atenção do público anônimo e disperso esteja focada em selecionar tópicos e informações, permitindo que cidadãos se concentrem nos mesmos assuntos já criticamente filtrados. Habermas diz que: “O preço a se pagar pelo crescimento do igualitarismo oferecido pela internet é o acesso descentralizado a matérias não editadas. Nesse meio, as contribuições dos intelectuais perdem o poder de criar um foco”.

Keen concorda com a visão de Habermas e explica que, com o jornalismo colaborativo, o leitor online ingênuo não tem mais um profissional para ajudar a distinguir, por exemplo, o que Habermas escreve do discurso retórico de "alguma pobre alma sem instrução das profundezas da blogosfera". Segundo Keen, essa é a primeira distopia do século 21: "o pesadelo 2.0", que para ele, traduz-se como a crescente ameaça real de uma mídia achatada e democratizada radicalmente.

Quanto à inteligência coletiva, Keen diz que ela ameaça justamente à “individualidade intelectual”. O autor menciona o teorema do macaco infinito, proposto pelo biólogo evolucionista do século XIX T. H. Huxley. Segundo o teorema, se fosse oferecido um número infinito de máquinas de escrever a um número infinito de macacos, em algum momento, um dos primatas faria uma obra prima, como uma peça de Shakespeare, por exemplo. Keen rebate essa ideia, dizendo que os milhões de internautas que publicam informações amadoras nas web, usando não mais máquinas de escrever, mas computadores conectados, não produzem

obra-prima, mas uma “floresta de mediocridade”.

[...] os macacos amadores de hoje podem usar seus computadores conectados em rede para publicar qualquer coisa, de comentários políticos mal informados à vídeos caseiros de mal gosto, passando por música embarçosamente mal-acabada e poemas, críticas, romances e ensaios ilegíveis. No cerne desse experimento de autopublicação por uma infinidade de macacos está o diário na internet, o onipresente blog [...]. Estamos blogando com um des pudor simiesco sobre nossas vidas privadas, nossas vidas sexuais, nossas vidas oníricas, nossa falta de vida, nossas Second Lives. (Keen 2009)

Para Pierre Lévy (1999), o crescimento do ciberespaço não determina automaticamente o desenvolvimento da inteligência coletiva, mas forneceria a ela um ambiente propício para se fortalecer. Lévy chega a mencionar o termo bobagem coletiva para nomear o aumento na quantidade de rumores na web, além do acúmulo de dados “sem qualquer informação”.

Para Keen (2009), os amadores se orgulham de sua atividade e se consideram “matadores” das mídias gigantes. Seja pela forma irreverente com que muitos escrevem ou pelo fato de não estarem ligados a grupos econômicos, muitos deles dizem acreditar que produzem um jornalismo mais fiel à verdade do que um veículo renomado.

### ***3.7.1 A colaboratividade no jornalismo ajuda mesmo a contribuir com a cidadania?***

Outra crítica que consideramos pertinente é que a participação à qual o leitor é convidado pelo jornal não deixa de ser uma relação mediada por forças, onde o veículo de comunicação possui poder desproporcionalmente maior que o leitor. O fato de o jornal controlar essa relação pode, segundo autores como Felippi (2007), talvez, pouco servir para a construção da cidadania de quem responde ao jornal.

Ainda que determinado tema ou abordagem seja sugerida por um leitor, ou mesmo que ele participe da produção da notícia, ou seja personagem dela, isso não muda o fato de que ele é apenas um dos participantes daquele processo, uma parte do todo. O outro, no caso, o jornal, através do jornalista, por mais que elabore estratégias para que o colaborador seja o protagonista, não deixará de fazer apropriações, que demonstrarão claramente a interferência do veículo na construção daquela notícia. O jornal deverá, por exemplo, adaptar as palavras do colaborador ao espaço disponível, bem como a norma jornalística de escrita e à norma estabelecida pelo veículo, deve ser garantida que aquela notícia esteja de acordo com os princípios editoriais do veículo, bem como não fira seus interesses comerciais. O enfoque também pode variar em relação àquilo que o colaborador julgou mais importante, ficando a

cargo de repórteres e editores, sob a justificativa de que a notícia deve ser feita baseada no interesse do maior número de leitores e não apenas no do leitor-colaborador.

## Considerações finais

Este trabalho apresentou algumas visões de como o jornalismo mudou com o aumento da participação do público na internet e de que formas essa participação se reflete em um dos pontos mais importantes da profissão, a credibilidade. Apesar da tensão que existe entre os que defendem a colaboratividade e os que afirmam que ela prejudica a credibilidade, é importante salientar que, se o jornalismo colaborativo for gerido de forma responsável por um profissional, a credibilidade e a participação do leitor podem coexistir, sem grandes problemas para a prática da profissão. A colaboratividade não veio para acabar com a credibilidade, mas para pluralizar o jornalismo e aproximar os processos de emissão e recepção, de maneira que contribua com a descentralização da informação.

Uma mídia aberta à colaboratividade não apenas ajuda a revolucionar o modelo de comunicação, o qual foi, por muito tempo, tido como solidificado, sendo calcado no modelo em que o emissor falava para muitos receptores e o contrário não era possível, mas também aproxima os veículos de comunicação das necessidades de seu público.

Mais um diferencial em relação ao aumento da participação do público é que ele pode se sentir mais incentivado a definir novos padrões de credibilidade, inclusive será dele a responsabilidade de filtrar as informações de relevância, no que Pierre Lévy (2002) classifica como um dilúvio de informações publicadas na rede.

Assim, segundo Castilho (2005), os parâmetros da credibilidade eram, até agora, dados pelas empresas jornalísticas que assumiam funções parecidas às de uma franquia de serviços informativos outorgada pelo Estado, considerado o grande fiador, ou franqueador, da confiança pública. Entretanto, com o surgimento da colaboratividade, um novo paradigma pode ultrapassar argumentos corporativistas.

A discussão sobre a credibilidade no jornalismo, com o advento da colaboratividade não chegou a um consenso no meio acadêmico e não parece estar próxima de ser esgotada. Como apresentado no capítulo 3, autores que defendem a colaboração do internauta, como Ana Brambilla e Dan Gillmor, enfatizam que quanto mais pessoas comentando e participando da construção da notícia, mais rápido as incorreções serão apontadas e mais rapidamente serão corrigidas. Já opositores, como Andrew Keen, chegam a parecer um pouco apocalípticos e afirmam, com veemência que a colaboratividade está matando o jornalismo.

De fato, existe sim, a possibilidade de caminharmos para uma imprensa completamente irresponsável, que publicaria qualquer coisa, sem ao menos checar a veracidade dos fatos, mas caso essa situação extrema algum dia aconteça, o leitor deve ser a

última pessoa a ser responsabilizada. Redes sociais e blogs já lidam com a realidade da enorme divulgação de notícias inverídicas na internet. Os blogs, principalmente, fazem parte do grupo das “ameaças”, que, segundo Keen, podem destruir o jornalismo como o conhecemos hoje.

Contudo, é importante salientar que os níveis de colaboratividade jornalística tratados neste trabalho dão conta de que a responsabilidade final por tudo que é publicado em portais de notícias, revistas online e outros veículos cuja participação do público é moderada, é de responsabilidade dos jornalistas e demais profissionais com poder de decisão editorial dentro daquele determinado veículo.

É pouco provável que os grandes meios de comunicação deixem a própria credibilidade se abater com tanta facilidade, pois ela é ferramenta de *status* e, por consequência, usada como maneira de formatar um padrão de qualidade dentro do mercado jornalístico, o que atrai maior quantidade de leitores, espectadores, ouvintes e internautas, e portanto, potencializa também mais anunciantes. A menos que os leitores passem a apreciar a leitura de histórias inverídicas, realidades montadas e fatos irrelevantes, é pouco provável que os veículos deixem a credibilidade jornalística de lado.

Isso não significa o fim da colaboratividade nos grandes veículos jornalísticos, apenas indica que ela deverá seguir um ou mais de um dos seguintes caminhos propostos, o que já acontece na maioria dos portais de notícia: a) ser acompanhada por um jornalista profissional, o qual será responsável pela apuração, redação e pela questões éticas daquela notícia, dando ao colaborador, a função de apenas, como diz o nome, colaborar com a notícia, seja sugerindo o tema, ajudando no fornecimento de informações, como fonte ou personagem; b) ser liberada de acompanhamento profissional durante a execução da pauta e da redação, mas que o produto final passe pelo crivo de um jornalista que apenas checaria a veracidade das informações, sem modificá-las e publicaria em uma seção especial ou numa seção comum, porém devidamente sinalizada como “colaboração do leitor”, c) a opção menos recomendada, publicá-la sem checagem dos fatos por um jornalista profissional, porém numa seção onde fique claramente identificado que as matérias ali publicadas foram escritas por leitores, e que, não foram checadas por um profissional daquele jornal. Essa última opção é mais democrática, no sentido de não haver moderação, mas corre grande risco de confundir o leitor médio, o qual pode não saber se está lendo uma reportagem publicada por um profissional, estando, em tese, garantidos os critérios de apuração ou uma colaboração não verificada por jornalista. Caso, essa dubiedade ocorra, os prejuízos podem ser imensuráveis para a credibilidade do veículo.

Quanto aos sites de notícia não moderados por jornalistas, os que funcionam no modelo semelhante ao da Wikipédia, onde cada um pode acrescentar informação, editar conteúdo produzido por terceiros, contando com um número praticamente infinito de colaboradores, onde as informações são baseadas no consenso, pode-se dizer um nicho no mercado está reservado para eles. Esses sites são, da mesma maneira que os blogs, um exemplo prático de como a produção de informação pode deixar de ser concentrada sob domínio de poucos e passar para as mãos de muitos. Entretanto, os sites de notícias com fonte aberta para livre edição e livre colaboração não são usados (e, provavelmente, não deverão ser) como modelos de colaboratividade para os grandes veículos de comunicação online no Brasil, pelo motivo principal já citado, a credibilidade. Segundo muitos dos opositores a este modelo, a credibilidade nesses sites pode ser facilmente posta à prova.

Existem inúmeros desafios para se fazer jornalismo colaborativo de qualidade no Brasil, como a sensibilização das pessoas para a produção de conteúdos e para a participação da construção da notícia que consomem. Além disso, mesmo com os aumentos recentes na penetração da internet no Brasil, cerca de 47% dos brasileiros nunca usaram a internet na vida, como citado na seção 2.3. A penetração da banda larga, mesmo crescente, está aquém do esperado no Brasil. Esse fator pode influenciar não só na possibilidade de o internauta não enviar conteúdos mais completos, como vídeos e fotos em alta resolução, como também desmotiva qualquer tipo de participação. O internauta provavelmente não terá interesse em perder tempo enviando colaborações, se a sua conexão é demasiada lenta.

Por outro lado, como citado na seção 2.7, dos outros 53% de brasileiros que já tiveram contato com a internet, 69% têm conexão em casa, o que já é um dado mais animador, porém pouco útil para o jornalismo colaborativo se o internauta brasileiro não tiver o hábito de interagir com a produção de conteúdo. Caso não haja grande interesse do internauta, a tecnologia disponível fica sem funcionalidade.

O profissional jornalista deve estar atento às demandas do público, deve saber selecionar dentre as diversas sugestões de colaboração que chegam à redação aquelas que se possuem alta noticiabilidade e que são de relevante interesse público. O jornalista dos veículos onde as ferramentas de colaboratividade são mediadas por jornalistas, deve ser ainda mais responsável e cauteloso no processo de apuração, deve verificar se há interesses por trás de determinada colaboração, tomar cuidado com denúncias anônimas, mas também ser prudente e preservar o anonimato da fonte, quando esta se encontrar em posição de risco, por exemplo. São procedimentos que não fogem muito das recomendações normais da profissão, mas que são mais fáceis de serem esquecidas, seja pela agilidade com que a informação deve

ser publicada na web para conseguir mais cliques, pela quantidade de colaborações recebidas, ou mesmo por um sentimento de generosidade do jornalista que, na intenção, de ajudar seu leitor, acaba caindo numa “pegadinha”, de uma notícia vendida como “extraordinária”, mas que não passava de uma “barrigada”, como se diz, no jargão da profissão, um erro de apuração.

É imprescindível que o jornalista de web esteja aberto a ouvir o que público tem a dizer, e usar isso como uma maneira de medir o interesse do internauta e como ferramenta para guiar seu trabalho. É preciso ainda ter bons conhecimentos em redes sociais, pois nelas, o internautas não apenas disseminam conteúdos com potencialidade para virar notícia, como também podem comentar as notícias que leem, sem a moderação do jornal (caso ele esteja postando o conteúdo no próprio perfil, e não na página do jornal, a qual é possível de ser moderada), podendo também contribuir com a difusão da informação que ele mesmo enquanto leitor-colaborador ajudou a construir. É interessante que o jornalista incentive o leitor a interagir também nas redes sociais. Isso pode ser feito, com perguntas do tipo “Qual a sua opinião sobre o assunto?”, após a postagem do link para uma matéria nas redes sociais.

Quanto à empresa jornalística, é dela a maior responsabilidade de incentivar a colaboração dos leitores, além do desenvolvimento de interfaces de fácil usabilidade para eles compartilharem suas sugestões de notícias com a redação. A empresa deve fornecer treinamento para que os profissionais da redação possam gerir com qualidade a informação extraída através do jornalismo colaborativo.

Um tema interessante a ser desenvolvido num futuro trabalho é uma análise de quais são os principais assuntos que os colaboradores costumam sugerir. Serviços públicos, segurança, entretenimento... Qual serão os temas que mais motivam a sociedade a se interessar em participar da cobertura jornalística? Quais serão as modalidades de participação mais usadas, um vídeo com um flagrante, denúncias anônimas, fotos curiosas...?

O motivo da escolha das pautas também pode fornecer uma boa pesquisa. Será que ele parte de um pensamento voltado para o bem comum da sociedade ou os colaboradores optam por temas que estão imediatamente ao seu redor, como um buraco numa rua próxima de casa, ou um posto de saúde na própria vizinhança que não funciona ou mesmo falta de abastecimento de água em casa, devido a um problema na companhia abastecedora, para citar alguns exemplos. Como apresentado na seção 3.7, em geral, o público se dá conta das próprias demandas antes que os jornalistas na redação, portanto seria natural que a maioria das pautas surgisse de situações do convívio individual do leitor-colaborador. Mas será que não é o caso de o interesse privado estar se sobrepondo ao pensamento coletivo na motivação

da colaboratividade?

Na seção 2.9, foram expostas as perspectivas de que a mídia teria a função de aumentar os espaços de prestação de serviços aglutinando, assim, a responsabilidade de garantir determinados direitos ao cidadão. Talvez, pelo fato de muitas pessoas supervalorizarem essa perspectiva, elas podem acabar vendo o jornalismo colaborativo como apenas um meio para ter acesso a alguns direitos de cidadão e não como uma maneira de informar a sociedade sobre fatos do cotidiano. É outro tema que pode ser investigado a fundo em um trabalho futuro.

Uma última sugestão pertinente é procurar respostas à pergunta: Os colaboradores deveriam receber dinheiro pelo que fazem? Os defensores de uma remuneração ou gratificação podem dizer, por exemplo, que o fato de o internauta dedicar um tempo para produzir conteúdo para o jornal o faz merecer receber algum dinheiro em troca, caso contrário, a colaboratividade gratuita, se alcançasse grande escala no futuro, poderia fazer com que empresas contratasse menos profissionais e lucrassem mais rapidamente.

Já os que se posicionassem contra poderiam afirmar que a responsabilidade final, inclusive jurídica, sobre o que é publicado é do jornalista. Se ele arcará com as consequências, o pagamento deve ser exclusivo dele. Outras diversas perspectivas podem surgir de um estudo aprofundado dessa questão polêmica.

## Referências bibliográficas

- AZEREDO SOSTER, Demétrio de. Credibilidade jornalística, conceito em transição. Unisc. 2005
- BELOCHIO, Vivian. O movimento Pro-Am e a prática da colaboração nos meios informativos: especificidades do jornalismo informativo em redes digitais. In: Simpósio Nacional ABCiber. Disponível em: [http://www.abciber.com.br/simpósio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/5\\_jornalismo/eixo5\\_art29.pdf](http://www.abciber.com.br/simpósio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/5_jornalismo/eixo5_art29.pdf)
- BRAMBILLA, Ana Maria. Jornalismo open source em busca de credibilidade. In: Intercom 2005 – XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO INTERDISCIPLINAR DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 09, 2005, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro, 2005.
- BRAMBILLA, Ana. Jornalismo Colaborativo. In: Para Entender a Internet, 2009.
- BRUNS, Axel. Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy: quarterly journal of media research and resources*, 107, pp. 31-44. 2003
- BRUNS, Axel. Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em Tempo Real: novos desafios para o Jornalismo. Universidade Tecnológica de Queensland. 2011
- CASTILHO, Carlos. Todos em busca da credibilidade. Observatório da Imprensa. 18 de janeiro de 2005. Disponível em: [http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/todos\\_em\\_busca\\_de\\_credibilidade](http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/todos_em_busca_de_credibilidade). Último acesso em setembro de 2012.
- COUTINHO, Iluska. O conceito de verdade e sua utilização no jornalismo. Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional São Bernardo. 2004
- COUTINHO, Iluska Maria da Silva., OLIVEIRA, Livia Fernandes de., MATA, Jhonatan. A verdade como conceito e construção nas narrativas do Telejornalismo. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. 2011
- CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS. Vitória. 2007
- CORREIA, João Carlos. Análise da relação entre discurso jornalístico, o conhecimento e a política. In: Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação 6-8 de setembro 2007
- DOURADO, Mariana. A Esfera Pública no Jornalismo Cidadão Online refletindo a reconfiguração do conceito de esfera pública de Habermas nas práticas colaborativas da notícia. Disponível em: <https://bocc.ufp.pt/pag/bocc-jornalismo-mariana.pdf>. Último acesso em setembro de 2012
- FAMECOS/PUCRS. Jornalismo colaborativo. (apresentação de slides). 2009/1. Disponível em: <http://www.slideshare.net/ambrambilla/keynote-jornalismo-colaborativo-aula-famecos>. Último acesso em setembro de 2012
- FELIPPI, Ângela C. T. Zero Hora e o “localismo” como critério de escolha das notícias. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007
- FOLHA ONLINE - Entenda o que é a Web 2.0. Notícia publicada em 10/06/2006 – 10h11. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20173.shtml>
- FRAGOSO, Suely., RECUERO, Raquel., AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- GABRECHT, Ana Penha., VENTURA DA SILVA, Gilvan. Homero e o contexto de produção de A Ilíada e A Odisseia. Revista Ágora, Vitória, n.3, 2006, p. 1-27.
- GALANTE, Cláudia., GUEARESCHI, Pedrinho. Convergência Midiática: uma nova forma de participação democrática. Disponível em: [http://abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais\\_XVENABRAPSO/369.%20converg%Cancia%20midiatica.pdf](http://abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/369.%20converg%Cancia%20midiatica.pdf). Último acesso em setembro de 2012

GILLMOR, Dan. We the media. O'Reilly Media. 1.ed. 2004.

GOETHALS, Karen, AGUIAR, Antonia, ALMEIDA, Egugénia. História da internet. Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto. 2000

GONÇALVES, Denise Mafra. A internet nos Estudos da Área de Comunicação Brasileira: questões e abordagens (2000-2010).UnB. Brasília. 2011

HABERMAS, Jurgen. Discurso de Aceitação do Prêmio Bruno Kreisky (9 de março de 200).

INTERNET WORLD STATS. Disponível em: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. Último acesso em setembro de 2012.

KEEN, Andrew. The Great Seduction (Blog). Post: The Greatest Great Seduction (3 de abril de 2006). Disponível em: [http://andrewkeen.typepad.com/the\\_great\\_seduction/2006/04/jurgen\\_habermas.html](http://andrewkeen.typepad.com/the_great_seduction/2006/04/jurgen_habermas.html). Último acesso: 5 de dezembro de 2011.

HIGHWAY AFRICA MEDIA RELEASE.

HAWKING, S. O Universo Numa Casca de Noz, Lisboa: Gradiva, 2002.

HOHLFELDT, Antônio, MARTINO, Luiz C., VEIGA FRANÇA, Vera. Teorias da Comunicação - conceitos, escolas e tendências. Editora Vozes. 2001

JARDIM, Gabriela. A diversificação das mediações sociais no jornalismo colaborativo: análise comparativa dos websites OhMyNews International e Overmundo. In: Comunicação e Cidadania Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 2007. Disponível em: <http://lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/viewFile/39/40>

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

KEEN, Andrew. O Culto do Amador: como blogs, MySpace, You Tube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009

LEMOS, André. Cibercultura: *tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA DA ROCHA, Heitor Costa. Verdade e Rigor no Jornalismo: A intersubjetividade como referência na construção da notícia. 2007

LONDON, Jack. Navegar é preciso. Campus, 2000.

LOPES, Francisco Cristiano., FREIRE, Giovana Maria Cartaxo de Arruda. Ciberdemocracia: os novos rumos de uma democracia planetária. Disponível em: [http://fa7.edu.br/recursos/imagens/File/direito/ic/v\\_encontro/ciberdemocraciasnovosrumos.pdf](http://fa7.edu.br/recursos/imagens/File/direito/ic/v_encontro/ciberdemocraciasnovosrumos.pdf). Último acesso em setembro de 2012

MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, Antônio, MARTINO, Luiz C., VEIGA FRANÇA, Vera. Teorias da Comunicação - conceitos, escolas e tendências. Editora Vozes. 2001

MARQUES DE MELO, José. A Muralha Digital: Desafios brasileiros para construir uma sociedade do conhecimento. In: PERUZZO, Círcia e BRITTES, Jussara. *Sociedade da Informação e Novas Mídias: participação ou exclusão?*. São Paulo. Intercom, 2002.

OLIVEIRA, Juliano Cordeiro da Costa., SILVA, Erotilde Honório. A Construção da Verdade Dos Fatos no Jornal: O Paradigma da Produção da Notícia em Destaque. Congressos Anuais da Intercom. 2006

PALÁCIOS, Marcos. Jornalismo on-line, informação e memória: apontamentos para debate. Workshop Jornalismo on-line, 2002.

PARENTE, André (org.). Tramas da rede: *Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*.

Porto Alegre: Sulina, 2004.

PEREIRA, Sivaldo. Graus de participação democrática no uso da internet pelos governos das capitais brasileiras: análise dos portais governamentais. Universidade Federal da Bahia, 2005 Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/op/v11n2/26422.pdf>. Último acesso em setembro de 2012.

PERLES, João Batista. Comunicação: conceitos, fundamentos e história. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentos-historia.pdf>. Consultado pela última vez em 24 de junho de 2012.

PRIMO, A.; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. In: VIII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação, 2006, São Leopoldo. Anais, 2006.

PRIMO, Alex e RECUERO, Raquel. Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia. Revista Famecos: Porto Alegre, dezembro de 2003.

PRIMO, Alex. Interatividade. In: Para Entender a Internet - Noções, práticas e desafios da comunicação em rede. Org.: Juliano Spyer. 2009

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*.

QUEVEDO, Josemari de. Credibilidade jornalística - Uma compreensão teórica. Intercom. 2009

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROSA, Rodrigo Mendes. Comunidades em Rede: Jornalismo Colaborativo Eletrônico como instrumento de cidadania. Disponível em: <http://www.pcs.usp.br/~pcspf/2008/pf/2502/13S/13s-monografia.pdf>

RUBLECKI, Anelise. Jornalismo e Conteúdo Gerado pelo Usuário: uma Discussão sobre Credibilidade. Intercom. 2009

SALAVERRÍA, Ramón e AVILLÉS. La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. In: *Trípodos*, n. 23, Barcelona, 2008.

SCHMIDT, Sarah Costa e ZANOTTI, Carlos Alberto. Jornalismo Colaborativo: Conceitos e Implicações. In: Anais do XIV Encontro de Iniciação Científica da PUC Campinas 2009. Disponível em: <http://www.puc-campinas.edu.br/pesquisa/ic/pic2009/resumos/%7BAC18151A-8B29-4242-A609-5D6A78717AE4%7D.pdf>

SCHMIDT, Sarah Costa e ZANOTTI, Carlos Alberto. Jornalismo Colaborativo: Conceitos e Implicações. In: Anais do XIV Encontro de Iniciação Científica da PUC Campinas 2009. Disponível em: <http://www.puc-campinas.edu.br/pesquisa/ic/pic2009/resumos/%7BAC18151A-8B29-4242-A609-5D6A78717AE4%7D.pdf>

SILVA, Erotilde Honório., OLIVEIRA, Juliano Cordeiro da Costa. Esfera Pública e Internet: limites e possibilidades para as deliberações políticas na rede. SBPJor - Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 5º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO Universidade Federal de Sergipe – 15 a 17 de novembro de 2007

SILVA, Rodrigo Carvalho da. A transição do jornalismo - do século XIX ao século XX. Unesp. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-rodrigo-carvalho-transicao-do-jornalismo.pdf>. Último acesso em setembro de 2012.

SILVA JR., José Afonso. Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do Grupo Estado de São Paulo. Dissertação de mestrado (Comunicação) – UFBA/FACOM, Salvador, 2000

SOUSA, Jorge Pedro. Uma breve história do jornalismo no Ocidente. Universidade Fernando Pessoa. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>. Último acesso em 12 de maio de 2012.

SPYER, Júlio (org.) Para entender a internet: *Noções, práticas e desafios da comunicação em rede*. Creative Commons, 2009.

TAKASASHI, Tadao. A Sociedade da Informação. In: PERUZZO, Círcia e BRITTES, Jussara. *Sociedade da*

*Informação e Novas Mídias: participação ou exclusão?*. São Paulo. Intercom, 2002.

TORRES, Felipe Nunes. Webjornalismo participativo: Águas ainda pouco navegadas. In: Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=464ENO001>

TRAINA, Agra Juci Machado. TRAINA JR., Caetano. Como fazer pesquisa bibliográfica. SBC Horizontes. v.2 n. 2. agosto de 2009

WEBER, Carolina Teixeira. Gatekeeper e gatewatching – repensando a função de selecionador no webjornalismo. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 2010.

WIKIPÉDIA. Jornalismo Cidadão. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo\\_cidad%C3%A3o](http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo_cidad%C3%A3o)

WIKIPEDIA. Web 2.0. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>. Último acesso: 5 de dezembro de 2011