



**FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS**  
**CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**HABILITAÇÃO: JORNALISMO**

**IDEIAS COMPARTILHADAS**  
**JORNALISMO COLABORATIVO NO SITE OVERMUNDO**

**PATRÍCIA BAPTISTA**  
**RA 20412910**

**PROF. ORIENTADOR:**  
**PAULO PANIAGO**

**Brasília/DF, junho de 2010**

**PATRÍCIA FARIA BAPTISTA PEREIRA**

**COMPARTILHANDO IDEIAS  
JORNALISMO COLABORATIVO NO SITE OVERMUNDO**

Monografia apresentada como um dos requisitos para a conclusão do curso de Jornalismo do UniCeub – Centro Universitário de Brasília.

Prof. Orientador: Paulo Paniago

**Brasília/DF, junho de 2010**

**PATRÍCIA FARIA BAPTISTA PEREIRA**

**IDEAIS COMPARTILHADAS  
JORNALISMO COLABORATIVO NO SITE OVERMUNDO**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Prof. Orientador: Paulo Paniago.

**Banca examinadora:**

---

**Prof. Paulo Paniago  
Orientador**

---

**Prof. Mauro castro  
Examinador**

---

**Prof. Sérgio Euclides  
Examinador**

**Brasília/DF, junho de 2010**

# AGRADECIMENTOS

Primeiramente eu agradeço a Deus, que tem me sustentado em todas as coisas, é bom e fiel para sempre. Sua presença doce todos os dias faz toda a diferença, e a Ele eu devo a minha vida.

*“Toda boa dádiva e todo dom perfeito são lá do alto, descendo do Pai das luzes, em quem não pode existir variação ou sombra de mudança.” Tg 1; 17.*

Agradeço também à minha família que, mesmo de tão longe, me sustentou com amor e dedicação em cada ano dos meus estudos.

Agradeço ao meu noivo, Marcelo, que está sempre ao meu lado, com amor, paciência e carinho. Sua vida é preciosa pra mim e me faz melhor do que sou.

Quero agradecer ao meu orientador, professor Paulo Paniago, que dedicou muito do seu tempo, conhecimento e energia para a realização deste trabalho.

## Resumo

O site de cultura Overmundo, de caráter inteiramente colaborativo, propõe que qualquer pessoa publique notícias e conteúdos sobre a cultura nacional. A ideia é preencher as lacunas deixadas pela mídia tradicional com relação à cobertura jornalística sobre esse assunto. O jornalismo colaborativo, feito por cidadãos, busca veicular notícias com credibilidade e pode cooperar para a descentralização do fluxo de informações. Ao mesmo tempo, a veiculação de conteúdos pela audiência pode resultar em notícias mal apuradas, falsas, ou que não colaboram com o interesse público. Neste trabalho buscou-se analisar especificamente alguns dos conteúdos produzidos no site Overmundo, com base em estudos teóricos sobre o jornalismo colaborativo e o jornalismo tradicional.

**Palavras-chave:** jornalismo colaborativo, internet, Overmundo, teoria do *gatekeeper*, teoria do *gatewatcher*.

## Índice de ilustrações

<b>Ilustração 1</b> .....	26
<b>Ilustração 2</b> .....	27
<b>Ilustração 3</b> .....	30

# SUMÁRIO

<b>Introdução</b> .....	7
<b>1 Justificativa</b> .....	9
1.2 Objetivo Geral .....	10
1.2.1 Objetivos específicos.....	10
1.3 Contextualização .....	11
1.4 Metodologia .....	12
<b>2 Embasamento teórico</b> .....	13
2.1 <i>Gatekeeper X Gatewatcher</i> .....	13
2.2 Reportagem.....	17
2.3 Acesso à internet.....	19
2.4 Jornalismo colaborativo ou <i>open-source</i> .....	20
2.5 Software Livre, <i>Copyleft</i> e <i>Creative Commons</i> .....	22
<b>3 Site Overmundo</b> .....	26
3.1 Apresentação e discussão dos resultados .....	30
3.1.1 Análise do site Overmundo .....	30
3.1.2 Conteúdo enviado pelos colaboradores .....	32
<b>Conclusão</b> .....	37
<b>Referências bibliográficas</b> .....	39
<b>Anexo 1</b> .....	41
<b>Anexo 2</b> .....	42
<b>Anexo 3</b> .....	44

## Introdução

Diante dos avanços das tecnologias da informação, o jornalismo enfrenta mais uma vez um período de adaptações.

Na internet as informações e notícias são veiculadas em tempo real e sem limite de espaço. Novas possibilidades de estruturação dos conteúdos noticiosos no espaço online permitem uma mudança substancial na forma em que as notícias são apuradas e publicadas na imprensa de papel, no rádio ou na televisão.

O desenvolvimento e o caráter colaborativo da internet não só abrem caminho para novas formas de estruturar as notícias e de apurar informações, mas também estreitam as relações entre o público e o jornalista.

As ferramentas de participação do público no meio web permitem que o usuário vá além do consumo passivo de notícias, podendo também expressar opinião, fornecer informações de interesse público, gerar conteúdo e colaborar para a descentralização do fluxo de notícias.

Ao mesmo tempo em que a participação da audiência pode acrescentar resultados positivos na difusão de notícias com credibilidade e multiplicidade de fontes e relatos, a colaboração do público também pode aumentar a incidência de informações falsas ou mal apuradas.

Neste contexto, o site Overmundo se apresenta como um meio para que qualquer pessoa possa publicar notícias, opiniões e informações sobre a cultura brasileira. A proposta do Overmundo de preencher as lacunas da cobertura da mídia tradicional sobre o assunto convida a própria audiência a divulgar o que considera informação de interesse público.

Tais possibilidades de participação e interação fornecidas à audiência trazem novas questões quanto ao papel do jornalista nessa configuração e quanto à definição do jornalismo colaborativo na sociedade.

Nesta monografia buscou-se estudar o jornalismo colaborativo em seu ambiente mais expansivo: a internet. Com base nas teorias da comunicação e do jornalismo tradicional procurou-se analisar a experiência colaborativa do site de cultura Overmundo.

Na justificativa do tema, buscou-se explicar a razão da necessidade de se estudar jornalismo colaborativo na internet. Na contextualização, o meio cultural

atual foi estudado para apresentar em que condições sociais o jornalismo colaborativo se encontra.

Nos objetivos geral e específicos, foram apresentadas as metas para este estudo, que inclui uma análise de conteúdo de materiais publicados no site Overmundo. Na metodologia, explicou-se como e quando essa análise de conteúdo foi realizada.

No embasamento teórico buscou-se estudar e apresentar algumas teorias do jornalismo e da comunicação, que tanto servissem de base para a análise de conteúdo, quanto para tentar definir o jornalismo colaborativo. Não foram estudadas todas as teorias e artigos sobre o assunto, devido ao tempo limitado e ao caráter deste trabalho.

No capítulo 3, que fala sobre o site Overmundo em si, foram apresentados também os resultados e conclusões da análise de conteúdo.

Por fim, a conclusão, que além de apontar para possíveis novos estudos sobre o tema, traz as conclusões da autora desta monografia sobre os conteúdos analisados com base nas teorias e estudos realizados.

Este trabalho traz ainda conteúdos em anexo para compreensão mais profunda principalmente no que diz respeito à análise de conteúdo e metodologia.

# 1 Justificativa

A escolha do tema desta monografia se explica pela ampla relevância da questão do jornalismo colaborativo na internet no que diz respeito ao jornalismo, em como é exercido hoje em sua relação com novas tecnologias da informação e com a audiência.

O assunto despertou interesse na autora desta monografia por causa da facilidade com que o jornalismo colaborativo pode crescer na internet e o que essa prática pode representar para a disseminação de informações com credibilidade.

O tema traz à tona a questão do papel do jornalista diante de uma audiência que também produz e reproduz notícias e informação, talvez sem os critérios de noticiabilidade necessários ao bom jornalismo, mas que pode cooperar para uma democratização da mídia e um público mais participativo e ativo diante das notícias.

Este trabalho também busca verificar se o conteúdo fornecido pelo público se resume mais a opinião do que a informação, tendo em vista critérios de noticiabilidade, como veremos na página 26, na apresentação e discussão de resultados.

Para a autora desta monografia é importante estudar tais questões para que se compreenda o presente momento pelo qual o jornalismo está passando. É importante destacar que ainda é pouca a quantidade de estudos e material teórico sobre a prática do jornalismo colaborativo, sua presença na internet e sua relação com o jornalismo tradicional.

## **1.2 Objetivo Geral**

O objetivo deste trabalho é identificar como são realizadas as práticas de jornalismo colaborativo na internet, e compará-las com o fazer jornalístico tradicional online. Verificar as formas de produção de conteúdo de colaboradores e de jornalistas no site de cultura Overmundo, com base em análise de critérios de noticiabilidade, credibilidade e responsabilidade.

### **1.2.1 Objetivos específicos**

1. Identificar quais os critérios de noticiabilidade utilizados por jornalistas e não-jornalistas no site Overmundo.
2. Verificar se existe e como é feita a edição do conteúdo do site e se há um controle do que é publicado, como este é realizado.
3. Verificar como é feita a apuração de dados e fontes tanto por parte dos jornalistas como dos colaboradores do site e até que ponto isso configura o gênero reportagem.
4. Verificar como se dá a responsabilidade do que é publicado.

## 1.3 Contextualização

Em um contexto cultural em que a sociedade se vê cada vez mais dependente da mídia para perceber o mundo e para se manifestar nele, como explica Roger Silverstone em *Por que estudar a mídia?* (Silverstone, 2005), a internet consolida seu papel como fonte de informação e meio de comunicação e interatividade; notícias e informações são produzidas e disseminadas de maneira cada vez mais rápida e descentralizada.

A fácil manipulação das ferramentas de comunicação virtuais permite consumidores de informação e usuários a não apenas digerirem a informação que recebem, mas a reconstruírem a informação e a redistribuírem conteúdo no espaço online mediante novas tecnologias.

Desta forma, o jornalismo enfrenta um momento de transição discutido por Shayne Bowman e Chris Willis em *We Media: How the Audiences Are Shaping The Future Of News And Information* (2003)<sup>1</sup>, quando a própria audiência deixa o papel passivo de receptora da informação para se tornar colaboradora e produtora de conteúdo.

A venerável profissão de jornalista se encontra em um momento raro da história onde, pela primeira vez, sua hegemonia como *gatekeeper* de notícias é ameaçada não apenas por novas tecnologias ou concorrência, mas, potencialmente, pela audiência que ela serve. Armada com ferramentas online de publicação fáceis de usar, conexões sempre online e aparelhos móveis cada vez mais poderosos, a audiência online tem os meios para se tornar uma participante ativa na criação e disseminação de notícias e informação. (Bowman e Willis, 2003: 7)

Neste momento, surgem questões como a definição e o lugar do jornalismo colaborativo na sociedade, e quais as causas pelas quais pode-se dar credibilidade ao conteúdo colaborativo e ainda, qual é o papel do jornalista neste contexto.

---

<sup>1</sup> Tradução realizada do inglês para o português pela autora desta monografia.

## 1.4 Metodologia

Neste trabalho se buscou realizar uma análise de conteúdo do que era veiculado por jornalistas e não jornalistas no site de cultura colaborativo Overmundo. Para isso, foram escolhidos dois indivíduos, um jornalista colaborador do Overmundo e outro não jornalista, também colaborador do site.

Ambos foram escolhidos com base em critérios de periodicidade, pois era necessário que as notícias fossem publicadas com alguma constância; também era preciso que cada colaborador tivesse um e-mail ou forma de contato disponível para posterior entrevista.

Como o Overmundo oferece espaços para que os colaboradores publiquem não só notícias, mas também conteúdos individuais como poemas, crônicas, teses etc., era necessário que os indivíduos escolhidos para análise tivessem boa parte dos dados enviados para a seção do *Overblog*, espaço do site destinado para notícias.

Durante o período de um mês, de 25 de março a 25 de abril de 2010, foram analisados os conteúdos veiculados pelos dois colaboradores. Para uma análise quantitativa, foi mantida uma tabela de periodicidade<sup>2</sup> para identificar a frequência de publicação e quais seções do site eram atualizadas pelos colaboradores escolhidos.

Para a análise qualitativa, foram analisadas as notícias publicadas dentro deste período com base nos critérios de noticiabilidade previamente discutidos neste trabalho, como interesse público.

Além das análises quantitativa e qualitativa, também foram realizadas entrevistas por e-mail com o jornalista e coordenador editorial do site Overmundo, Viktor Chagas, em abril e em maio de 2010, para melhor compreensão do funcionamento do site.

---

<sup>2</sup> Vide anexo 1.

## 2 Embasamento teórico

### 2.1 *Gatekeeper X Gatewatcher*

O jornalismo colaborativo diverge do jornalismo tradicional na estrutura e na organização do processo de produção (Bowman e Willis, 2003: 12). No jornalismo tradicional a relevância da notícia é determinada antes da publicação, assim como a filtragem do que será publicado é feita antes de o conteúdo chegar ao público; sendo que o processo de edição entre repórteres e editores fica fora dos olhos da audiência.

No jornalismo colaborativo esses processos ocorrem depois da publicação, realizados pela própria audiência que pode separar aquilo que a interessa como notícia e o que não interessa.

No site cultural Overmundo, por exemplo, os colaboradores podem optar pela “Edição Colaborativa”, em que a notícia prestes a ser publicada, passa antes por análise de outros colaboradores que podem fazer edições e sugestões sobre aquele conteúdo antes da publicação final.

Neste contexto, o papel do jornalista, como explicam Bowman e Willis, deixa de ser o de “professor” ou “orador” para ser o de um “mediador” entre as diferentes vozes do público, que agora não é somente consumidor de informação, mas produtor-consumidor, como conceituam Bowman e Willis: “prossumidor”.

Desta forma, o papel do jornalista na web tende a deixar o formato *gatekeeper* para se tornar um *gatewatcher*. A teoria do *gatekeeper*, previamente conceituada no contexto da comunicação por David Manning White na década de 1950, diz que o jornalista é o guarda (*keeper*) de um portão (*gate*), com o papel de filtrar as notícias que interessam ao público ou não. Felipe Pena em *Teoria do jornalismo* (2005) explica que

O conceito refere-se à pessoa que tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia. Ou seja, diante de um grande número de acontecimentos, só viram notícia aqueles que passam por uma cancela ou portão (*gate* em inglês). E quem decide isso é uma espécie de porteiro ou selecionador (o *gatekeeper*), que é o próprio jornalista. (Pena, 2005: 133)

No jornalismo tradicional essa filtragem de conteúdo é feita com base em critérios de noticiabilidade. De acordo com Mauro Wolf em *Teorias da comunicação*

(1999), a noticiabilidade de um fato é medida segundo seus valores-notícia. Felipe Pena discorre sobre os valores-notícia de Wolf classificando-os em categorias relativas ao produto, ao meio de informação, ao público e à concorrência. De acordo com os valores-notícia de Wolf, uma notícia que pode passar dos “portões” do *gatekeeper* para a audiência deve ser de interesse público, ser atual, breve e objetiva. A notícia deve ser plausível no que diz respeito à acessibilidade às fontes e ao formato dos veículos.

Deve ser possível e executável ao repórter entrevistar a fonte que deseja e investigar sobre determinado assunto. Se todo o registro de um determinado fato foi destruído em um incêndio, por exemplo, a única fonte de informação será o relato das fontes. O formato da notícia precisa se adaptar ao veículo, do ponto de vista de tamanho e linguagem; assim como uma reportagem de televisão que dura dez minutos precisa ser “enxugada” para “caber” na programação de um telejornal diário de trinta minutos. O conteúdo deve servir aos cidadãos e, se possível, ser inédito e exclusivo do veículo.

Na internet, muitos desses critérios deixam de ser necessários. O espaço para a publicação de notícias e conteúdos é ilimitado, assim como o número de fontes de informação. Axel Bruns explica em *Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News* (Bruns, s.d.: 6) <sup>3</sup> que na produção de notícias online não há restrições quanto ao formato dos veículos, do ponto de vista de tamanho em centímetros do texto, no caso do jornal impresso, ou de tempo que aquela notícia ocupa no ar, no caso do telejornal e do rádio.

Bruns fala que no modelo *gatekeeping* as notícias não precisam ser somente interessantes – do ponto de vista dos repórteres – para passar pelos “portões”, elas devem caber no espaço de publicação e na linha editorial de um veículo.

Para Bruns, as limitações técnicas e comerciais dos veículos tradicionais de comunicação obrigam jornalistas e editores, na produção de uma notícia, a resumirem diversos relatos de diferentes fontes em uma única matéria, seguindo o modelo da pirâmide invertida. Desta forma os canais de informação são limitados a um só relato dos fatos e os repórteres obrigados a condensarem o conteúdo.

Bruns explica que no caso da produção online de notícias, a cobertura jornalística pode consistir simplesmente em um relato introdutório com *links* para

---

<sup>3</sup> Tradução realizada do inglês para o português pela autora desta monografia.

informações mais detalhadas e para vários outros pontos de vista contrastantes sobre o assunto. Desta forma o próprio usuário pode selecionar as notícias que mais o interessam.

João Canavilhas fala sobre a leitura pessoal de conteúdos online no artigo “Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada” (s.d.). Na internet o espaço infinito para a disposição de informações permite uma reestruturação do modelo pirâmide invertida, essencial para a estrutura de notícias no papel – e até mesmo em veículos audiovisuais – porém desnecessário no meio online.

As informações mais importantes sobre um determinado fato ficam no primeiro parágrafo, sendo que se o leitor quiser parar antes de ler o conteúdo até o final, não irá perder a notícia em si. Canavilhas explica que esse método é também utilizado para garantir o “encaixe” da notícia nos espaços dos veículos; nas páginas dos jornais e revistas impressos, na grade de programação de um telejornal ou programa e no curto espaço do rádio.

Para Canavilhas “usar a técnica da pirâmide invertida na web é cercear o webjornalismo de uma das suas potencialidades mais interessantes: a adoção de uma arquitetura noticiosa aberta e de livre navegação” (Canavilhas, s.d.: 7).

Canavilhas propõe que para a internet, o modelo ideal que irá aproveitar os recursos midiáticos disponíveis na web, como o hipertexto e o *hyperlink*, é o modelo de pirâmide deitada. A notícia não é mais construída de forma decrescente do mais importante para o menos importante sobre o fato; a notícia passar a ser disposta em camadas de informação. O leitor escolhe como vai se informar sobre um determinado assunto; pode se informar superficialmente ou explorar mais a fundo a notícia, acessando assuntos correlacionados através do hipertexto e do *hyperlink*.

Em suma, a pirâmide deitada é uma técnica libertadora para utilizadores, mas também para os jornalistas. Se o utilizador tem a possibilidade de navegar dentro da notícia, fazendo uma leitura pessoal, o jornalista tem ao seu dispor um conjunto de recursos estilísticos que, em conjunto com novos conteúdos multimídia, permitem reinventar o webjornalismo em cada nova notícia. (Canavilhas, s.d.:16)

O professor Ramón Salaverría, diretor do Laboratório de Comunicação Multimídia na Espanha, em seu artigo *De La Pirâmide Invertida Al Hipertexto* (1999)<sup>4</sup>, aponta a necessidade de um novo padrão redacional para estruturar a notícia no meio online, descartando a estrutura utilizada na imprensa de papel.

---

<sup>4</sup> Disponível em <[www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/piram.htm](http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/piram.htm)>. Acessado em 15 de maio de 2010, tradução realizada do espanhol para o português pela autora desta monografia.

Salaverría (1999) discorre da necessidade de se melhor aproveitar os recursos que o hipertexto permite ao jornalista para organizar a estrutura da notícia de forma que o conteúdo melhor se adapte à internet e que o usuário seja quem decida o quanto deseja se informar sobre determinado assunto.

Os problemas de se reproduzir a estrutura das notícias encontrada na imprensa de papel, como a pirâmide invertida, para o meio web, podem atrapalhar até a compreensão da notícia pelo público; o mau uso do hipertexto é apontado por Salaverría (1999) como a causa para que o leitor de notícias online tenha uma leitura desorientada podendo se perder no assunto.

Salaverría (1999) propõe então uma nova forma de organização textual da notícia, na qual os usuários podem escolher o quanto e como querem se informar sobre o assunto sem deixarem de ter informações completas.

A notícia ficaria estruturada através de unidades informativas independentes e completas, que trazem diversas informações sobre o mesmo tema, todas conectadas por meio do hipertexto. Salaverría (1999) fala sobre a célula informativa na qual a informação

poderia ficar decomposta em várias unidades textuais e infográficas de sentido pleno, distribuídas em diversas telas conectadas em função de seu conteúdo: por um lado poderia aparecer uma descrição do lugar do fato [...] por outro lado, uma breve narração do evento [...] e por último uma exposição dos dados e nomeações textuais que ajudaram a explicar a notícia. (Salaverría, 1999: 6)

Desta forma o leitor é quem vai decidir como e até onde quer se informar sobre determinado assunto, ao mesmo tempo sem ficar mal informado se não ler ou visualizar todos os blocos informativos existentes sobre determinado assunto.

Durante a análise do site Overmundo não foi observado o uso do hipertexto nas notícias publicadas. O modelo dos conteúdos disponíveis no site imita a estrutura redacional dos veículos tradicionais e impressos. O usuário pode acessar os assuntos que julga interessantes através de mecanismos de busca dentro do próprio site.

Na web, o público tem os meios para ir atrás das notícias que julga interessantes através do hipertexto e do *hyperlink*. Neste contexto, o papel do jornalista, deixa de ser o de guarda dos portões, que filtra o conteúdo considerado notícia.

O jornalista passar a ser um vigia (*watcher*) dos portões. Ele avalia os conteúdos, agrega e aponta para o público as fontes de informação de qualidade

sem deixar de também produzir notícias; como explicam Alex Primo e Marcelo Träsel em *Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias* (2006),

Devido à quantidade de informação circulando nas redes telemáticas, cria-se a necessidade de avaliá-la, mais do que descartá-la. Não é mais preciso rejeitar notícias devido à falta de espaço, porque pode-se publicá-las todas. Nota-se um deslocamento da coleta de informação para a seleção da mesma [...] É claro que alguém ainda precisa entrevistar as fontes e analisar dados, e a maioria dos profissionais que lidam com o webjornalismo acabam por assumir ambos os papéis. (Primo e Träsel, 2006: 8)

Na internet, os processos de produção de notícias e busca por conteúdo são muito mais interativos do que nos meios impresso e audiovisual. As teorias do *gatekeeper* e do *gatewatcher* são essenciais para se entender o processo de mudança no que diz respeito à filtragem de conteúdo no jornalismo tradicional e em como ocorre na internet.

O modelo *gatewatching* de filtragem de conteúdo, em harmonia com o meio online, é feito não só por profissionais do webjornalismo, como também por blogueiros e pela própria audiência, que além de selecionar e publicar notícias, podem também checar fatos e acrescentar dados novos a matérias publicadas.

Como explicam Bowman e Willis, esses processos interacionais geram um novo ecossistema de mídia

[...] onde comunidades online discutem e expansionam as matérias criadas pela mídia tradicional. Essas comunidades também produzem jornalismo colaborativo [...] comentário e checagem de fatos, os quais a mídia tradicional alimenta, desenvolvendo essas comunidades como um conjunto de dicas, fontes e ideias para matérias (Bowman e Willis, 2003: 13).

A liberdade encontrada na internet, onde se tem acesso não a uma só versão dos acontecimentos, mas a várias fontes de informação, faz com que o público seja quem decide como e o quanto quer se informar. Assim, na internet não há um só detentor da informação que decida o que deve e o que não deve ser levado a público, mas o público é que vai atrás dos conteúdos. Desta forma a teoria do *gatewatcher* é a que mais se adapta e faz sentido no meio online.

## 2.2 Reportagem

O fato de a audiência poder também ela mesma produzir conteúdos de forma livre pode parecer uma ameaça aos jornalistas e aos veículos de mídia tradicional.

Ao mesmo tempo em que o poder de deter a informação passa a ser descentralizado, a produção de notícias e informações por qualquer pessoa pode cooperar para a difusão de inverdades, notícias tendenciosas e boatos.

Bowman e Willis falam que o conteúdo de notícias e informações gerado pelo público pode ser desigual, com colaboradores que não são escritores treinados ou que não têm costume de checar os fatos.

Bill Kovach e Tom Rosenstiel, em *Os elementos do jornalismo* (2003), enfatizam a transparência para um processo mais correto de construção de notícia. O jornalista deve deixar claro para a audiência como foi a apuração, os métodos de investigação, o que descobriu, bem como informar o público o que não conseguiu descobrir (Kovach e Rosenstiel, 2003).

Ao mesmo tempo em que o ensino acadêmico nas universidades e escolas de jornalismo colabora para o discernimento de valores-notícia, para a construção concisa e transparente de uma reportagem e para a formação ética no jornalismo, a falta de um aprendizado teórico sobre o jornalismo por parte da audiência pode contribuir para a publicação irresponsável de conteúdo, sem os critérios necessários de noticiabilidade e ética.

De acordo com Francois Baguer Marty e Jesus Masdeu Reyes, no livro de 1950 *Manual de Reportaje*, “reportagem é a ciência que estuda a busca de notícias e sua apresentação em forma jornalística. Chama-se também reportagem ao relato feito em forma jornalística de qualquer acontecimento que tenha interesse público” (Marty e Reyes, 1950: 5)<sup>5</sup>.

O interesse público, um dos valores-notícia de Mauro Wolf em *Teorias da comunicação* (1999), é critério básico para que um fato seja transformado em notícia. Para Bill Kovach e Tom Rosenstiel o jornalismo deve “fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar” (Kovach e Rosenstiel, 2003: 31).

Para Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari em *Técnica de reportagem* (1986), a ênfase no discurso jornalístico está em aproximar o público dos fatos através de uma linguagem de reportagem objetiva, mas impressionista, visando diminuir a distância entre a audiência e os fatos.

O desdobramento das clássicas perguntas a que a notícia pretende responder (quem, o quê, como, quando, onde, por que) constituirá de pleno direito uma narrativa, não

---

<sup>5</sup> Tradução realizada do espanhol para o português pela autora desta monografia.

mais regida pelo imaginário, como na literatura de ficção, mas pela realidade factual do dia-a-dia, pelos pontos rítmicos do cotidiano que, discursivamente trabalhados, tornam-se *reportagem*. (Sodré e Ferrari, 1986: 11, grifo dos autores)

Bowman e Willis descrevem o jornalismo colaborativo, realizado pelo público, como um complemento às notícias e uma ajuda aos jornalistas, que podem ver o conteúdo acrescentado pelo público como uma oportunidade de melhorar e enriquecer o conteúdo sobre um determinado assunto.

Segundo Bowman e Willis, para uma publicação colaborativa de notícias, com a cooperação do público, é necessário que o processo de apuração, de fontes e de informações, ou seja, de reportagem, seja transparente.

Na internet o processo de divulgação de notícias vem acompanhado da construção de várias fontes, discursos e pontos de vista diferentes, e como explicam Bowman e Willis, a própria audiência pode exercer qualquer papel dentro do jornalismo, inclusive o de editora dos conteúdos publicados; o público pode corrigir, completar e editar as notícias geradas por ele mesmo.

O conteúdo gerado pela audiência muitas vezes não é construído com base em critérios para que um fato se torne notícia. Por causa da facilidade de comunicação permitida pela web, as informações geralmente não são checadas, mas o que é falso ou incorreto acaba por ser denunciado e corrigido pelo próprio público.

Apesar dos resultados positivos que podem vir da descentralização das informações e da multiplicidade de fontes encontradas na internet, como um conteúdo mais completo e gerado a partir de pontos de vista diferentes, a audiência também pode confundir notícia com opinião ao produzir conteúdo sobre um assunto por não conhecer os critérios básicos de noticiabilidade, e isso pode atrapalhar a veiculação de notícias com credibilidade.

## **2.3 Acesso à internet**

A difusão de notícias não se limita mais a jornais impressos, rádio e televisão. Na internet a informação é veiculada quase em tempo real, e também ocorre através dos meios de comunicação móveis. Redes colaborativas online se tornam cada vez mais fontes de informação e a prática do jornalismo colaborativo encontra na web

um meio para se expandir. O espaço entre jornalistas e audiência fica cada vez menor e as possibilidades de interação entre consumidores e produtores de informação podem resultar em maior enriquecimento de dados do que é publicado.

A prática do jornalismo colaborativo está intimamente ligada com o advento, desenvolvimento e os avanços da Internet. Uma pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil é realizada anualmente pelo Comitê Gestor da Internet.

O comitê foi constituído em 1995 pelos ministérios das Comunicações e da Ciência e Tecnologia, “para tornar efetiva a participação da Sociedade nas decisões envolvendo a implantação, administração e uso da Internet [...] composto por membros do governo, do setor empresarial, do terceiro setor e da comunidade acadêmica”<sup>6</sup>.

De acordo com a pesquisa, o acesso à rede tem crescido, ainda que a passos modestos no Brasil. Em 2006, 14,49% dos 10.510 domicílios brasileiros entrevistados tinham acesso à internet. Em 2008 – ano em que os domicílios na área rural foram incluídos na pesquisa –, dos 20.020 domicílios entrevistados, 18% acessavam a internet. Os objetivos dos usuários ao navegarem pela rede não mudaram muito ao longo dos anos, sendo que internet tem consolidado cada vez mais seu papel como fonte de informação. De acordo com a pesquisa, em 2006, dos 2.924 usuários entrevistados, 75,36% utilizavam a rede para buscar informações e em 2008, dos 8.207 entrevistados, 83% buscavam informações online.

Na página do Comitê Gestor da Internet ainda não foi encontrada disponível a pesquisa referente ao ano de 2009.

## **2.4 Jornalismo colaborativo ou *open-source***

As origens do jornalismo colaborativo e as primeiras experiências colaborativas não são tão claras como o próprio início da internet e das novas tecnologias. Apesar de muito se discutir sobre o assunto, principalmente entre teóricos do jornalismo e da comunicação, é difícil atribuir a um fato determinado o início da prática colaborativa no jornalismo.

---

<sup>6</sup> Disponível em <[www.cgi.br](http://www.cgi.br)>. Acessado em 5 de maio de 2010.

Bowman e Willis, ao falarem sobre as semelhanças entre jornalismo colaborativo e jornalismo cívico – aquele em que a pauta das notícias é formulada a partir das necessidades do público cidadão --, destacam que a semente originária para ambos é a conversa.

É na troca de informações e na pluralidade de fontes que o conhecimento sobre determinado assunto pode ser enriquecido. No caso do jornalismo cívico, uma determinada organização ainda detém o poder sobre o fluxo de informações, enquanto no jornalismo colaborativo a informação vem de todos para todos. Como explicam Bowman e Willis, a “conversa é o mecanismo que vira as mesas sobre os papéis tradicionais do jornalismo e cria uma ética de dar e receber dinâmica e igualitária” (Bowman e Willis, 2003: 9).

Lorenzo Gomis, em *Teorias Del Periodismo* (Gomis, 1991), fala sobre o conceito de notícia e fato, e como ambos são apropriados pelos meios de comunicação. Para Gomis, um fato só é notícia se provocar comentários, se levar as pessoas a falarem sobre o assunto. Em determinado momento, Gomis discorre sobre o próprio nascimento da notícia na conversa e no comentário. A necessidade social da conversa, para Gomis, é um dos subsídios para a existência da imprensa.

No jornalismo colaborativo na internet a conversa e a troca de ideias presentes em fóruns online, blogues e sites colaborativos pode enriquecer o conhecimento, porque cada colaborador contribui com uma nova informação ou com diferentes pontos de vista sobre determinado assunto.

Gomis fala ainda sobre a notícia como matéria-prima para a conversa e para a discussão; é essa troca de opiniões entre o público que coopera para tornar a sociedade mais ativa, crítica, questionadora, e não apenas consumidora passiva de notícias.

No jornalismo tradicional, o cidadão simplesmente recebe a notícia pronta, resultado da apuração e ponto de vista de um pequeno grupo de pessoas. No jornalismo colaborativo essa matéria-prima para a discussão é provida pelos próprios cidadãos, que também buscam divulgar sobre assuntos normalmente não contemplados pela imprensa tradicional, mas que são relevantes do ponto de vista de notícia, ou como conceitua Gomis, um fato que gera comentários.

## 2.5 Software Livre, Copyleft e Creative Commons

O modelo de jornalismo colaborativo, também chamado de jornalismo *open source*, fonte (*source*) aberta (*open*), por Catarina Moura, em *Jornalismo na era Slashdot* (Moura, 2002), onde se faz uma análise da prática jornalística em um site elaborado totalmente pela audiência, reflete uma cultura previamente desenvolvida na internet através do Movimento do Software Livre, do *Copyleft*, e do *Creative Commons* de apropriação, reconfiguração e republicação de dados, conteúdos e informação, por qualquer pessoa, como explica Pablo Sánchez em *Jornalismo colaborativo, estudo exploratório da seção Repórter Web da revista Info Exame*:

O Software Livre prega a disponibilização dos Software não apenas em sua forma binária, mas também em sua forma de código-fonte, ou seja, o código programado que gera posteriormente o Software que será executado pelo computador. A ideia é que qualquer pessoa que quiser ver como o Software foi criado, alterar o mesmo para melhorá-lo, e redistribuir essas alterações a quem mais quiser utilizá-las, possa fazê-lo, passando o conhecimento adiante com um mecanismo legal – a *General Public License* (ou GPL). (Sánchez, 2007: 10)

O *copyleft*, referência ao *copyright*, também contribui para a livre disponibilização de conteúdos na internet. A palavra *copyright*, *copy* (copiar) e *right* (direito), designa o direito de propriedade intelectual sobre a reprodução ou cópia de conteúdo. O *copyleft*, porém, como explicam Ronaldo Lemos e Sérgio Vieira Branco Júnior em *Copyleft, Software Livre e Creative Commons...*

Enquanto o *copyright* é visto pelos mentores originais do *copyleft* como uma maneira de restringir o direito de fazer e distribuir cópias de determinado trabalho, uma licença de *copyleft* usa a lei do *copyright* de forma a garantir que todos que recebam uma versão da obra possam usar, modificar e também distribuir tanto a obra quanto suas versões derivadas. Assim, de maneira leiga, pode-se dizer que *copyleft* é o oposto de *copyright*. (Lemos e Júnior, 2009: 3)

Da mesma forma, o *Creative Commons* estabelece uma forma diferente de se utilizar o direito de cópia (*copyright*) sobre obras presentes na internet. De acordo com Lemos e Branco Jr., o *Creative Commons* foi um projeto criado na Universidade de Stanford nos Estados Unidos, mas com caráter global; no Brasil, o *Creative Commons* trabalha em conjunto com a Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas, que traduz as licenças para o ordenamento jurídico brasileiro.

Assim como a palavra *Commons* remete ao que é comum, da comunidade e do público, esse tipo de licenciamento permite que o autor da obra criativa escolha entre reservar todos os direitos de propriedade sobre seu trabalho, alguns direitos ou nenhum direito. Segundo Lemos e Branco Jr.,

A partir do uso do sistema *Creative Commons*, é possível a autores de obras intelectuais (quer sejam textos, fotos, músicas, filmes etc.) licenciarem tais obras por meio de licenças públicas, autorizando, assim, a coletividade a usar suas obras dentro dos limites das licenças. (Lemos, Branco Jr., 2006: 13)

Para Ana Maria Brambilla, que discorre sobre os conceitos e aplicações do jornalismo colaborativo, em *Jornalismo open source em busca de credibilidade* (Brambilla, 2005), essa prática de apropriação do público é aplicada ao jornalismo de forma que a notícia *open source* (fonte aberta)

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 comunicação é fundamental) ser produzida de modo irrestrito por diferentes pessoas, com diferentes objetivos, de modo que possa auxiliar a compreensão de um fato pela sociedade. (Brambilla, 2005: 2)

A prática de jornalismo colaborativo é conhecida como forma de produção de notícias e informação descentralizada, na qual o consumidor de informação pode colaborar com o conteúdo publicado por jornalistas. Para Catarina Moura, as práticas de jornalismo colaborativo, implicam em

permitir que várias pessoas (que não apenas os jornalistas) escrevam e, sem a castração da imparcialidade, dêem a sua opinião, impedindo assim a proliferação de um pensamento único, como o pode ser aquele difundido pela maioria dos jornais, cuja objectividade e imparcialidade são muitas vezes máscaras de um qualquer ponto de vista que serve interesses mais particulares que apenas o de informar com honestidade e isenção o público que os lê. (Moura, 2002: 2)

Na definição de Bowman e Willis, jornalismo colaborativo é quando o cidadão deixa de ser um consumidor passivo de informação, para se tornar participante do processo de produção e veiculação de conteúdo. Para Bowman e Willis, o jornalismo colaborativo coopera para a democratização da mídia. O fluxo de informação é de todos para todos, e não de um órgão centralizador e detentor da informação para o público.

Jornalismo Colaborativo: O ato de um cidadão, ou grupo de cidadãos, desempenhando um papel ativo no processo de coleta, reportagem, análise e disseminação de notícias e informação. A intenção desta participação é prover informação independente, confiável, precisa, ampla e relevante, necessária em uma democracia. (Bowman e Willis, 2003: 9)

Para Bowman e Willis o cerne do jornalismo colaborativo está no hábito humano da conversação e da troca de ideias, do jornalismo descentralizado e da liberdade da interação.

A internet potencializa um dos pontos determinantes para a prática do jornalismo colaborativo, a livre interação entre consumidores e produtores de

informação. Jorge Rocha, analisando o jornalismo colaborativo em *Participatory Journalism*, conceitua o jornalismo colaborativo como provedor de “formas de interação entre produtores e consumidores de informação, onde a audiência possui papel preponderante na formatação da produção informacional” (Rocha, 2005: 2).

Através do desenvolvimento tecnológico, as fontes de conhecimento se multiplicaram e a prática jornalística na internet ultrapassou os limites de versões online de veículos impressos. Para Rocha, “o desenvolvimento da internet é caracterizado por catalisar uma modificação substancial [...] principalmente no que diz respeito às práticas jornalísticas” (Rocha, 2005: 1).

Enquanto nas mídias tradicionais a produção de informação é feita de forma centralizada, de modo que a apuração das notícias parte de um único ponto de vista determinado por uma linha editorial e chega pronta ao consumidor de informação, no jornalismo colaborativo é possível que o cidadão acrescente novas perspectivas e novos dados para a notícia, colaborando com o jornalista para uma melhor reportagem dos fatos, em uma interação que vai além dos comentários sobre o que é publicado.

Algumas empresas de comunicação tradicionais permitem esse tipo de colaboração por parte da audiência. Como exemplo o canal de notícias internacional CNN. No site do canal, existe a seção “CNN iReport”<sup>7</sup>, que significa “CNN euReporto” em tradução literal. Nesta seção a própria audiência pode e é estimulada a adicionar notícias, vídeos e fotos. De acordo com o site, os conteúdos publicados na seção “CNN iReport” não são editados ou checados antes da publicação. As notícias mais importantes e urgentes são verificadas pelos produtores do canal, para que possam ser incorporadas na programação tradicional da CNN. No caso do “CNN iReport”, o objetivo é ampliar a cobertura jornalística; muitos conteúdos enviados pelo público acabam por serem efetivamente incorporados na programação do canal CNN.

No Brasil o site de notícias e variedades G1 da Rede Globo, também oferece um espaço para a colaboração dos usuários, com informação: o “Vc no G1”<sup>8</sup>. Neste espaço o usuário é convidado a colaborar enviando textos e/ou conteúdos audiovisuais. Na página do “Vc no G1”, não foi encontrado nenhum texto de políticas de uso; apenas foram encontrados *links* para envio de notícias pelos usuários.

---

<sup>7</sup>Disponível em <[www.cnn.com](http://www.cnn.com)>. Acessado em 9 março de 2010.

<sup>8</sup>Disponível em <[www.g1.com.br](http://www.g1.com.br)>. Acessado em 9 de abril de 2010.

Em abril de 2010, durante fortes temporais que alagaram grande parte das cidades do Rio de Janeiro e Niterói, a colaboração dos internautas no “Vc no G1” se intensificou com o envio de imagens da destruição provocada pelas chuvas. A colaboração dos internautas chegou a ser explorada também como notícia durante a programação do Jornal Nacional – também da Rede Globo – com o público que participou intensamente da cobertura jornalística dos desastres.

Três dias depois da veiculação da edição do dia 6 de abril de 2010, o programa do canal nacional de notícias GloboNews, *Entre Aspas*, falou sobre o jornalismo colaborativo em rede nacional, “A cobertura ficou enriquecida com relatos e imagens de pessoas que estavam em diferentes lugares – ilhados, inundados – mas com uma câmera ou um celular na mão”<sup>9</sup>. Na locução da apresentadora do programa, Mônica Waldvogel: “Onde não chegava o repórter havia o internauta, o espectador, o leitor sempre de câmera na mão”. Segundo um dos convidados do programa, o editor do G1, David Butter, foram mais de trezentos vídeos enviados e publicados no portal.

A colaboração do público com conteúdos noticiosos é importante para a democratização das notícias porque a informação não fica submetida a apenas o viés dos veículos de comunicação, mas também ao ponto de vista da audiência.

Para Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003) em *Os elementos do jornalismo*, a humildade por parte dos jornalistas no que diz respeito às suas próprias habilidades ou capacidade de apurar e relatar um fato sozinhos pode levar a uma cobertura mais precisa dos fatos. “Uma ótima forma de evitar a distorção dos fatos é manter uma honestidade disciplinada sobre os limites dos nossos próprios conhecimentos e o poder de nossas próprias percepções” (Kovach; Rosenstiel, 2003: 134).

Apesar de ser necessário que o jornalista ouça o que o público tem a acrescentar sobre os acontecimentos, é essencial que critérios sejam estabelecidos para se veicular o que é enviado pela audiência.

---

<sup>9</sup> Disponível em <[www.globonews.globo.com/Jornalismo](http://www.globonews.globo.com/Jornalismo)>. Acessado em 9 de abril de 2010.

### 3 Site Overmundo

O Overmundo, que pode ser acessado no endereço [www.overmundo.com.br](http://www.overmundo.com.br), é um site colaborativo com o objetivo de difundir manifestações e produções da cultura nacional, que normalmente não “têm a devida expressão nos meios de comunicação tradicionais”<sup>10</sup>.



Ilustração 1: Página principal do site Overmundo. Acessada no dia 22 de junho de 2010.

Em entrevista<sup>11</sup> realizada por email em abril de 2010, Viktor Chagas, jornalista e coordenador editorial do Overmundo, explicou que “o Overmundo foi criado em 2006 pela MovimentoBR, empresa que congrega atividades de seus quatro sócios fundadores (Hermano Vianna, José Marcelo Zacchi, Ronaldo Lemos e Alexandre Youssef). No entanto, precisamente porque os objetivos do Overmundo nos apontam para fins de interesse público, entendemos que suas ações estariam melhor abrigadas em uma organização da sociedade civil de interesse público

<sup>10</sup> Disponível em <[www.overmundo.com.br](http://www.overmundo.com.br)>. Acessado em 20 de março de 2010

<sup>11</sup> Vide anexo 2.

(Oscip), de modo que o Instituto Overmundo foi fundado para abrigar as ações do site e de outros projetos tocados pela Equipe Overmundo”.

Em março de 2007 quando o site completou seu primeiro ano de funcionamento, haviam cerca de 16 mil colaboradores cadastrados e 500 mil visitantes individuais. Em 2010, o número de colaboradores cadastrados passou para pouco mais de 40 mil usuários, além de mais de um milhão de visitantes.

A ferramenta usada é o jornalismo colaborativo; cada usuário é convidado a colaborar na divulgação de notícias de manifestações culturais normalmente não cobertas pela mídia tradicional. Teatro, música e festas populares; o Overmundo propõe uma janela para que pessoas de dentro e fora do país possam divulgar a cultura brasileira mais regional.

Quem se cadastra e passa a ser um colaborador do Overmundo, tem quatro opções de classificar o conteúdo que deseja publicar: *Overblog*, *Banco de Cultura*, *Guia* e *Agenda*. No *Overblog*, os colaboradores podem divulgar notícias de cultura; no *Banco de Cultura*, é possível publicar poemas, textos e até teses e dissertações. Na seção *Guia* os usuários podem sugerir um lugar, um evento ou serviço que recomendam. Na *agenda*, pode-se divulgar a programação de um evento cultural.

OVERMUNDO [faça seu login](#) | [novo usuário? registre-se](#) [ajuda?](#) PATROCÍNIO

[overblog](#) [banco de cultura](#) [guia](#) [agenda](#) [perfis](#) [o que é instituto](#)

# overblog

artigos, entrevistas e críticas sobre cultura do Brasil

região: **todos** estado: **todos** município: **seleccione o estado**  
categoria: **todas** categoria: **todas** ordenação: **por overpontos**

rss desta seleção

colaborações 1 a 10 de 8454 [início](#) < [anteriores](#) | [próximos](#) > [fim](#)

## Botando banca na Copa! · Rio de Janeiro, RJ

8 [Viktor Chagas](#) · Rio de Janeiro, RJ · 18/6/10 · 32

- ô China, você é Chinês do Norte ou do Sul? – pergunta Seu Alves, o titular da Banca do Alves, jornalista tradicional da Cinelândia, no Centro do Rio. A pergunta, no contexto da Copa, obviamente não se referia à ascendência chinesa do personagem em questão, mas a uma eventual “espionagem” norte-coreana, no jogo de estreia da seleção na África do Sul. Seu Alves é tricolor-roxo... [+](#)

**meu painel**  
→ [publicar](#)  
→ [edição colaborativa](#)  
→ [colaborações recentes](#)

**filtro por estado**  
Seleccione...

**busca por tag**

**observatório**

### Copa do Mundo e Festa Junina! O quê que o Overmundo tem?

Olha a chuva! É mentira... Olha a Copa! Essa é de verdade!

Ilustração 2: Página principal da seção *Overblog*. Acessada no dia 22 de maio de 2010.

O processo de postagem de conteúdos é fácil e rápido e quem desejar pode publicar o conteúdo na seção *Edição Colaborativa* por 48 horas<sup>12</sup>, onde outros colaboradores podem fazer sugestões de edição, podendo ser acatadas pelo autor, ou não.

Segundo o coordenador editorial do Overmundo, Viktor Chagas, nenhuma forma de controle de edição é exercida sobre os conteúdos enviados pelos usuários: “Nosso objetivo é descentralizar ao máximo as ações de moderação do site.”

A falta de controle por parte de uma só equipe responsável por moderar o conteúdo do site, acaba por permitir alguns problemas da atualização e na organização do que é enviado pelos colaboradores, como veremos na página 30, no capítulo de discussão de resultados.

No Overmundo, as notícias e informações que estão na página inicial do site são escolhidas pelos próprios usuários e colaboradores. Os usuários dispõem de uma ferramenta de votação simples, para eleger as notícias e conteúdos mais interessantes. Os conteúdos mais votados pelos usuários vão para a página principal do site.

A escolha do site Overmundo como objeto de estudo para esta monografia justifica-se pelo caráter colaborativo não somente do conteúdo, mas de toda a proposta do site.

Viktor Chagas menciona na entrevista um dos textos de apresentação do site, que caracteriza o viés colaborativo do Overmundo: “Nenhuma equipe de jornalistas, não importa seu tamanho ou competência, consegue cobrir ou filtrar a quantidade cada vez maior de coisas importantes que acontecem pelo país. [...] lançamos o desafio: todo(a) cidadã(o) brasileiro pode aqui contribuir para promover todos os aspectos da nossa produção cultural que lhe interessem. O Overmundo, por uma questão de princípios, não funcionará sem a colaboração de muita gente.”

A proposta do site Overmundo de cobrir as lacunas deixadas pela mídia tradicional na cobertura da cultura brasileira levanta questões importantes como a necessidade do jornalismo colaborativo e a situação atual do jornalismo.

Do ponto de vista de análise, o site Overmundo foi escolhido por agrupar entre seus colaboradores usuários jornalistas e não jornalistas, o que permite uma

---

<sup>12</sup> Disponível em <[www.overmundo.com.br/estaticas/tour\\_secoes.php](http://www.overmundo.com.br/estaticas/tour_secoes.php)>. Acessado em abril de 2010.

análise de conteúdo das notícias de ambos os tipos de fontes de informação sobre o mesmo tema de cultura, na internet.

## 3.1 Apresentação e discussão dos resultados

Nesta seção pretende-se apresentar as conclusões prévias da análise de conteúdo do site Overmundo através das publicações de dois usuários colaboradores, um jornalista, Anand Rao, e outro não jornalista, Alexandre Barreto.

O conteúdo geral do site também foi observado devido aos vários acessos realizados para o andamento da pesquisa. A conclusão desta análise também está presente neste capítulo devido à sua relevância para o trabalho como um todo.

### 3.1.1 Análise do site Overmundo

A não obrigação de se realizar atualização constante não influencia na qualidade daquilo que é publicado; pelo contrário, pode até cooperar para a elaboração de notícias mais bem apuradas e completas, sem que haja a pressão da periodicidade.

As ferramentas de moderação disponíveis para os colaboradores do Overmundo, como marcar uma notícia com alerta, no caso de o conteúdo ter sido postado no lugar errado ou se foi considerado impróprio, podem ajudar a manter notícias sempre atuais e em sintonia com a proposta do site de gerar informações de interesse público sobre cultura. Mas não foi comprovado que essa moderação colaborativa funcione.

8 **Viktor Chagas** Rio de Janeiro, RJ  
18/6/2010 - 32:3 - 5

- ô China, você é Chinês do Norte ou do Sul? – pergunta Seu Alves, o titular da Banca do Alves, jornalista tradicional da Cinelândia, no Centro do Rio. A pergunta, no contexto da Copa, obviamente não se referia à ascendência chinesa do personagem em questão, mas a uma eventual “espionagem” norte-coreana, no jogo de estreia da seleção na África do Sul.

Seu Alves é tricolor-roxo e nasceu na Bahia (baiano nasce ou estreia?). Sua banca é uma das mais concorridas na Cinelândia, praça que representa muito no capital histórico e político do Rio de Janeiro. Verdadeira Broadway carioca no início do século passado, hoje a Cinelândia possui apenas o atrativo do Odeon, sala de cinema remanescente que fica logo em frente à Banca do Alves. Ao lado do Odeon, o **Verdinho** – bar que divide com o **Amarelinho** a boemia da Avenida Rio Branco.

Nesta terça, Verdinho e Amarelinho transmitiam “Brasil vs. Coreia do Norte” em esquema de reserva de mesas para seus clientes, o que inevitavelmente deixava a maior parte do público do lado de fora, apenas acompanhando o jogo de longe, nas televisões de tela plana dos bares. O Odeon realizava

multidão se acotovelando no Verdinho

teve de plasma e banca vazia - não é todo mundo que tem o íbope do Seu Alves

Olha a chuva! E mentira... Olha a Copa! Essa é de verdade!

O período é de muita festa e de torcer muito, o que também acaba virando... [+leia](#)

**overmixter**

No Overmixter você encontra samples, vocais e remixes em licenças livres. Confira os mais votados, ou envie seu próprio remix!

[+conheça o overmixter](#)

ferramentas

- enviar por e-mail
- imprimir
- alerta

veja também

Ilustração 3: Uma das notícias publicadas na seção *Overblog*.

No site Overmundo as notícias e conteúdos publicados são filtrados pela própria comunidade de usuários. Os colaboradores são os que decidem quais matérias merecem crédito, e dispõem de ferramentas para votar nas notícias que mais gostam. As matérias mais votadas acabam indo para a página principal do site, fazendo com que a própria exibição e escolha das matérias que aparecem na página inicial do Overmundo são estabelecidas pelos próprios usuários cadastrados.

Apesar disso, verificou-se uma notícia desatualizada na página principal do site, e alguns conteúdos que não se encaixavam com a seção onde foram publicados.

No Overmundo, também se pode observar que muitos perfis de colaboradores não possuíam nenhum tipo de contato, como e-mail, nem mesmo o nome completo do usuário, deixando para o público somente o nome de usuário do site, que pode ser até uma invenção ou apelido do colaborador; dessa forma, torna-se difícil, mas não impossível, responsabilizar o usuário desconhecido em caso de difamação, notícias falsas ou conteúdo impróprio no site.

O coordenador editorial do Overmundo, Viktor Chagas, informou em entrevista que as informações pessoais dos usuários ficam visíveis apenas à administração do Overmundo:

Na verdade, ao se cadastrar no Overmundo, todo e qualquer colaborador registra seu nome completo, e-mail, e CPF, o que é uma quantidade mais precisa e autenticável de dados do que costuma requerer a maioria dos sites, jornalísticos ou não, na internet. Estas informações, contudo, são visíveis apenas para os administradores do site, a fim de que seja respeitada nossa Política de Privacidade.<sup>13</sup>

Desta forma, no caso de difamação ou informações falsas serem publicadas no Overmundo, em não havendo a informação para o público quanto ao usuário que publicou a notícia, a administração do Overmundo deve ser acionada ou até responsabilizada.

De maneira geral, se pode averiguar que o caráter inteiramente colaborativo do site Overmundo pode resultar em acréscimo de informação sobre cultura para o jornalismo tradicional e para o público; mas talvez seja necessária uma vigilância maior do conteúdo, para que o público usuário do Overmundo, que usa o site para se informar sobre cultura, não fique prejudicado.

O fato de o Overmundo abrir espaço para qualquer um publicar conteúdos de cultura, que não são devidamente destacados pela mídia tradicional, permite que

---

<sup>13</sup> Em entrevista realizada por e-mail em maio de 2010.

notícias de interesse público realmente sejam publicadas e acrescentem informações que o cidadão talvez não encontre em outros veículos. Mas a análise das notícias mencionadas mais adiante, na seção de conteúdos enviados pelos colaboradores, permite concluir que o formato inteiramente colaborativo do Overmundo não caracteriza jornalismo colaborativo, mas um canal para qualquer pessoa publicar conteúdo com viés cultural, até mesmo de publicidade; o resultado são materiais publicados sem a atenção para a isenção, objetividade e imparcialidade, regras básicas do jornalismo.

Na análise das notícias mencionadas neste trabalho, percebeu-se até a falta de reportagem, sendo que nenhum dado foi investigado ou apurado, porque os autores das notícias foram suas próprias fontes.

Em entrevista realizada em maio de 2010, o coordenador editorial do site Overmundo, Viktor Chagas, informou que a garantia de credibilidade do que é publicado no site, está no filtro que é realizado pelos próprios colaboradores.

O que garante isto é o filtro da própria comunidade. Um único jornalista dizer que um assunto "A" não merece ser coberto não nos diz muita coisa, tanto quanto uma única pessoa dizer que um assunto "B" merece ser pauta dos noticiários. Mas um número "X" de pessoas indicando que o assunto "B" merece uma cobertura extensiva e deve ganhar destaque em nossas páginas é o método que encontramos para tornar confiável o mecanismo editorial do Overmundo. Por isso, chamamos o site de colaborativo. Não apenas porque qualquer pessoa pode publicar um conteúdo, mas também porque qualquer pessoa pode selecionar seus destaques e mesmo moderar abusos e violações de direitos.<sup>14</sup>

### **3.1.2 Conteúdo enviado pelos colaboradores**

Durante a análise dos conteúdos enviados pelos dois colaboradores escolhidos – um jornalista e outro não jornalista – verificou-se que durante o período de um mês, de 25 de março a 25 de abril de 2010, foram publicadas apenas duas matérias por parte do colaborador não jornalista, Alexandre Barreto, e duas matérias pelo colaborador jornalista, Anand Rao. Desta forma se pode observar que não houve preocupação por parte de ambos os colaboradores em manter constantes atualizações no site.

Dentre os materiais publicados, três foram postados na seção de notícias do Overmundo, o *Overblog*, e um na seção de serviços, de programação de eventos culturais: *Agenda*.

---

<sup>14</sup> Vide anexo 3.

As seguintes matérias foram publicadas por Anand Rao, jornalista: “VI Salão de Cultura do Brasil”, e “Anand Rao musica textos sobre Brasília” veiculadas no *Overblog*. Ambas seguiam o critério do site de falar sobre cultura.

O próprio autor se inclui no texto, escrevendo algumas vezes em terceira pessoa, outras em primeira pessoa. Pode-se observar também que ambas as matérias promoviam o próprio autor, que além de jornalista é músico.

Com 04 CDs lançados e 20 livros publicados. Anand Rao, é o único que desenvolve o MPBJazz no Brasil. O MPBJazz consiste na harmonização, musicalização, de textos da plateia como de um poeta previamente pautado. Nesta sexta, o músico estará sozinho no palco, e a plateia será seu parceiro, portanto, é fundamental a presença de todos pois, é um show interativo. (trecho de “Anand Rao musica textos sobre Brasília”, publicado no dia 22 de abril de 2010) <sup>15</sup>

O texto “VI Salão de Cultura do Brasil” não foi construído de forma a começar do mais importante para o menos importante, de acordo com a teoria da pirâmide invertida. Foi um relato em primeira pessoa com as impressões do autor em um evento cultural. Muitas das informações sobre o próprio evento, como data, local exato etc., ficaram esquecidas diante da descrição pessoal do autor de suas próprias impressões e opiniões acerca daquele evento e de personalidades que estavam presentes.

O VI Salão do Livro do Tocantins foi um verdadeiro show. Participei do mesmo como músico pois, componho músicas na hora no palco veja tudo no Portal Cultural Anand Rao ([www.anandraobr.com](http://www.anandraobr.com)) e como jornalista. Musico tudo, poesia, receita de médico [...] enfim, é uma verdadeira festa a minha apresentação mas, quero mesmo falar aqui é da organização, do ecletismo, da magia do VI Salão do Livro. (trecho de “VI Salão da Cultura do Brasil” publicado no dia 27 de março de 2010) <sup>16</sup>

Na matéria “Anand Rao musica textos sobre Brasília” foram observados alguns elementos do *lead* como “quem”, “quando” e “onde”; o autor escreve em terceira pessoa boa parte do texto, e escreve sobre ele mesmo.

O músico, poeta e jornalista Anand Rao ([www.anandaobr.com](http://www.anandaobr.com)) vai musicar nesta sexta-feira (23 de abril) às 21 h no Café com Letras, na 203 Sul com couvert a R\$ 10,00 (dez reais) por pessoa todo o tipo de texto escrito para Brasília. De prosa a verso, de bilhete a conto, tudo será musicado no palco na frente de todos. Por isso convida jornalistas, poetas, advogados, contistas, enfim, todos que mexem com a arte de escrever para o prestigiar. (trecho de “Anand Rao musica textos sobre Brasília”, publicado no dia 22 de abril de 2010)

---

<sup>15</sup> Disponível em <[www.overmundo.com.br/overblog/anand-rao-musica-textos-sobre-brasilia](http://www.overmundo.com.br/overblog/anand-rao-musica-textos-sobre-brasilia)>. Acessado em 29 de abril de 2010.

<sup>16</sup> Disponível em <[www.overmundo.com.br/overblog/vi-salao-da-cultura-do-brasil-por-anand-rao](http://www.overmundo.com.br/overblog/vi-salao-da-cultura-do-brasil-por-anand-rao)>. Acessado em 29 de abril de 2010.

De maneira geral a liberdade de veiculação e o fato de que não há um controle sobre o que é veiculado no Overmundo permitem que os autores utilizem seus perfis no site como um meio de promoção pessoal e espaço para expressar opiniões, o que pode prejudicar a veiculação de notícias de interesse público.

A matéria veiculada no *Overblog* pelo colaborador não jornalista Alexandre Barreto seguiu o viés de cultura proposto pelo site. O texto segue o formato da pirâmide invertida e informa bem o leitor sobre o assunto da notícia, que é o lançamento do novo álbum da banda Pata de Elefante. O autor não se inclui no texto e se limita a explicar sobre a banda e seus trabalhos musicais.

Após dois anos de estrada com a bem sucedida turnê do CD "*Um Olho no Fósforo, Outro na Fagulha*", percorrendo os principais festivais do Brasil, da conquista do VMB 2009 e da participação no projeto Instrumental RS patrocinado pelo programa Petrobras Cultural, a Pata de Elefante inaugura sua parceria com a Gravadora Trama lançando dia 9 de abril "*Na Cidade*" no Álbum Virtual ([www.albumvirtual.com.br](http://www.albumvirtual.com.br)). (trecho de "Ouça Pata de Elefante e veja imagens 'Na Cidade'", publicado no dia 8 de abril de 2010) <sup>17</sup>

O colaborador Alexandre Barreto, apesar de não se incluir no texto, mantém uma relação próxima com a banda Pata de Elefante, tendo sido empresário da banda e assessora o grupo para o lançamento de um CD no Rio de Janeiro. Desta forma pode-se perceber que o colaborador não jornalista, Alexandre Barreto, também utiliza o Overmundo como canal de promoção de interesses pessoais.

O coordenador editorial do Overmundo, Viktor Chagas, em entrevista realizada em maio de 2010<sup>18</sup>, afirmou que essa liberdade de usar o Overmundo como canal de promoção de conteúdos pessoais, colabora com a difusão de notícias com credibilidade, apesar de alguns princípios éticos no jornalismo, como a objetividade e a imparcialidade, serem contrários a essa posição.

O Overmundo é um site colaborativo e, como tal, está aberto a receber quaisquer colaborações, jornalísticas em sentido estrito ou não. Nós, entretanto, acreditamos que não há nada que indique que uma informação interessada vá contra a ética jornalística. [...] o Overmundo cumpre seu papel de permitir expressão e dar visibilidade a artistas e produtores culturais que não ganham a devida cobertura pelos meios de comunicação tradicionais. O filtro da própria comunidade é sensato o suficiente para indicar o que é spam e o que não merece credibilidade. [...] Acreditamos que uma notícia interessada transforma seus autores de fontes

---

<sup>17</sup> Disponível em <[www.overmundo.com.br/overblog/ouca-pata-de-elefante-e-veja-imagens-na-cidade-1](http://www.overmundo.com.br/overblog/ouca-pata-de-elefante-e-veja-imagens-na-cidade-1)>. Acessado em 10 de abril de 2010.

<sup>18</sup> Vide anexo 3.

secundárias em fontes primárias, e isto só nos faz lhes atribuímos mais crédito. Quem melhor do que você para falar do que acontece no seu quintal? <sup>19</sup>

Desta forma, identifica-se uma inversão nos valores éticos do jornalismo uma vez que tanto na imprensa tradicional como no jornalismo colaborativo, a isenção do jornalista ou do colaborador com relação ao assunto que está sendo noticiado é critério básico para que se atribua credibilidade ao conteúdo publicado. O único interesse que deve estar embutido na veiculação de notícias é o interesse público.

O outro conteúdo publicado pelo colaborador não jornalista, foi postado na seção de serviço, *Agenda*, e dentro do modelo de informação e serviço, deixa o leitor a par do assunto e responde às perguntas “o quê”, “quando” e “onde”.

Através dessa análise se pode observar que tais notícias, como as analisadas dos colaboradores Anand Rao e Alexandre Barreto, podem conter conteúdos verídicos e trazer informações com viés cultural, mas não configuram o gênero jornalismo colaborativo, uma vez que os conteúdos observados tendem mais à publicidade.

O jornalismo colaborativo, feito pela audiência e pelo público, se caracteriza por trazer efetivamente informação de interesse público. Como já foi discutido neste trabalho, o jornalismo feito pelos cidadãos busca produzir informação de forma isenta, precisa e objetiva. Ainda que erros quanto ao formato e apresentação da notícia, como falhas no lide, sejam percebidos em conteúdos gerados pela audiência, a questão principal de se fazer notícias de interesse público livres de subjetividade e interesse é o que caracteriza jornalismo, seja feito por jornalistas ou por cidadãos.

---

<sup>19</sup> Em entrevista realizada por email em maio de 2010.



## Conclusão

A partir do estudo teórico e da análise realizada do site Overmundo e das relações entre jornalismo tradicional e o jornalismo colaborativo, entende-se que o jornalismo se encontra em um momento histórico em que, de fato, notícias e conteúdos também estão sendo produzidos pelo público que encontrou na internet o meio ideal para se manifestar, colaborar com os veículos de comunicação e expressar opiniões.

Apesar de o Overmundo abrir o canal para o jornalismo colaborativo e receber a colaboração efetiva dos usuários com conteúdos sobre cultura, ainda não é válido afirmar que no site é realizado jornalismo colaborativo efetivamente, pela existência de notícias e conteúdos que mais caracterizam publicidade e autopromoção do que jornalismo.

O conteúdo produzido pelo público pode ou não cooperar com o jornalismo e com a veiculação de informação de qualidade. No tocante aos critérios de noticiabilidade, a audiência que também publica, opina e acrescenta dados sobre fatos determinados nem sempre tem a preocupação de checar informações, tornar a notícia clara e compreensível e, muitas vezes, não tem o discernimento correto do que é notícia e do que é opinião. Ao mesmo tempo, a multiplicidade de olhares e de pontos de vista pode cooperar para melhorar o jornalismo, com o enriquecimento de dados e de fontes.

A mídia tradicional já perdeu a exclusividade de detentora da informação por causa da internet. As notícias são publicadas e chegam ao público hoje independentemente da apuração da imprensa. Até os próprios jornalistas utilizam a internet e fontes alternativas, como redes sociais, para realizar apurações.

Da mesma forma, o público não deveria gerar conteúdo sem o olhar de jornalista. A falta de formação prévia de jornalismo, de uma base de critérios básicos de noticiabilidade, como interesse público e veracidade por parte do público, pode resultar mais em opinião do que em informação. Mas público e jornalistas trabalhando em conjunto, poderiam gerar resultados positivos no tocante à veiculação de informações úteis à sociedade.

Essa interação pode resultar em jornalismo mais completo, em notícias mais bem apuradas e de interesse público, construídas por diferentes olhares e pontos de vista.

O fato é que, independentemente do olhar crítico de jornalista, o público está tomando também o papel de provedor da informação. O próprio caráter colaborativo da internet e das ferramentas nela encontradas, como os blogs e os fóruns, já abriram um caminho sem volta para a participação do público e a troca colaborativa de informações.

O jornalismo, assim como em outros momentos históricos, novamente procura se adaptar a um novo meio de comunicação, com linguagem e demanda próprias. Mas pela primeira vez, busca se adaptar em um meio de comunicação que também permite a participação do público.

A internet, em constante transformação, se reinventa com novas ferramentas e possibilidades de interação cada vez mais independentes dos veículos tradicionais de comunicação.

É preciso analisar mais o jornalismo colaborativo e a participação do público através da internet e o que essa nova realidade pode significar para a sociedade e para o jornalismo.

Ainda é necessário pesquisar onde será o lugar do jornalismo nesse ambiente colaborativo e qual papel vai exercer, e se de fato a interação e o trabalho conjunto de jornalistas e audiência é o novo caminho na comunicação, deve-se ainda analisar como se daria essa interação.

## Referências bibliográficas

### Livros

BRAMBILLA, Ana. 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.

GOMIS, Lorenzo. *Teorias del periodismo: cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós, 1991.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Edição Editorial, 2003.

MARTY, François; REYES, Jesus. *Manual de reportaje*. Habana: S.E, 1950.

PENA, Felipe. *Teoria do jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.

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.

ROCHA, Jorge. *Participatory Journalism: conceitos e práticas informacionais na Internet*. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UERJ – 5 a 9 de setembro de 2005.

SÁNCHEZ, Pablo Santiago. Jornalismo colaborativo, estudo exploratório da seção Repórter Web da revista Info-Exame. Monografia de graduação apresentada no dia 8 de junho de 2007 ao Centro Universitário de Brasília.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. *Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 5ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

### Internet

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. *We Media: How The Audiences Are Shaping The Future Of News And Information, 2003*. Disponível em <[www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf)>. Acessado em março de 2010.

BRUNS, Axel. *Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News, 2003*. Disponível em <[http://eprints.qut.edu.au/189/1/Bruns\\_Gatewatching.PDF](http://eprints.qut.edu.au/189/1/Bruns_Gatewatching.PDF)>. Acessado em maio de 2010.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. S.D. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acessado em maio de 2010.

LEMOS, Ronaldo; BRANCO JÚNIOR, Sérgio Vieira. *Copyleft , Software Livre e Creative Commons: A Nova Feição dos Direitos Autorais e as Obras Colaborativas*. Disponível em [http://virtualbib.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2796/Copyleft\\_Software\\_Livre\\_e\\_CC\\_A\\_Nova%20Feicao\\_dos\\_Direitos\\_Autorais\\_e\\_as\\_Obras\\_Colaborativas.pdf?sequence=1](http://virtualbib.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2796/Copyleft_Software_Livre_e_CC_A_Nova%20Feicao_dos_Direitos_Autorais_e_as_Obras_Colaborativas.pdf?sequence=1)>. Acessado em março de 2010.

MOURA, Catarina. Jornalismo na era Slashdot. Disponível em <[http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=moura-catarina-jornalismo-slashdot.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=moura-catarina-jornalismo-slashdot.html)>. Acessado em abril de 2010.

SALAVERRÍA, Ramón. *De La Pirâmide Invertida Al Hipertexto*, 1999. Disponível em <<http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/piram.htm>>. Acessado em abril de 2010.



## Anexo 2

Entrevista realizada por e-mail em abril de 2010 com o coordenador editorial do Overmundo, Viktor Chagas.

1. Quando o site Overmundo foi criado?

O Overmundo foi criado em março de 2006, mas desde fins de 2005 já mantínhamos um pequeno blog para “esquentar os tamborins”. Você pode conhecer um pouquinho mais da história do site nas nossas páginas sobre o Overmundo.

2. No primeiro ano de funcionamento eram quantos colaboradores?

Quando completamos um ano de funcionamento do site, em março de 2007, havíamos atingido a marca de cerca de 16 mil colaboradores cadastrados, com uma média de 500 mil visitantes individuais mensais.

3. E agora em 2010?

Temos em 2010 uma média de 1 a 1,1 milhão de visitantes únicos e pouco mais de 40 mil colaboradores cadastrados.

4. No que consiste o Instituto Overmundo? Foi o instituto que originou o site?

Não. Justamente ao contrário. O Overmundo foi criado em 2006 pela MovimentoBR, empresa que congrega atividades de seus quatro sócios fundadores (Hermano Vianna, José Marcelo Zacchi, Ronaldo Lemos e Alexandre Youssef). No entanto, precisamente porque os objetivos do Overmundo nos apontam para fins de interesse público, entendemos que suas ações estariam melhor abrigadas em uma organização da sociedade civil de interesse público (Oscip), de modo que o Instituto Overmundo foi fundado para abrigar as ações do site e de outros projetos tocados pela Equipe Overmundo. Mais sobre o instituto pode ser encontrado em: <http://www.institutoovermundo.org.br/>.

5. Qual o objetivo do site Overmundo?

O objetivo do Overmundo é servir de canal de expressão, debate e distribuição para a produção cultural do Brasil e de comunidades de brasileiros espalhadas pelo mundo afora tornar-se visível em toda sua diversidade. Mais em: [http://www.overmundo.com.br/estaticas/proposta\\_editorial.php](http://www.overmundo.com.br/estaticas/proposta_editorial.php).

Com relação aos conteúdos que são publicados no Overmundo:

1. O Overmundo edita os conteúdos enviados pelos seus usuários? Se sim, como é feita essa edição?

Não. Temos condição de administrar esses conteúdos, mas não exercemos esse controle. Nosso objetivo é descentralizar ao máximo as ações de moderação do site, por isso, temos um mecanismo de alerta em todas as colaborações publicadas.

2. Quem se responsabiliza pelas matérias publicadas? Em caso de difamação, conteúdo falso etc., quem é responsável pelo conteúdo, o usuário ou o site?

O Overmundo se constitui como mero canal para debate e reflexão acerca da cultura brasileira. As opiniões expressas nos conteúdos publicados não são de responsabilidade do site. Esta questão é apresentada de forma bastante transparente em nossos Termos de Uso.

3. Por que difundir a cultura brasileira através do jornalismo colaborativo?

O modelo colaborativo é apenas um entre diversos meios. A escolha reflete muito de nossos princípios. No texto que apresenta o Overmundo, há um trecho bem esclarecedor a esse respeito: “Nenhuma equipe de jornalistas, não importa seu tamanho ou competência, consegue cobrir ou filtrar a quantidade cada vez maior de coisas importantes que acontecem pelo país. Por outro lado, vitoriosos projetos online, como a multiplicação dos blogs e da Wikipedia, sugerem um outro caminho para lidar com esse enorme acúmulo de informação cultural, com cada vez maior descentralização. Seguindo esses exemplos, lançamos o desafio: todo(a) cidadã(o) brasileiro pode aqui contribuir para promover todos os aspectos da nossa produção cultural que lhe interessem. O Overmundo, por uma questão de princípios, não funcionará sem a colaboração de muita gente.”

## Anexo 3

Entrevista realizada por e-mail em maio de 2010 com o coordenador editorial do Overmundo, Viktor Chagas.

1. Eu observei que no Overmundo muitos usuários não colocam nenhum tipo de contato como email, telefone, website, só o nome de usuário. Isso não é prejudicial ao site no caso de algum desses usuários postarem conteúdos indevidos, difamadores, etc.?

Na verdade, ao se cadastrar no Overmundo, todo e qualquer colaborador registra seu nome completo, email, e CPF, o que é uma quantidade mais precisa e autenticável de dados do que costuma requerer a maioria dos sites, jornalísticos ou não, na internet. Estas informações, contudo, são visíveis apenas para os administradores do site, a fim de que seja respeitada nossa Política de Privacidade.

Recomendo a você que, caso não otenha feito ainda, registre-se no Overmundo. Você verá que, no ato do cadastro, o CPF autentica a informação sobre o nome completo do colaborador.

2. Eu pesquisei dois colaboradores do Overmundo entre o dia 25 de março e o dia 25 de abril. Um deles, Anad Rao, afirmou ser jornalista. Percebi que ele colocou conteúdos no Overblog que praticamente promoviam ele mesmo, porque ele é músico, e postou algumas notícias sobre seus próprios shows, algumas escritas até em terceira pessoa.

Eu pergunto a você se o Overmundo toma cuidado com esse tipo de coisa, já que isso vai contra o jornalismo e pode até comprometer a credibilidade do site.

O Overmundo é um site colaborativo e, como tal, está aberto a receber quaisquer colaborações, jornalísticas em sentido estrito ou não. Nós, entretanto, acreditamos que não há nada que indique que uma informação interessada vá contra a ética jornalística. Temos bons exemplos que inclusive apontam o contrário. Um publicitário de Mato Grosso, por exemplo, certa feita publicou uma matéria belíssima sobre uma das mais famosas artistas plásticas de seu estado, coincidentemente sua esposa. Outro jornalista, em dada ocasião, resolveu publicar uma matéria baseada na coletiva que havia participado com uma artista de quem é fã. Casos como esses, tanto quanto o caso que você menciona, só nos mostram que o Overmundo cumpre seu papel de permitir expressão e dar visibilidade a artistas e produtores culturais que não ganham a devida cobertura pelos meios de comunicação tradicionais. O filtro da própria comunidade é sensato o suficiente para indicar o que é spam e o que não merece credibilidade. Mas isto certamente não se confunde com o confronto nítido entre subjetividade e objetividade. Acreditamos que uma notícia interessada transforma seus autores de fontes secundárias em fontes primárias, e isto só nos faz lhes atribuímos mais crédito. Quem melhor do que você para falar do que acontece no seu quintal?

3. O que garante aos leitores e as pessoas que utilizam o Overmundo para se informarem sobre a cultura nacional, que os colaboradores postam notícias de interesse público e não usam o site como um meio de promoção pessoal?

O que garante isto é o filtro da própria comunidade. Um único jornalista dizer que um assunto "A" não merece ser coberto não nos diz muita coisa, tanto quanto uma única pessoa dizer que um assunto "B" merece ser pauta dos noticiários. Mas um número "X" de pessoas indicando que o assunto "B" merece uma cobertura extensiva e deve ganhar destaque em nossas páginas é o método que encontramos para tornar confiável o mecanismo editorial do Overmundo. Por isso, chamamos o site de colaborativo. Não apenas porque qualquer pessoa pode publicar um conteúdo, mas também porque qualquer pessoa pode selecionar seus destaques e mesmo moderar abusos e violações de direitos.





