



Universidade Federal do Rio de Janeiro
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Escola de Comunicação

Jornalismo Participativo: das novas formas de autoria à crise do diploma

Camila Teixeira Konder

Rio de Janeiro

2007

Universidade Federal do Rio de Janeiro
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Escola de Comunicação

Jornalismo Participativo: das novas formas de autoria à crise do diploma

Monografia apresentada ao corpo docente da Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos para a obtenção do diploma de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo.

Camila Teixeira Konder

Orientador: Prof^a. Heloisa Buarque de Hollanda

Rio de Janeiro

2007

Universidade Federal do Rio de Janeiro
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Escola de Comunicação

Jornalismo Participativo: das novas formas de autoria à crise do diploma

Monografia apresentada ao corpo docente da Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos para a obtenção do diploma de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo.

Camila Teixeira Konder

Prof.^a Heloisa Buarque de Hollanda

Prof. Ilana Strozenberg

Prof. Paulo César Castro

Rio de Janeiro, de dezembro de 2007.

Nota:

Obrigada à mestre de hoje e sempre, a mui querida Helô.

“A inteligência coletiva requer, para funcionar, um clima de confiança generalizado, a ausência de corrupção, a transparência de todas as informações pertinentes, uma comunicação transversal e interativa e a mobilização voluntária de todas as competências.”

Pierre Levy

Resumo

KONDER, Camila Teixeira. *Jornalismo Participativo: das novas formas de autoria à crise do diploma*. Rio de Janeiro, 2007. Bacharelado em Comunicação Social, Especialização em Jornalismo – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

O presente trabalho tem como alvo de estudo o impacto da internet 2.0 nas práticas jornalísticas dos dias de hoje. Estamos vivendo uma nova era, em que qualquer pessoa com um computador à mão e uma idéia na cabeça passa ao status de autor. O jornalismo participativo nasce, justamente, nesse contexto de autoria ilimitada. O conceito é simples: todo cidadão é um potencial repórter. Com o advento de *sites* de criação aberta e coletiva, o jornalista deixa de ser o *gatekeeper* da informação. A reportagem dos fatos diários passa às mãos dos cidadãos comuns. O surgimento desse novo personagem leva a dois questionamentos básicos. Como se garante a credibilidade do conteúdo veiculado, quando o autor não tem compromisso com os princípios básicos que regem a prática do jornalismo? Além disso, se todo internauta produz a sua própria informação, existiria a necessidade da participação de jornalistas formados no processo? A partir dessas duas questões, é traçado um perfil do jornalismo participativo na *web* 2.0, levando em conta duas manifestações do gênero: o brasileiro BrasilWiki e o sul-coreano *OhmyNews*.

Palavras-chave: Internet 2.0, Participação, Jornalismo Cidadão, Credibilidade, Diploma

Abstract

KONDER, Camila Teixeira. Participatory Journalism: from new ways of authorship to a diploma's crisis. Rio de Janeiro, 2007. Graduation in Social Communication, Specialized in Journalism – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

The study aims to discuss the impact that web 2.0 causes on the practice of journalism at the present time. We are now living in a new age, when everyone that has a computer in hands and a good idea in mind has the capacity to become an author. Participatory journalism was born in this context of unlimited authorship. The concept is simple: every citizen is a potential reporter. With the advent of collaborative publishing environments in the net, the journalist loses the position of information's gatekeeper. News reportage becomes a citizen duty and right. The appearance of this new subject leads us to two basic questionings. How can you guarantee that the content published in these on-line papers is credible, when its author isn't committed with the basic principles that prevail among graduated journalists? Other than that, if every citizen is a reporter, should graduated journalists be involved in the process? With these two questions in mind, a profile on participatory journalism is built based on the observation of two experiences of the kind: brazilian Brasil Wiki and south Korean OhmyNews.

Key Words: Internet 2.0, Participation, Citizen Journalism, Credibility, Diploma

Índice

1. INTRODUÇÃO.....	9
Objetivo	
Justificativa	
Metodologia	
2.WEB 2.0 E NOVAS FORMAS DE AUTORIA.....	12
2.1. Uma nova internet é possível.....	12
2.2. Os princípios da Web 2.0.....	13
2.3. O novo papel do internauta.....	17
3. JORNALISMO PARTICIPATIVO: DOS MODOS DE PRODUÇÃO À CRISE DO DIPLOMA.....	22
3.1 O nascimento.....	22
3.2 Os modos de produção.....	24
3.3 Credibilidade em pauta.....	26
3.4 Crise do Diploma.....	31
4. ESTUDOS DE CASO: CIDADÃOS-REPÓRTERES NO BRASIL E NO MUNDO.....	35
4.1 Ohmy News International: every citizen is a reporter.....	35
4.1.1 A origem e o ideal.....	35
4.1.2 O site e suas seções.....	36
4.1.3 A participação.....	38
4.1.4 Publicidade e remuneração.....	40
4.2 Brasil Wiki: Você é o repórter.....	41
4.2.1 Quem somos e de onde viemos.....	41
4.2.2 O site e suas seções.....	42
4.2.3 A equipe e a participação.....	44

4.2.4 BrasilWiki e a publicidade.....	47
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51
ANEXOS.....	53
A – Página Inicial do OhmyNews.....	54
B – Página de Notícia do OhmyNews.....	55
C – Página Inicial do BrasilWiki.....	56
D – Página de notícia do BrasilWiki.....	57

1. Introdução

Desde os seus primórdios, na década de 1990, a internet revolucionou os processos de comunicação. Com espaço ilimitado para troca de informações, a *World Wide Web* se transformou em um veículo de comunicação e de relação essencial sobre o qual se baseia uma nova forma de sociedade, que já é realidade – aquela que Manuel Castells chama de sociedade em rede.

Nessa rede, a prática do jornalismo sempre teve cadeira cativa. Em meados dos anos 1990, os jornais tradicionais do Brasil e do mundo começaram a marcar presença no ambiente virtual da *web* com versões *on-line* de suas publicações. Nas publicações virtuais, o leitor passou a ter acesso grátis a todo, ou quase todo, o conteúdo das versões impressas. Além disso, ele também passou a dispor da atualização das notícias em tempo real. Sem as limitações de *deadline* para impressão ou de grade horária de programação, essas edições *on-line* possibilitam acompanhar cada desdobramento da notícia no momento que ela acontece.

No entanto, o que interessa ao presente estudo não é exatamente o jornalismo das grandes corporações, como O Globo, Folha de São Paulo, ou mesmo o *New York Times*. O alvo do nosso trabalho é um novo tipo de jornalismo, que surgiu na rede com o advento das tecnologias da era 2.0.

Golpe de marketing ou não, a verdade é que a era 2.0 trouxe um novo entendimento das ferramentas disponíveis na rede. As tecnologias características da internet passaram a ser usadas de modo a permitir que qualquer cidadão publique informações, sem custo adicional. Dessa forma, a *web* 2.0 abriu um novo e vasto campo de ação para o jornalismo, até então parcamente explorado. Em *sites* de produção colaborativa, o jornalismo passou a ser feito por milhares de mãos – que não, unicamente, as de jornalistas. No mundo 2.0, as páginas virtuais se abrem para os textos feitos pelos próprios cidadãos. Pessoas do mundo inteiro publicam matérias sobre a realidade que as cercam, na condição privilegiada de testemunha ocular daquilo que reportam. Todo esse processo acontece sem a necessidade de um diploma.

Essa nova atividade, que chamamos aqui ora de jornalismo participativo, ora de jornalismo cidadão, abre uma nova – e interessante – perspectiva nos meios de comunicação. Com as páginas dos jornais virtuais abertas a qualquer pessoa, a prática jornalística se reveste de uma liberdade de expressão sem precedentes. Não há mais as amarras da ideologia de uma corporação. O lucro deixa de ser o principal objetivo do processo de produção da notícia. O jornalismo não é mais encarado como um negócio. Foi justamente esse novo panorama para a

produção de informação que motivou a escolha do tema. A participação de cada cidadão na produção do noticiário propicia um jornalismo mais diversificado. Com a notícia feita de cidadão para cidadão, num processo horizontalizado, o jornal deixa de expressar a visão unilateral de uma grande corporação e passa a englobar os múltiplos olhares de cada internauta. Assim, um mundo de informações que nunca tinham conseguido espaço nas manchetes é abordado pela primeira vez – e com destaque de primeira página.

A proposta do presente estudo é explorar essa nova prática jornalística que embarcou na onda da internet 2.0. Temos como objetivo conhecer as novas tecnologias que propiciaram o surgimento do jornalismo participativo na rede. Além disso, conceituaremos o jornalismo participativo em si e investigar os seus modos de produção na *web*. Vamos investigar a motivação que leva cada cidadão a colaborar com o noticiário, além de analisar as grandes responsabilidades que vem junto com a promoção ao “cargo” de cidadão-repórter.

Como metodologia para a análise, vamos efetuar uma revisão bibliográfica sobre o tema, concentrada, principalmente, em artigos publicados na própria rede. Também entrevistaremos jornalistas que participam desse novo movimento de inserção do público no noticiário, convidando-o a passar de receptor a emissor a todo o momento, durante o processo de comunicação. Por fim, analisaremos os *sites* pioneiros na prática do jornalismo cidadão no Brasil e no mundo.

No primeiro capítulo, exploraremos as novidades e potencialidades da *web* 2.0. Vamos lançar nossos olhares nas tecnologias de publicação e compartilhamento de dados, nos *sites* das mais diversas naturezas que adotaram essas novas ferramentas e observaremos como essas ferramentas são úteis à participação no jornalismo. Além da pura análise dessas ferramentas, vamos estudar o novo entendimento sobre o funcionamento da rede - que advém, justamente, das tecnologias 2.0. Para os adeptos da nova geração, a internet deve servir de plataforma para a ação dos usuários. Nessa lógica, os *sites* viram espaços de criação pública. O público passa à condição de autor e o processo de produção de conhecimento e de inteligência na rede passa a se dar de forma coletiva.

No segundo capítulo, entramos definitivamente no universo do jornalismo participativo. Analisaremos como surgiu a idéia de abrir a autoria também nas páginas dos jornais. Vamos estudar como se processa e quais são as regras que regem a colaboração dos internautas. Mas, antes disso, vamos observar como esse fenômeno ganhou espaço – ainda que limitado – nos *sites* de grandes veículos de comunicação, através de mecanismos de interação e, até mesmo, de publicação de alguns textos selecionados em seções onde o leitor é o repórter. Em seguida, passaremos aos espaços em que não só uma seção, mas todo o jornal é

feito pelo público. A partir dessa análise, levantamos duas importantes questões no exercício do jornalismo cidadão. Quando a possibilidade de reportar deixa de ser exclusividade do jornalismo, como é possível garantir a credibilidade das informações publicadas? Vamos estudar como os adeptos do jornalismo cidadão lidam com a questão da credibilidade e listaremos algumas das ferramentas existentes nos *sites* colaborativos, com a finalidade de promover a veracidade das informações publicadas. Também nos perguntaremos qual papel fica reservado ao jornalista por profissão, quando todo cidadão pode ser repórter. Um primeiro olhar indica uma possível crise do diploma, desencadeada pelo fim do *gatekeeping* por parte dos profissionais.

Ao terceiro capítulo fica a responsabilidade de comprovação ou não desse e de outros pontos-de-vista explicitados ao longo do trabalho. Vamos analisar duas experiências colaborativas que têm por base algumas das tecnologias da internet 2.0: o site brasileiro BrasilWiki e o sul-coreano *OhmyNews*. Vamos investigar o processo de produção do noticiário de cada um, abordando questões sobre participação e credibilidade. Também vamos observar como o jornalista diplomado se insere na rotina de trabalho desses *sites*, além de averiguar qual é o papel e o peso da publicidade em cada um deles. Em resumo, buscaremos uma compreensão mais aprofundada de como as teorias sobre colaboração previamente analisadas funcionam na prática do dia-a-dia do jornalismo cidadão.

Por fim, ressaltamos que o mundo da participação é amplo e ainda está em desenvolvimento. Por estas razões, o tema está longe de ser esgotado por esse trabalho. Também por essa condição de processo ainda em aberto, a bibliografia sobre o assunto não é completa. Portanto, ainda há muito que se estudar sobre esse novo e fascinante campo do jornalismo. Por enquanto, esperamos ser parte dessa descoberta de um novo mundo e esperamos poder inspirar o leitor a empreender novas aventuras sobre o assunto em pauta.

2. Web 2.0 e novas formas de autoria

2.1. Uma nova internet é possível

O termo “web 2.0” foi primeiro comunicado e conceituado no ano de 2004. Ele foi criado pelos empresários da Media Live International Tim O’Reilly e Dale Dougherty para descrever as tendências e os modelos de negócios que sobreviveram à crise do setor de tecnologia nos anos 1990. Segundo eles, a década de 90 foi a era do estouro da bolha do *dot.com*, quando o mercado da internet se mostrou saturado. Mas, O’Reilly e Dougherty lembram que é, justamente, a partir de uma crise que surgem as revoluções tecnológicas. De acordo com O’Reilly (2005), os momentos de perturbação nos mercados marcam o ponto em que uma tecnologia nova e ascendente está pronta para conquistar o seu lugar nos negócios. Durante uma sessão de *brainstorm*, O’Reilly e Dougherty notaram que os acontecimentos da década de 90 não haviam afetado a importância da internet na vida das pessoas. Pelo contrário, cada vez mais a rede era fundamental na rotina de cada um.

Além disso, eles também perceberam que, dentre as companhias, serviços e tecnologias que sobreviveram ao estouro da bolha, havia uma característica comum: todos eles seguiam uma lógica de colaboração e interação. Além disso, todos romperam as barreiras entre criação e fruição de conteúdo. O’Reilly definiu essa nova geração da seguinte forma:

Web 2.0 é a mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva (O’Reilly, 2005, p. 1).¹

O termo foi se tornando popular. Hoje, ele já conta com 9,5 milhões de citações no Google. Mas ainda há muita discussão em torno desse conceito. Muitos defendem que essa nova era da rede seria apenas um golpe de marketing. Web 2.0 seria apenas um termo de impacto criado pelos empresários do setor para vender novidade, sem que ela realmente exista. Outros ainda defendem que não estamos tratando de uma revolução tecnológica, mas de uma revolução de atitude em relação à rede. Contudo, para melhor entendermos essa discussão, é necessário destrinchar o conceito criado por O’Reilly e Dougherty e saber o que realmente eles realmente queriam dizer com ele.

¹ Citação colhida do blog Web 2.0 BR - <http://web2.0br.com.br/conceito-web20/>, no dia 26/08/2007.

Durante a já citada reunião em 2004, O'Reilly e Dougherty reuniram algumas características específicas dessa nova geração da internet. O quadro a seguir enumera algumas das características que eles enumeraram nesse encontro:

Web 1.0	-->	Web 2.0
Sites pessoais	-->	Blogs
Especulação de endereços dos sites	-->	Otimização dos mecanismos de busca
Publicação	-->	Participação
Sistemas de gerenciamento de conteúdo	-->	Wikis
Diretórios (taxonomia)	-->	"Tagging" (folksonomia)
Rigidez de conteúdo	-->	Flexibilização de conteúdo

A lista, no entanto, não pára por aí. Segundo O'Reilly, é possível pensar na Web 2.0 como um grupo de princípios e práticas em que não há um limite duramente definido, nem um centro de ações específico.

2.2. Os princípios da Web 2.0

A primeira característica da web 2.0 trata de como se deve enxergar a rede nessa nova fase. Na era 2.0, a internet passa a funcionar como uma plataforma. O ideal agora é que o software e/ou o serviço na rede sirva como uma espécie de facilitador para o usuário. Os programas 2.0 funcionam como mediadores, conectando o internauta à experiência on-line. Vejamos o exemplo do Google². O software em si não hospeda o conteúdo que o usuário da rede procura. Ele só encurta o caminho que este usuário vai percorrer até chegar à informação desejada. O Google é uma plataforma para outros sites na internet. Contudo, também não se pode pensar nele como uma simples aglomeração de ferramentas de busca. O formato do Google faz com que ele seja um banco de dados interminável. O Google reúne informações que estão dispersas na rede e que seriam de difícil localização sem o auxílio de uma ferramenta de busca. Assim, vemos que sem os dados existentes na web, as ferramentas do Google seriam inúteis. Mas sem o software, os internautas não conseguiriam gerenciar esses dados com eficiência.

O mecanismo seguido pelo Google também ressalta outro princípio da era 2.0. O sucesso do software veio do entendimento de um conceito que Chris Anderson chamou de teoria da cauda longa. A idéia de Anderson é que a força da internet está nas suas bordas, e

² www.google.com.br

não no seu centro. Em outras palavras, o grande volume de conteúdo disponível na web não está nos sites das grandes empresas, mas sim na coleção de informações dispostas nos sites pequenos.

Em decorrência da filosofia da cauda longa, surge uma necessidade essencial à era 2.0: a criação de serviços e de programas de gerenciamento de dados que consiga abranger a rede como um todo, desde o centro até às bordas, desde a cabeça até à cauda longa. Como já vimos, os dados na estão dispersos pelo ambiente virtual e, para acessá-los, os internautas precisam de um software que entenda e saiba lidar com essa abrangência da rede. Um bom exemplo de programa com essa capacidade é o BitTorrent³, um software de compartilhamento de arquivos. O software segue a filosofia de que cada usuário é uma importante fonte de dados. No BitTorrent, cada usuário coloca à disposição os arquivos que tem no seu computador para que outros internautas possam baixá-los. Esses arquivos são quebrados em pequenos fragmentos, que podem ser baixados de fontes múltiplas. Ou seja, você pode baixar um filme inteiro facilmente, pois cada “pedaço” baixado não vem, necessariamente do mesmo computador. Na verdade, quanto mais popular for o arquivo – ou seja, quanto mais fragmentos dele estiverem espalhados pela rede – mais eficiente será o *download* dele. A partir desse processo, o BitTorrent consegue atingir todos os cantos da rede e coloca à disposição do internauta um sem-número de dados.

Um outro princípio 2.0 surge nesse ponto da discussão. Na nova era da rede, o serviço on-line vai melhorando na medida em que mais pessoas o utilizam. No caso do BitTorrent, esse conceito é bem evidente. Quanto mais usuários aderem o programa, mais dados ficam disponíveis para *download* e mais pessoas passam a procurar o software. Cada consumidor do produto entra com seus próprios recursos para o negócio e, assim, o negócio como um todo cresce. Vemos, mais uma vez, que o serviço 2.0 funciona como um facilitador, conectando as bordas da rede entre si e dando poder para cada um dos usuários.

Com o exemplo do BitTorrent em mente, vemos que os softwares e serviços da nova era funcionam como suporte para a produção de conhecimento coletivo. São os usuários que geram o conteúdo, enquanto os programas permitem que eles adicionem esse conteúdo à rede e criem ligações – *hiperlinks* – entre eles. Esses *links* funcionam de forma semelhante às sinapses cerebrais. Uma informação vai sendo ligada a outra, seja por afinidade de assunto, seja por gosto pessoal. Essas associações vão se tornando mais fortes através da repetição e da

³ www.bittorrent.com

intensidade, e vão crescendo organicamente como o resultado da atividade coletiva dos usuários da rede.

A experiência do Flickr⁴ mostra de forma bastante clara o processo de conexão entre os conteúdos. Para estabelecer essas conexões, o Flickr se utiliza de um outro conceito característico da *web 2.0*: a folksonomia, em contraste ao que se poderia chamar de taxonomia. A folksonomia é um estilo colaborativo de categorizar dados na rede. Essa categorização da informação é feita através de palavras-chave ou, como são chamadas na rede, *tags*. No Flickr, que é uma espécie de diário fotográfico on-line, o usuário pode atribuir várias palavras-chave a uma mesma fotografia. A foto de um cão pode receber tanto a etiqueta de “fofo” quanto a etiqueta de “pit bull”. Esse “etiquetamento” permite associações múltiplas, em vez das categorias rígidas, como as propostas nos diretórios dos sites 1.0. Trata-se de uma livre associação de conteúdo, semelhante a que acontece no nosso cérebro.

Vemos, portanto, que sites como o Flickr e o BitTorrent, simplesmente não seriam viáveis sem a contribuição de seus usuários. Assim, deparamo-nos com mais um e talvez o mais importante princípio da *web 2.0*. O pilar principal dessa nova geração da rede é a colaboração. Sem a contribuição dos internautas, a experiência 2.0 seria impossível. É o caso da Wikipedia⁵. Um dos sites mais visitados na internet, a Wikipedia é uma enciclopédia on-line, cuja base é a noção de que todo internauta é um possível autor. Trata-se de um experimento radical, em que todos têm a possibilidade de escrever um verbete e vale a confiança no que cada um adiciona. É uma experiência que tem como lema o ditado: “Com olhos suficientes, todos os *bugs* são raros” (Raymond apud O’Reilly, 2005).

Para melhor entender esse lema, é preciso compreender o funcionamento da Wikipedia. Foi a tecnologia *wiki* que tornou esse projeto possível. Um *wiki* é um software que permite que páginas virtuais sejam livremente modificadas por seus visitantes. Alguns *wikis* são restritos a usuários cadastrados, enquanto outros são de acesso aberto e irrestrito, possibilitando que qualquer um que navegue na rede efetue uma modificação.

O *wiki* foi inventado em 1995 pelo programador Ward Cunningham. O primeiro *wiki* da história tinha como tema programação de sistemas e permitia que os usuários cadastrados participassem ativamente, produzindo conteúdo. Além disso, atualizações, edições, remoções e correções também não eram exclusivas ao dono da página. Os usuários podiam - e deviam - adicionar suas considerações, além de modificar e enriquecer o conteúdo já existente. Dessa forma, Cunningham desenvolveu uma das ferramentas mais adequadas à produção

⁴ www.flickr.com

⁵ www.wikipedia.com.br

colaborativa na internet. Com anos de antecedência, o programador teve influência indireta no sucesso do que viria a ser chamado de *web 2.0*.

Cunningham deu à sua criação o nome de *WikiWikiWeb*, em referência a uma viagem que tinha feito ao Havaí. *Wiki*, no dialeto havaiano, significa “rápido”. Rapidez e dinamismo eram princípios intrínsecos ao software que ele tinha desenvolvido. Contudo, o termo *wiki* também vem sendo interpretado como *what I know is*⁶, por causa do funcionamento colaborativo característico do programa.

Outro ponto fundamental do *wiki* é a sua linguagem. Cunningham parece ter previsto as principais características da Web 2.0, pois se baseou nelas antes mesmo de elas serem convencionadas. O software que criou é simples, não requer nenhum tipo de longa aprendizagem, nem conhecimentos específicos. A interação entre o texto e o internauta disposto a alterar ou criar algum verbete se dá no próprio navegador através de comandos simples.

A participação dos usuários requer, no entanto, a presença de uma arquitetura e de um design que encoraje e torne natural a colaboração. A verdade é que apenas uma quantidade pequena de usuários se esforçaria para adicionar valor ao aplicativo intencionalmente. Os sites 2.0 têm uma estrutura tal que, à medida que o internauta navega em busca de seus interesses, ele, automaticamente, constrói valor coletivo como subproduto. Trata-se de uma colaboração por *default*. Vejamos o funcionamento dos *blogs*. O usuário que vai até um *blog*, lê um post e comenta a leitura colabora por *default*, pois, ao mesmo tempo que busca a informação no texto, produz conteúdo no comentário. Essa participação é incentivada por uma interface facilitadora. Trata-se de uma arquitetura que faz da colaboração algo natural. E tudo isso é feito sem a necessidade de um software pesado e complexo.

Dessa forma, identificamos outro princípio caro à *web 2.0*. O software deve ser leve para ser facilmente carregado pelo computador do usuário, afinal uma pessoa irritada com uma página que não carrega dificilmente vai contribuir para o enriquecimento do banco de dados desse site. Os programas 2.0 funcionam de modo a facilitar a organização e a adição de dados. Não se trata mais de tentar controlar o que acontece do outro lado da conexão. Deve-se apenas ter as portas abertas para o que esse outro lado tem a contribuir. O design e a arquitetura do site 2.0 favorecem a remixagem do conteúdo. As barreiras para o uso e para a reutilização da informação devem ser as menores possíveis. Segundo O’Reilly, trata-se da lógica do *hackability* ou, em tradução livre, hackeabilidade da informação disponível.

⁶ Tradução livre: “o que eu sei é”

Essa hackeabilidade é possível porque os softwares 2.0 não tratam os usuários e seus computadores como dispositivos isolados. É lógico que qualquer aplicativo da *web* não trabalha com máquinas solitárias. Afinal, por mais simples que ele seja, o aplicativo envolve pelo menos dois computadores – o que hospeda o servidor da internet e o que hospeda o *browser*. É importante lembrar que as características da *web* 2.0 não são, por muitas vezes, novas. Na maioria dos casos, elas eram traços já existentes na rede, mas que passaram a ser usados de uma outra forma - de modo a potencializar o aspecto da rede como plataforma. A idéia aqui é conectar computadores no mundo todo, mas não simplesmente ligar um ao outro. O ambiente dos programas 2.0 incentiva uma cooperação entre essas máquinas – todas usando e produzindo informações mutuamente. Quanto mais terminais forem ligados à rede, mais novos serviços se tornarão possíveis. Serviços como boletins do tráfego *real time*, informações do tempo constantemente atualizadas e, como jornais colaborativos, como examinaremos com mais cuidado nos próximos capítulos.

2.3. O novo papel do internauta

A partir das características expostas acima, é possível constatar que a *web* 2.0 é construída visando uma única meta: elevar o usuário à condição de autor. Nesse novo ambiente virtual, o internauta é, ao mesmo tempo, receptor e emissor. Todos os usuários estão aptos a adicionar conteúdo à rede. Cada pessoa conectada à internet evolui à condição de produtor de conteúdo.

Vemos, portanto, que a era 2.0 marca a transição dos sites como ilhas isoladas de informação para plataformas de conteúdo interativas. Trata-se de um verdadeiro fenômeno social, que tem como base a comunicação aberta e compartilhada. Estamos testemunhando o fim da rede como simples fonte para consulta, como simples baú de informação. Com a *web* 2.0, inaugura-se o conceito da rede como plataforma participativa.

De acordo com René de Paula Jr., editor do *blog* “Roda e Avisa”⁷ e membro da equipe de projetos especiais da Yahoo! Brasil, “na *web* 2.0, não somos mais nômades caçadores e coletores: temos nome, plantamos, conteúdo, colhemos conhecimentos e criamos novos mundos”⁸. Na nova era da rede, a produção de conteúdo deixa de partir de um pólo único e passa a emanar de múltiplos emissores. A ênfase deixa de ser na publicação (ou emissão) e passa à participação. Assim, a *web* 2.0 se consolida como um espaço para o surgimento de

⁷ <http://www.usina.com/rodaeavisa/>

⁸ Citação tirada do *blog* Web 2.0 BR - <http://web2.0br.com.br/conceito-web20/>, no dia 26/08/2007.

novos autores. Todos que tenham acesso a um computador e uma conexão à rede passam a ser produtores de conteúdo em potencial.

Esse processo de ampliação da autoria ocorreu de forma bem demarcada. Na geração 1.0, a comunicação na rede se dava de forma unidirecional. Predominavam dois modelos de disseminação da informação: o *one-to-one*⁹ e *one-to-many*¹⁰. Nesse primeiro momento, a comunicação na internet se dava de forma verticalizada, à semelhança do modo como acontece nas mídias de massa tradicionais. A *web* 1.0 se preocupava apenas em reproduzir o sistema de comunicação vigente, em que a informação parte sempre de um único emissor e é endereçada a uma grande massa de receptores. Dessa forma, a condição de produtor de conteúdo é monopólio e privilégio de poucos.

O surgimento de sites 2.0 trouxe um novo formato para a circulação da informação na rede. Nesses novos espaços on-line, o internauta é convidado a passar de receptor a emissor a todo o momento. O conhecimento e a informação passam a ser construídos de forma colaborativa. O conteúdo na internet passa a fluir num sistema que poderíamos chamar de *many-to-many*¹¹. Nesse sistema, a informação vem de novas e múltiplas fontes, por todos e quaisquer internautas. Com a abertura da rede para colaboração, a informação disponível na internet passa a ser carregada da personalidade do seu autor. Extingui-se a passividade da era 1.0 para se encorajar um espírito mais crítico em relação ao conteúdo que se vê na rede.

É interessante notar que essa forma de produção estimula a criação de comunidades - não por proximidade física, mas por interesses comuns. De acordo com Simão (2006, p. 21), “a facilidade de publicar originou comunidades que se juntam em torno de um interesse ou tema comum, o que leva depois à existência de relações interpessoais que fortalecem o sentido de comunidade”.

Nessas comunidades, vale a teoria de que quanto mais participantes, melhor e mais preciso é o conteúdo. Essa idéia é baseada no fato de que a grande quantidade de internautas contribui para a atualização, a confirmação e a validação dos dados disponíveis. Novamente, trata-se da participação de cada usuário enriquecendo o conteúdo da rede. No entanto, devemos lembrar que a colaboração dos usuários suscita longas discussões. Muitos não acreditam no sistema de verificação pelos internautas e questionam a confiabilidade do conteúdo publicado por eles.

⁹ Em tradução livre, um-para-um. Por exemplo, e-mails de um remetente para um destinatário.

¹⁰ Em tradução livre, um-para-muitos. Por exemplo, sites com informação disponível para leitura.

¹¹ Em tradução livre, muitos-para-muitos.

Voltamos ao exemplo da tecnologia *wiki*. Desde o seu surgimento, os *wikis* sofreram duras críticas em relação à possibilidade de ataque de vândalos. O vandalismo aqui consiste em apagar dados importantes, adicionar informações erradas e produzir conteúdos impróprios ou ofensivos. São comuns ainda atos de vandalismo que tenham como intenção a autopromoção do autor, além da divulgação e defesa de uma determinada ideologia ou religião. As críticas à confiabilidade das informações produzidas pelos internautas são freqüentemente rebatidas com o conceito de participação “saudável”.

De acordo com os adeptos dos *wikis*, esse tipo de participação é muito mais numeroso do que a contribuição mal-intencionada. Ainda de acordo com os defensores do programa, com um maior número de pessoas trabalhando cooperativamente, de forma *pró-wiki*, atos de vandalismo são corrigidos, na maior parte das vezes, em menos de dez minutos¹². A correção é facilitada pelos históricos de alterações que a maioria os *wikis* possui. Esse histórico contribui para a velocidade das correções de conteúdos equivocados ou violentos. Dessa forma, afirma-se que os *wikis* têm uma espécie de proteção contra o vandalismo e essa salvaguarda do conteúdo fica a cargo dos próprios usuários.

Com a participação acumulada dos internautas e com o histórico das suas colaborações, os *wikis* são bancos de dados com diferentes versões de cada informação. Portanto, o usuário tem a liberdade de escolher e tornar oficiais versões mais antigas de uma informação. Se um verbete na Wikipedia contar com um dado suspeito ou com algum erro intencional, ou ainda se alguma informação for apagada, o internauta pode resgatar o conteúdo anterior a essas alterações. Se alguém ofende alguma personalidade ou pessoa pública¹³, o próximo usuário da página pode re-publicar o artigo com as correções necessárias e com os dados verídicos sobre essa pessoa. O sistema de arquivamento de alteração permite que nenhum dano permanente ocorra ao *wiki*.

Os servidores dos *wikis* também podem tentar bloquear o acesso do internauta com histórico de vandalismo à página em questão. Quando algum conteúdo é alvo constante de propagandas ideológicas ou atos de vandalismo, é possível limitar as alterações a usuários cadastrados ou simplesmente bloquear a edição de determinados textos.

Contudo, a discussão não se esgota aí. A produção colaborativa ainda desperta ávidos debates sobre credibilidade da informação criada. Como podemos assegurar que as correções

¹² Dado referente à correção de verbetes na Wikipedia.

¹³ Na Wikipedia, vários verbetes são alvos de ofensa. É o caso da página sobre o atual presidente dos Estados Unidos, Geroge W. Bush, que sofreu freqüentes ataques de vândalos depois da invasão do Iraque, em 2003.

necessárias serão efetivamente realizadas? Existem casos específicos em que a credibilidade da informação disponível é essencial. Vejamos o caso da prática do jornalismo na rede.

Observando a evolução da profissão, é possível perceber que a sua prática sempre foi baseada em tecnologia. Foi assim com o surgimento da impressão, com a ascensão do rádio e com a chegada da televisão. Não poderia ser diferente com a revolução que acompanhou o nascimento da *world wide web*, em 1994. De acordo com Castells (2003), a internet é um meio de comunicação, de interação e de organização social. Portanto, um espaço apropriado e rico para a prática do jornalismo.

Os primeiros jornais on-line surgiram no fim da década de 1990¹⁴. No entanto, eles se limitaram a traduzir conteúdos dos meios tradicionais - como impresso, jornal e rádio – para a rede. Não havia um jornalismo feito e voltado para a rede propriamente dita. Para Canavilhas, só é possível falar em um real webjornalismo nos anos 2000:

No início do ano 2000, falei pela primeira vez em webjornalismo. Nessa altura o objetivo era marcar uma diferença entre o jornalismo que existe NA web e o jornalismo pensado PARA A web. Fundamentalmente tratava de marcar uma fronteira entre o uso da Internet como meio e como suporte. Mas o tempo acabou por mostrar que não estamos perante duas realidades diametralmente opostas, mas antes perante um estágio de evolução que culminará numa forma de jornalismo capaz de tirar partido de todas as potencialidades da Internet. (Canavilhas, 2007)¹⁵

Explorar as potencialidades da rede é, justamente, o que os jornalistas vêm fazendo nos últimos anos. Cada vez mais, os jornais on-line constroem conteúdo independente das suas versões nos veículos tradicionais para a edição on-line. Além disso, devido à velocidade e o dinamismo característicos da *web*, os jornais on-line passaram a ser o lugar do furo jornalístico e, portanto, pauta para as mídias tradicionais. Aqui, interessa-nos analisar uma manifestação característica também desse tempo, mas filha da geração 2.0 de softwares: os jornais colaborativos.

Tanto no Brasil, como em outras partes do mundo, a tecnologia 2.0 vem sendo aplicada na construção de sites jornalísticos de produção colaborativa. Neles, não são apenas editores, redatores e repórteres que divulgam informações. Nos jornais colaborativos da era 2.0, qualquer pessoa pode (e deve) virar um repórter. Para tanto, basta ter um teclado à mão e uma matéria na cabeça.

¹⁴ No Brasil, Folha de São Paulo e Jornal do Brasil disputam a posição de pioneiros no jornalismo on-line.

¹⁵ Citação colhida de <http://www.webjornalismo.com/webjornalismo.php> em 20/9/2007.

Assim, o jornalismo deixa de ser monopólio dos grandes grupos de comunicação. Vemos, na *web 2.0*, a possibilidade da prática de um jornalismo verdadeiramente cidadão. Essa perda de influência dos mediadores culturais tradicionais seria, segundo Levy (2003), um salto sem precedentes na liberdade de expressão. Essa liberdade, no entanto, tem um preço. As páginas abertas são alvos fáceis para vândalos e produtores de falsos conteúdos. Como saber se a informação nesses sites jornalísticos tem compromisso com a verdade? Além disso, se todo cidadão pode ser um repórter, qual a função que sobra ao jornalista? Assunto para o próximo capítulo.

3. Jornalismo Participativo: dos modos de produção à crise do diploma

3.1. O nascimento

De acordo com Dale Peskin, co-diretor do *The Media Center*, existem três maneiras de se pensar o modo como a sociedade se informa. A primeira é achar que o público é ingênuo e que, por isso, lerá e assistirá a qualquer coisa. A segunda é acreditar que o público precisa de um intermediário informado para dizê-lo o que é bom, importante e significativo no campo da informação. A terceira maneira é que o público é inteligente o suficiente para que, com as ferramentas certas, selecione conteúdos por si só e chegue a sua versão da verdade.

Na maior parte da história do jornalismo, predominaram a primeira e a segunda visões. A veiculação da informação sempre foi privilégio das instituições com autoridade e riqueza suficientes para poder dominar os meios de distribuição. Nesse sentido, o jornalismo parte sempre das grandes corporações e a divulgação da informação é exclusividade dos jornalistas diplomados e contratados por essas empresas.

A nós, interessa saber o que acontece quando o jornalismo deixa de ser monopólio dessas corporações e dos jornalistas em si e passa a ser uma experiência compartilhada. Como isso pode acontecer? Justamente com o advento de tecnologias que analisamos no capítulo anterior. Com os softwares da era 2.0, qualquer um pode adicionar dados à rede. Assim, a distribuição de informação se torna livre e acessível a qualquer um que queira comunicar algo.

A partir da possibilidade de qualquer internauta veicular a sua própria informação, surge o fenômeno que Peskin (2003) chama de *We Media*¹⁶. “Nós licenciamos o *We Media* como um modo de começar a entender como cidadãos comuns, aparelhados com tecnologia digital que conecta conhecimento no mundo todo, estão contribuindo e participando com suas próprias verdades, com suas próprias notícias (Peskin, 2003, p.5)”.

Esse conceito se aproxima muito do conceito de jornalismo participativo, que Shayne Bowman e Chris Willis definem como “o ato de um cidadão, ou de um grupo de cidadãos, ter um papel ativo no processo de apurar, reportar, analisar e disseminar notícias e informação” (2003, p.12). Eles dizem ainda que “o objetivo dessa participação é fornecer a informação independente, confiável, apurada, relevante e abrangente que uma democracia requer” (2003, p.12).

¹⁶ Em tradução livre: Nós, a mídia.

Trata-se de uma nova era da informação, em que qualquer pessoa pode ser um repórter. A internet é o espaço ilimitado de publicação para um jornalismo intrinsecamente cidadão. O jornalista formado deixa de ser o guardião da informação. Dessa forma, ocorre uma descentralização do processo jornalístico inédita. Mas esse processo se deu aos poucos.

O início da era da colaboração no jornalismo data é bastante recente. A sua primeira manifestação se deu quando os sites de jornais tradicionais se abriram para o público, através de mecanismos de interatividade. Segundo Bowman e Willis (2003), os atentados de 11 de setembro nos Estados Unidos foram a primeira notícia coberta com participação dos leitores, através dos *blogs*. Com o caos que havia se instalado no país e a impossibilidade de cobrir absolutamente tudo, os jornais on-line pediram a participação do público. Fotos, informações de testemunhas oculares e histórias de tragédias pessoais ajudaram a descrever coletivamente o que estava acontecendo. Esse tipo de participação também foi observado logo antes da invasão do Iraque pelos Estados Unidos. Bowman e Willis lembram o caso da BBC. Sem repórteres fotográficos suficientes para registrar os protestos que aconteceram em todo mundo, a BBC pediu os leitores que mandassem suas fotos, tiradas em câmeras digitais ou até em celulares. As melhores foram publicadas no site da BBC¹⁷.

Observando o que acontecia nos Estados Unidos, os sites noticiosos brasileiros também abriram as portas para o leitor. Inicialmente, a abertura se deu a partir do comentário. Cada notícia do Globo Online¹⁸, por exemplo, tem uma seção de comentários aberta aos leitores no fim do texto. No site da Folha de São Paulo¹⁹, os leitores ajudam a “ranquear” as matérias. O site disponibiliza diversos rankings: das matérias mais lidas, das mais comentadas, das mais indicadas a amigos, etc. O G1²⁰, por sua vez, inaugurou recentemente uma sessão bastante interativa. Trata-se do “Vc no G1” - uma parte do site destinada inteiramente a matérias feitas e mandadas pelos leitores.

É importante ressaltar que as formas de participação citadas acima são todas mediadas pelos jornalistas profissionais. De acordo com Márcia Menezes, editora-chefe do G1, todas as notícias enviadas pelos leitores passam pelo filtro de seus editores. As informações são checadas e o texto passa por uma revisão completa, levando em conta tanto a linha editorial, quanto a construção gramatical e sintática. Vamos analisar, no entanto, outras formas de colaboração, independentes dos veículos de massa. Queremos falar de uma forma de

¹⁷ www.bbc.com

¹⁸ www.globo.com.br

¹⁹ www.folhaonline.com.br

²⁰ www.g1.com.br

jornalismo que parte dos próprios cidadãos, sem uma grande corporação central por trás de todo o processo.

3.2. Os modos de produção

Para melhor definir nosso objeto de estudo, podemos citar uma diferença crucial entre o tipo de jornalismo a que nos referimos e o jornalismo das grandes empresas. Nos veículos tradicionais, a produção da notícia tem que se adequar a uma lógica comercial – a de quem quer vender jornais e quer garantir audiência. O jornalismo, nesse caso, vira uma espécie de refém da publicidade, que sustenta a folha de pagamento da empresa. O jornalismo participativo, contudo, não precisa se preocupar com vendas. Os softwares utilizados para viabilizar os jornais on-line são, por muitas vezes, gratuitos. Os cidadãos que contribuem, também em sua maioria, não estão atrás de pagamento pela sua produção.

A partir dessa diferença, a lógica da produção da notícia muda de figura. A frase de ordem nos veículos das grandes empresas de comunicação é “filtre e, depois, publique”. Cabe aos editores do jornal decidir que tipo de notícias vai alavancar as vendas. No entanto, os jornais colaborativos on-line não vendem suas notícias. Assim, a lógica se inverte. A ordem do dia é “publique e, depois, filtre”. Nesse caso, o público leitor é quem bate o martelo sobre quais notícias têm qualidade suficiente para permanecer on-line. O mecanismo editorial aqui age depois do fato e não antes, como nos veículos tradicionais. Esse tipo de jornalismo segue a estratégia de *bottom-up news*²¹. Assim, cabe a nós perguntar: como esse tipo de jornalismo está tomando forma na rede?

No jornalismo participativo, o internauta pode exercer diversos papéis no processo de produção da notícia. O meio mais primário de todos é o comentário. Através do comentário, o público pode dar uma resposta ao conteúdo que está lendo e, portanto, contribuir com a sua experiência pessoal no relato de um fato. Essa é a forma mais antiga de participação na rede. Com o acesso à banda larga e com o barateamento de certos produtos eletrônicos, o internauta também passou a publicar suas fotos e vídeos na rede, contribuindo com veículos de comunicação tradicionais. Contudo, com o advento das tecnologias 2.0, a participação do público foi potencializada a um patamar muito superior.

²¹ Segundo Bowman e Willis, 2003, o *bottom-up news* é um fenômeno emergente, em que quase não se observa uma definição editorial engessada ou sobrecarga de trabalho jornalístico formal ditando decisões de um grupo. As notícias partem de baixo – da massa de cidadãos participantes – para cima – o site da publicação. No sistema inverso, a notícia parte da publicação para a massa de cidadãos.

Com a possibilidade de adicionar à rede conteúdo próprio na íntegra, o público passa a fazer às vezes do repórter. Ele constrói a sua própria matéria a partir dos elementos que estão a sua volta, com dados e texto próprios. E, por muitas vezes, consegue até “furar” os jornais tradicionais. Tudo isso desfrutando do benefício de sempre ser testemunha ocular daquilo que reporta – condição da qual o jornalista dos veículos das grandes corporações nem sempre compartilha. O jornalismo participativo também abre espaço para temas que a mídia tradicional rechaça. Assim, a colaboração do cidadão contribui para a diversificação das informações disponíveis on-line.

Também através das novidades da *web 2.0*, o internauta pode exercer o papel de editor do conteúdo. Ao ler uma reportagem ou texto de uma outra pessoa, ele pode checar os fatos expostos e promover possíveis correções. Ele também pode apagar uma informação da rede, quando julgar que ela é errada ou mal-intencionada. Assim, toma forma a lógica do “publique e, depois, filtre”. Os inúmeros repórteres disponibilizam o seu material na rede e o público checa as informações, edita o conteúdo e decide quais textos devem continuar disponíveis para leitura.

Os primeiros a darem espaço a esse tipo de jornalismo cidadão floresceu foram os *weblogs*. Os *blogs*, como ficaram conhecidos popularmente, permitem que um indivíduo qualquer tenha sua própria página na internet. Nessa página, ele exerce os diversos papéis acionados na produção de conteúdo: é o produtor, o redator, o editor e o moderador. Contudo, na maioria das vezes, o *blog* é instrumento de comunicação de uma única pessoa. Ao resto do público, a participação fica limitada ao comentário sobre o conteúdo lido.

Uma outra forma de jornalismo que surgiu com a *web 2.0* foram os ambientes de publicação coletiva. Esses ambientes são desenhados para permitir que um grupo – grande ou pequeno – de participantes desempenhe os vários papéis envolvidos na publicação de uma informação. Em ambientes dessa natureza, o internauta pode participar de todo o processo de produção da informação, além de poder comentar e editar conteúdo alheio e moderar comentários de terceiros. O ambiente pode ter um dono único, como acontece num *blog*. Entretanto, ele é criado com uma filosofia diferente – o objetivo aqui é promover o profundo envolvimento dos usuários com o site. Os *wikis*, que analisamos no primeiro capítulo, são exemplos cabais de ambientes de publicação coletiva.

Nesses ambientes, que seguem a lógica “publique e, depois, filtre”, podemos observar um processo de transmissão virótica da informação. Processo que também poderíamos apelidar de jornalismo viral. Estamos falando aqui da formação de uma rede interligada de gerenciamento de dados, em que as informações existentes circulam livremente e novas

informações são criadas e adicionadas à rede a todo o momento. Lizy Zamora explica a formação dessa rede de dados.

Estruturadas a partir da noção de debate, as comunidades virtuais definem momentaneamente a relevância das informações que aí circulam, alterando o curso da discussão conforme o interesse dos intervenientes. (...) Como os membros de uma dada comunidade virtual participam eventualmente de outras comunidades virtuais, essas compõem uma teia informativa hipertextual, expandindo-se pelas demais formas comunicativas que coabitam no espaço mutante do ciberespaço. (Zamora apud Jorge Rocha, 2005, p.4).

No entanto, dois grandes problemas surgem no debate do jornalismo participativo. Como já vimos, trata-se de uma forma aberta de produção de informação, democrática por definição. Todos participam, todos opinam, todos produzem notícia. Mas o que acontece quando a notícia deixa de ser chancelada por um grande meio já tradicional e passa a fluir num ambiente de disseminação viral? Como fica a credibilidade da informação nesses ambientes virtuais? Além disso, se todos são repórteres, produtores e editores, qual é o papel do jornalista nesse processo?

3.3. Credibilidade em pauta

Um dos conceitos mais caros ao jornalismo é a credibilidade. A informação por si só não tem o mesmo peso que a informação chancelada por alguém – ou alguma empresa - com crédito na sociedade. Em dias de excesso de informação e ruído, a credibilidade é um dos elementos usados pelo público para filtrar o que ele lê, vê e ouve. A questão que nos interessa é, justamente, o que confere credibilidade a uma dada informação.

De acordo com Serra (2003) é possível falar de um princípio de credibilidade na comunicação. Esse princípio se refere à pretensão de verdade de certa informação. Contudo, devemos lembrar que a credibilidade não deve ser julgada como se fosse uma ciência exata, muito menos como uma verdade incontestável. Na realidade, o conceito de credibilidade se funda na relação do emissor com o receptor. Serra descreve o processo da construção de credibilidade da seguinte maneira:

A credibilidade é não um resultado ou estado (*ergon*), mas uma atividade ou processo (*enérgeia*) mediante o qual um produtor/emissor A vai se tornando credível perante um receptor B, à medida que vai ganhando a confiança deste; e reciprocamente, um receptor B vai ganhando confiança num produtor/emissor A, à medida que este vai conseguindo demonstrar a sua credibilidade. (Serra, 2003, p.2)

Serra destaca que o processo de construção da credibilidade se baseia em quatro leis fundamentais. A primeira, que ele chama de progressão geométrica, afirma que a cada episódio que o emissor fornece uma informação correta, a sua credibilidade aumenta não como um simples somatório, mas de forma exponencial. À segunda regra, Serra dá o nome de lei da indução. De acordo com essa, mesmo que o emissor tenha dado um sem-número de informações acertadas, basta apenas um único furo para reduzir a sua credibilidade a zero. A terceira lei é a da associação. Trata-se de uma espécie de camaradagem no processo de aferição de credibilidade. De acordo com a associação, quando certo emissor se associa a outro que já tenha credibilidade junto a sociedade, esse primeiro emissor ganha crédito automaticamente. O último e quarto conceito que Serra apresenta é a lei da transferência, que afirma que se um emissor inspirou credibilidade no público num certo momento, ele também terá credibilidade em outros e diferentes contextos.

No caso específico do jornalismo, a questão da credibilidade se reveste de grande importância. Afinal, a informação dada pelo jornalista é, na maioria das vezes, distante e total (ou parcialmente) desconhecida pelo público. Como cabe ao jornalista passar esse conhecimento ao leitor e/ou espectador, é essencial que ele garanta que o conteúdo reportado seja verdadeiro. É importante lembrar que, antes de chegar ao público leitor, a informação é apurada, redigida e editada pelo jornalista. Depois de todas essas fases, como é possível garantir que a versão dele é a correta? Assim, o problema da credibilidade se coloca em cada uma das etapas da construção de uma notícia.

Para resolver essa questão, as empresas e os jornalistas se submetem a um conjunto de técnicas específicas aplicadas ao passo-a-passo da profissão. Em primeiro lugar, garante-se a produção de uma informação de qualidade. Entendamos por isso uma informação exata, confirmada e proveniente de fontes de inquestionável confiabilidade. Além disso, cada jornalista é responsabilizado pelo que escreve. Ao assinar uma matéria, ele coloca o seu nome em jogo, garantindo a veracidade de seu texto. A empresa e o profissional também se comprometem a corrigir quaisquer falhas que possam surgir o mais rápido possível e a ter uma relação transparente com outros meios de comunicação, se recusando ao plágio e sempre dando crédito do autor às informações veiculadas. Por fim, ambas as entidades têm o compromisso de obedecer às regras ortográficas, gramaticais e sintáticas da língua.

O impasse que se impõe a nós é como todo esse processo funciona na internet e, mais especificamente, no jornalismo participativo. De acordo com Castells (2003), pela primeira vez, há uma capacidade de comunicação maciça, não midiaticizada pelos meios de comunicação de massa. A produção de informações deixa de ser monopólio dos veículos de

comunicação tradicionais. Voltamos à nossa frase de impacto, que afirma que todos são potenciais repórteres na rede. Os jornalistas deixam de ser os *gatekeepers*²² da informação, e o processo de “credibilização” descrito acima não rege, necessariamente, o processo de produção. É, justamente, aí que se coloca o problema da credibilidade. Como então se pode acreditar no que aparece na internet?

É importante lembrar que a prática do jornalismo participativo está longe de ser anárquica. Existem regras que regulam os jornais colaborativos com o objetivo de extrair o melhor possível de cada internauta – leia-se informação compromissada com a versão mais próxima possível da realidade. Essas regras funcionam como mecanismos que desenvolvem confiança do leitor no conteúdo disponível nesses jornais. Para melhor compreender essas regras, devemos antes analisar o que motiva cada internauta a se tornar um colaborador.

Segundo Bowman e Willis (2003), existem múltiplas motivações que levam um internauta a contribuir. Uma delas é a vontade de ganhar status e construir reputação numa dada comunidade jornalística. As pessoas participam dessas comunidades com a finalidade de criar um sentimento de pertencimento a um grupo, construindo auto-estima através de suas contribuições e ganhando reconhecimento por essas colaborações. Trata-se de um processo alimentado pelo ego de cada um, em que o reconhecimento social é um dos principais combustíveis.

Uma outra motivação é a possibilidade de, através da colaboração, criar conexões entre pessoas que tenham os mesmos interesses – motivação que rege o funcionamento de todos os tipos de comunidades, inclusive as com ímpeto jornalista. Uma matéria sobre o fenômeno da Tropicália, por exemplo, atrai leitores interessados no assunto. Estes podem entrar em contato com a pessoa que escreveu o texto. Assim, cria-se uma conexão que poderia nunca ter sido estabelecida se não fosse a internet. A participação nessas comunidades também pode ser estimulada pelo excesso de informação disponível na rede. Incapacitados de assimilar tudo que circula na *web*, os internautas entram em comunidades que ajudem a compreender a massa de informação on-line. Além disso, a participação também é regida pelas vontades primárias de criar, informar e ser informado.

Depois de entender o que motiva o internauta a participar, vamos às regras que regulam a participação e que buscam garantir a credibilidade. A regra inicial e mais básica é que, para ser usuário do site, é necessário que o internauta se torne um membro registrado da comunidade. Assim, há sempre um nome associado a certo conteúdo. Além disso, podemos

²² Em tradução livre, guardiões.

citar os sistemas de reputação existentes nos sites colaborativos como ferramentas fundamentais no processo de “credibilização” do conteúdo.

Os sistemas de reputação nasceram nos sites que comercializam produtos na internet – o *e-commerce*. Eles foram criados para medir o nível de confiança que se pode dar a um estabelecimento, ou a um vendedor individual. Em outras palavras, são um meio de separar o joio do trigo. Esses sistemas funcionam à base de comentários feitos publicamente por pessoas que já fizeram transações com o estabelecimento e de um ranking - uma espécie de nota que essa pessoa atribui ao este estabelecimento. Trata-se de um sistema de realimentação dos participantes da comunidade a respeito das atividades que são realizadas nela. Dessa forma, os sistemas de reputação ajudam as pessoas a decidir quem merece confiança e quem é desonesto e, portanto, deve ser evitado.

No jornalismo participativo, os sistemas de reputação enfrentam o mesmo desafio de separar o que é confiável daquilo que não é. Eles ajudam a avaliar de que comunidade vale a pena ser membro, buscar informação e colaborar. Segundo Bowman e Willis, cada membro de uma comunidade jornalística constrói sua reputação a partir do seu comportamento e da informação que ele fornece. Essa construção se dá através de rankings, de comentários, de notas que são dadas a cada matéria, entre outros meios. Em suma, esses sistemas se baseiam num princípio muito simples e bem resumido pelos autores do site Epinions²³ - o conceito de confiança em rede:

Se um amigo dá a você bons conselhos frequentemente, você fica automaticamente mais apto a acreditar nas sugestões que ele te dará no futuro. Você sabe que preferências você e o seu amigo compartilham. Se ambos gostam dos mesmos tipos de filmes, é mais provável que você confie nas dicas de cinema que ele te dê²⁴.

A construção da credibilidade, nesses sistemas, se dá de baixo para cima. Qualquer um pode se tornar membro de uma comunidade e fazer suas colaborações. No início da atividade, a reputação é zero, assim como a credibilidade. No entanto, a medida que esse mesmo indivíduo colabora e ganha notas altas, comentários elogiosos e bons rankings, ele cresce na opinião dos outros membros da comunidade. Daí em diante, as matérias dessa pessoa passam a ser vistas com outros olhos – os almejados olhos de confiança. Esse processo de construção de credibilidade é justamente o oposto ao que se dá nos meios de comunicação tradicionais. Nesses, a “credibilização” acontece de cima para baixo. Um grupo de profissionais treinados

²³ www.epinions.com

²⁴ Citação retirada da seção FAQ, do site www.epinions.com, em 10/10/2007

agrupa, apura, produz e reporta as notícias em nome de um dado veículo. A credibilidade é aprofundada na medida em que esse processo de agrupamento, apuração, produção e reportagem é bem-sucedido. A cada novo processo e novo sucesso em passar a informação corretamente, a confiança do público no veículo vai crescendo.

Bowman e Willis ainda lembram de um outro mecanismo de construção de credibilidade - o *hyperlink*. Disponíveis aos milhões na rede, os *hyperlinks* funcionam como um sistema de reputação amplo e descentralizado. Quanto mais *links* forem ligados a certa informação ou notícia, mais se acredita que ela seja confiável. Afinal, a criação do *link* indica que um internauta leu e se interessou por essa informação a ponto de fazer uma ligação permanente a ela. Trata-se de um processo similar ao realizado na academia para dar crédito a um conteúdo. Basta lembrar que os pesquisadores avaliam a validade e a qualidade dos artigos e pesquisas, em parte, pelo número de outros trabalhos que o citam.

Ainda é possível citar algumas características intrínsecas à participação que validam os conteúdos produzidos. A idéia de que todos podem colaborar, ou seja, o fato de os sites participativos constituírem uma mídia igualitária desperta nas pessoas um sentimento de confiança no conteúdo. Além disso, a exposição a que cada colaborador se submete, assinando suas matérias e participando de discussões sobre elas, garante um nível de intimidade entre os membros da comunidade. Junto com a intimidade, vem a confiança no que é dito e reportado. Ainda há o fato de que cada pessoa, na maioria das vezes, escreve sobre um assunto de sua preferência. Diferentemente dos jornalistas dos veículos tradicionais - que tem que dar conta de qualquer pauta - o internauta colaborador escreve, geralmente, sobre temas de seu interesse. Tendo isso em vista, acredita-se que ele desenvolva uma espécie de zelo pelo fato e vá reportá-lo da forma mais verídica possível. Por fim, ressaltamos a velocidade com a qual a comunicação se processa. Como é possível corrigir a informação já a partir do momento em que ela é publicada, as chances de ela estar correta aumentam significativamente.

É claro que os fatores citados acima não são infalíveis. Os sistemas de reputação, por exemplo, são baseados na realimentação para garantir credibilidade ao conteúdo publicado. Mas e se essa realimentação não acontecer? Os colaboradores podem simplesmente não opinar sobre o conteúdo de terceiros. Assim, não há comentários, não há notas, muito menos rankings. Além disso, mesmo que exista essa realimentação, não é possível assegurar que essas respostas são honestas. Bowman e Willis ressaltam que, muitas vezes, elogiamos alguém com o único intuito de receber o elogio de volta.

Da mesma forma, *hyperlinks* podem ser criados com o mesmo objetivo citado acima, seguindo a lógica de se eu me ligar a um site, as chances desse site se ligar a mim aumentam. Além disso, a condição igualitária do jornalismo participativo como mídia acaba dando espaço igual tanto aos colaboradores honestos, quanto àqueles mal-intencionados. E se o alvo da paixão de certo colaborador for justamente o vandalismo na rede? Vemos, portanto, que os mecanismos de construção de credibilidade são frágeis, complexos e passíveis de falha. Os sistemas de reputação e os outros fatores supracitados não garantem que a informação publicada nos sites participativos seja correta.

Segundo Levy (2003), esse novo contexto de liberdade de expressão e de acesso à informação, implica, necessariamente e com um aumento de riscos, uma transferência de responsabilidade para os indivíduos e os múltiplos atores sociais atuantes na internet. Nesse sentido, ele acredita que “a verdade resulta de um processo coletivo de busca e de produção que, quanto mais livre e múltipla é a palavra, mais eficaz é” (2003, p. 372). Mas, junto com a liberdade, a responsabilidade. Em tempos de autoria aberta a todos, o autor francês afirma que mais do que o reforço da auto-censura, “esta nova responsabilidade pede uma educação ética e crítica renovada”²⁵.

3.4. Crise do Diploma

Ainda é possível levantar uma outra e fundamental questão a respeito do jornalismo participativo na rede: como o jornalista diplomado participa desse processo de colaboração? Como vimos anteriormente, os sites de jornalismo colaborativo defendem a idéia de que todo cidadão é um repórter. No momento em que qualquer pessoa que tenha um computador à mão e uma idéia na cabeça pode escrever sua matéria, o jornalista perde o único emissor no processo de propagação da informação. Estaria o diploma de jornalismo ameaçado por essa nova lógica de produção jornalística?

De acordo com Adghirni (2002), a internet confunde as fronteiras entre jornalistas profissionais – os que ela define como os diplomados pelas faculdades e reconhecidos pelo sindicato – e os produtores de conteúdo – uma definição própria dos sites jornalísticos na rede. Jornalista e pesquisadora do Distrito Federal, ela relata que o Sindicato de Jornalistas do seu estado recebe regularmente denúncias contra o que chama de “invasores da profissão” - o que poderia ser descrito como pessoas que exercem a profissão sem serem graduadas para

²⁵ Idem.

isso. Contudo, Adghirni lembra que não há muito a ser feito, já que não existe uma regulamentação específica para o exercício do jornalismo na rede.

Lembramos que a internet é um desafio de regulação em vários pontos. Tanto na área de direitos autorais, quanto na área de direitos profissionais. Segundo as regras que regulamentam o exercício do Jornalismo, apenas os jornalistas diplomados podem assinar matérias. Ou seja, a reportagem dos acontecimentos diários seria exclusiva do jornalista. Dessa forma, somente as informações que passam pela mão de um profissional diplomado teriam validade jornalística. Contudo, seria essa forma de proceder possível na internet?

Na área de direitos autorais, por exemplo, a discussão é calorosa. Há quem defenda que é necessário pensar em maneiras de garantir o exercício do copyright na rede, pois essa seria a melhor maneira de garantir que o autor possa ser recompensado pela sua obra. Por outro lado, há quem defenda que a manutenção dos moldes clássicos de direito autoral não são possíveis na internet devido à enorme capacidade de reproduzir e propagar conteúdo. Dessa corrente, surgiram as idéias de *copyleft*²⁶ e *creative commons*²⁷ – novas formas de pensar o direito autoral, engajadas com a lógica da internet.

Da mesma forma, existem duas correntes de pensamento na área do jornalismo colaborativo - cada lado munido de seus argumentos. Há aqueles que não reconhecem as experiências colaborativas na internet. O argumento principal é de que a matéria que não passa pelas mãos de um jornalista não tem compromisso com a verdade e a imparcialidade, portanto não poderia ser reconhecida como material jornalístico. No entanto, lembramos que a imprensa tradicional – composta apenas por profissionais diplomados – não pode ser considerada um primor no que se refere a verdade e a imparcialidade. Basta pensarmos que a imparcialidade sempre foi e sempre será um objetivo apenas tangenciado, mas nunca alcançado tanto pelos repórteres cidadãos, quanto pelos jornalistas por profissão. Afinal, tanto um, quanto o outro está sujeito a deixar uma opinião transparecer em um texto, mesmo tendo em mente a tentativa de ser isento. Também devemos lembrar que a idéia de verdade que os grandes veículos da imprensa pregam é outro mito inalcançável que ronda o jornalismo. Qualquer observador mais atento percebe que não existem verdades na mídia, mas versões dessas verdades – frutos da interpretação dos fatos pelos jornalistas.

²⁶ Copyleft é uma forma de proteção dos direitos autorais, que tem como objetivo derrubar as barreiras à utilização, difusão e modificação de uma obra criativa. O nome "Copyleft" é um trocadilho com o termo "copyright" que, traduzido literalmente, significa direitos de cópia.

²⁷ Richard Stallman popularizou o termo copyleft em 1988. De acordo com Stallman, o termo foi-lhe sugerido pelo artista e programador Don Hopkins, numa carta que continha a expressão "Copyleft - all rights reversed". A frase brinca com uma outra expressão: "Copyright - all rights reserved." usada para afirmar os direitos de autor.

No outro lado da discussão sobre o jornalismo participativo, há aqueles que acreditam que as experiências colaborativas são o futuro da mídia na rede mundial de computadores. Nesse futuro – já muito presente, aliás – o jornalista tem assento garantido. Segundo Rocha (2005), o profissional diplomado será um dos agentes presentes no processo de participação. A ele, caberá a seleção, a hierarquização e a personalização da notícia - sempre levando em conta as potencialidades inerentes à internet como fonte de pesquisa e escoamento de produção. Nas comunidades noticiosas, o jornalista tem enorme importância no processo de seleção do conteúdo disponível. No vastíssimo campo de informação que se abre com o jornalismo participativo, o profissional diplomado usa sua formação para separar o que é ruído do que é informação. A idéia é “quanto mais informação há, maior é a necessidade de intermediários – jornalistas arquivistas, editores, etc. – que filtrem organizam priorizem” (Wolton apud Palácios, 2004, p.15).

Nesse processo, o jornalista não vai apenas contar as histórias, como de costume nos veículos tradicionais. Ele vai classificar e linkar as histórias dos outros. “O papel do jornalista como intérprete dos acontecimentos será expandido e, em parte, modificado. Os jornalistas on-line terão um papel central na ligação entre as comunidades” (Pavlik apud Aroso, 2005, p.1). A lógica do jornalista como intermediário entre público e notícia é renovada. Nos meios tradicionais, o jornalista conecta o público à informação. Ele funciona como uma testemunha ocular dos fatos: vê o acontecido e reporta ao seu leitor. Agora, essa reportagem vem do próprio público. O cidadão comum relata os acontecimentos aos seus semelhantes. Nessa nova realidade, o jornalista classifica as informações e as direciona para os leitores interessados, ou seja, ao público-alvo.

Numa visão mais abrangente, o jornalista faz as vezes de mediador desses ambientes colaborativos. A sua atividade viabiliza, facilita e confere qualidade a todo o processo de produção participativa. Como mediador, ele organiza a massa de informação produzida pelos membros da comunidade. O jornalista também exerce papel essencial na checagem das informações enviadas, sendo, portanto, um importante ator no combate a ações de vandalismo. Ainda fica a cargo do jornalista a função clássica de editor da comunidade, auxiliando os repórteres-cidadãos a se aproximem cada vez mais dos moldes clássicos do texto jornalístico.

Vemos, portanto, que aquilo que poderia ser interpretado como uma ameaça à profissão está mais próximo de ser uma aliança. Ao contrário do que muitos podem pensar em primeira análise, o florescimento de um jornalismo dos cidadãos para os cidadãos não exclui o jornalista formado do processo de produção da notícia. Na verdade, o jornalista apenas tem

sua função adaptada a uma nova realidade. Numa versão mais democrática do exercício da profissão, ele se alia ao público de uma forma inédita – levando como nunca a sua opinião em conta. Com as perspectivas abertas pela *web 2.0*, jornalistas e cidadãos se unem para melhor reportar o que acontece no mundo a sua volta.

4. Estudos de caso: cidadãos-repórteres no Brasil e no mundo

Depois de levantadas algumas questões sobre o jornalismo participativo, chega a hora de vermos como os mecanismos já analisados funcionam na prática. Para tanto, escolhemos duas experiências de colaboração: uma nascida no Brasil – o BrasilWiki²⁸ – e outra nascida na Coreia do Sul – o *OhmyNews International*²⁹. Começaremos pelo exemplo coreano.

4.1. Ohmy News International: *every citizen is a reporter*

4.1.1. A origem e o ideal

O site *OhmyNews* foi inaugurado em 22 de fevereiro de 2000. O slogan era claro: “*Every citizen is a reporter*”³⁰. A idéia era construir um site noticioso de produção aberta, onde qualquer indivíduo fosse convidado a colaborar. Oh Yeon Ho, jornalista sul-coreano, Ho decidiu criar o *OhmyNews* ao detectar o monopólio de oito grandes empresas, que estava sufocando o mercado de mídia no seu país. Inconformado, Ho escolheu a internet como veículo para mudar essa realidade, pois somente na rede seria possível contar com o apoio de quem, mais tarde, chamaria de “*citizen reporters*”³¹.

A versão internacional do *OhmyNews* foi fundada oficialmente no início de abril de 2005, no rastro do sucesso da experiência na Coreia do Sul. Em ambos os sites, a estratégia é a mesma: democratizar a atividade da imprensa, trazendo pluralidade ao noticiário. Trata-se do jornalismo feito pelos cidadãos, em que cada pessoa se torna repórter dos fatos que a cercam. Na seção *About us*, o cidadão-repórter Masimba Biriwasha descreve a essência desse tipo de prática, no texto intitulado *The Beauty of Citizen Journalism*³².

A beleza de ser um cidadão jornalista com o OhmyNews é que eu não tenho que me vender a interesses ideológicos, econômicos ou políticos dos proprietários de uma firma. Minha obrigação primária é contra uma história como ela é, ou seja, ser honesto em relação a um assunto. Como um cidadão jornalista, eu acredito no direito fundamental do ser humano de se expressar, mas eu também me esforço para dar conta e ser responsável pelo jeito como me expresso. Então, eu me obrigo a dar base ao meu trabalho através de muita pesquisa e análise e sempre tento procurar pelas histórias não contadas

²⁸ <http://www.brasilwiki.com.br>

²⁹ <http://english.ohmynews.com>

³⁰ Em tradução livre, todo cidadão é um repórter.

³¹ Em tradução livre, cidadãos repórteres

³² Em tradução livre, A Beleza do Jornalismo Cidadão.

e pelas vozes marginalizadas na comunidade. Com cuidado e excelência, eu conta a história para o mundo, usando novas tecnologias no processo e ampliando o escopo do que significa ser cidadão.³³

Vemos, portanto, que *OhmyNews* nasceu com o objetivo quebrar com o padrão restritivo de disseminação massificada das notícias pelos grandes veículos de comunicação. Biriwasha lembra, ainda, que os veículos midiáticos do *mainstream* trabalham com noções pré-definidas e, por isso, deixam de contar histórias ou ignoram fatos interessantes por julgarem que eles não sejam interessantes o suficiente para o seu público leitor. O exercício do jornalismo cidadão, defendido por Ho, consiste em contar essas histórias até então fadadas ao anonimato.

A idéia foi criar um espaço em que essas histórias pudessem ser contadas com o máximo de liberdade e sem vínculo algum com interesses políticos, ideológicos e econômicos – que costumam contaminar o jornalismo feito pelas grandes corporações. Nesse sentido, o texto de Biriwasha ressalta outro fator importante na ideologia que rege o *OhmyNews*. Ele afirma que junto à liberdade, sempre vem a responsabilidade com aquilo o que se publica. Biriwasha diz fazer suas matérias sempre com um esforço consciente para assegurar que o seu trabalho não autorize certos valores em detrimento de outros.

Sob a égide desses ideais, o *OhmyNews* vem fazendo muito sucesso e já atrai mais de 2 milhões de visitantes diariamente na Coreia do Sul (Bowman e Willis, 2005). A jornalista e pesquisadora brasileira Ana Maria Brambilla relata um dos grandes marcos de aceitação do site:

Aconteceu, em 2003, quando Roh Moo Hyun, candidato à presidência da Coreia pelo partido reformador foi notoriamente amparado pelo noticiário online. Não por acaso, eleito, Roh Moo Hyun concedeu sua primeira entrevista ao *OhmyNews*, em detrimento aos três maiores jornais coreanos que se filiavam a um viés conservador. (BRAMBILLA, 2005, p.4)

4.1.2. O site e suas seções

O site do *OhmyNews International* tem a formatação de primeira página baseada em 4 colunas de texto. No topo da página, temos o nome do jornal. Logo abaixo dele, vem uma barra de menu que se repete na primeira coluna à esquerda. Ali estão os links para virar

³³ Disponível em

http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?article_class=8&no=368619&rel_no=1, acessado em 11 de novembro de 2007.

membro do site e para membros já cadastrados se logarem. Abaixo desses links, temos duas seções: *news* e *opinion*. A seção *news* – ou notícias – é dividida nas seguintes, digamos, editorias: *Korea*, *World*, *Sci&Tech*, *Art&Life*, *Entertainment*, *Sportes*, *Global Watch*, *Interviews* e *Citizen Journalism*³⁴. A seção *opinion* – ou opinião – é dividida em *Featured Writers* e *Talk Back*.

Em *Featured Writers*³⁵ é possível acessar uma página própria de cada repórter. Lá se encontram as matérias escritas por eles e uma pequena biografia de cada um. Aqueles que são *featured writers* também têm suas fotos destacadas na primeira página quando publicam uma matéria nova. Mas não são todos os repórteres que ganham esse status. Das milhares de pessoas que participam do *OhmyNews* atualmente, apenas cerca de 20 pertencem à categoria. A condição para virar um *featured writer* é que o repórter seja comprometido com o site, mandando reportagens consistentes e com uma frequência regular. O próprio site dá algumas dicas para quem quer se tornar um dos *featured writers*: “Para chamar atenção dos editores, você precisa mostrar habilidade para analisar de forma clara assuntos complexos. Uma matéria fácil de ler e com um olhar diferente também é essencial. As matérias dos *Featured Writers* tendem a ter mais de 600 palavras e eles concordam em mandar um mínimo de 3 reportagens por mês”³⁶.

A seção *Talk Back*³⁷ é o fórum de discussão do *OhmyNews*. Ali é possível discutir qualquer tipo de assunto e até mesmo publicar matérias – as melhores, de acordo com a opinião dos editores, podem ser remanejadas para a primeira página do site. O mais interessantes dessa seção é a possibilidade de modificar o comentário de outra pessoa, depois que ele é publicado.

Na coluna central, ou segunda coluna à esquerda, estão as manchetes do dia. Ali, fica uma lista das matérias que mereceram destaque de primeira página. Abaixo das manchetes, há um *box* para cada editoria citada acima, com uma relação das 3 matérias mais recentes de cada uma. Abaixo desses *boxes*, há uma lista das matérias recém-publicadas no site como um todo. Ao lado da coluna central, há uma outra coluna que dá destaque para 3 seções especiais do site: *Dateline North Korea*, *Middle East Now* e *On Screen – OhmyNews Movies*. O primeiro tem matérias especiais sobre a Coreia do Norte. O segundo lista reportagens sobre os últimos acontecimentos no Oriente Médio. O terceiro reúne críticas sobre filmes. Abaixo

³⁴ Em tradução livre, Coreia, Mundo, Ciência e Tecnologia, Arte e Vida, Entretenimento, Esportes, Ronda Global, Entrevistas e Jornalismo Cidadão.

³⁵ Em tradução livre, escritores em exibição.

³⁶ Citação retirada de http://english.ohmynews.com/sub_form/column_view.asp. Consultado em 15 de novembro de 2007.

³⁷ Em tradução livre, fale de volta.

dessas três seções, temos um *box* especial que dispõe de *links* para matérias que falem sobre o jornalismo cidadão. Por fim, temos, nessa coluna, a lista de fotos dos *featured writers* da semana.

Temos ainda uma última coluna, à extrema direita. No topo, há uma barra de busca, que permite o internauta a buscar por título, repórter ou conteúdo. Abaixo dessa barra, temos um mapa-múndi que mostra de onde vieram as últimas matérias postadas em *OhmyNews*. Abaixo do mapa, há um *link* que leva a um *chat* entre os membros do site. Abaixo desse link, há um *box* com uma enquete baseada em alguma notícia disponível no site. Depois da enquete, vemos a seção *OhmyNews at a glance*³⁸ – espaço dedicado notícias sobre o próprio site. Por fim, temos duas listas: uma que reúne matérias do jornal britânico *Tribune* – reflexo da inspiração informativa do *OhmyNews* - e outra que mostra as dez matérias mais acessadas da semana.

Ao clicar no link de qualquer notícia, abre-se uma página de layout padrão. No topo da página, há o título e o subtítulo da matéria, além da data e hora de publicação, nome do repórter e um link para contactar esse repórter. Abaixo disso, vem o texto, entremeado por links para as *Today's Top Stories*³⁹ e *From this Section*⁴⁰. No final do texto, há a seção para comentários, aberta a todos os usuários do site. Um ponto interessante dessa seção é a possibilidade de concordar ou discordar dos comentários de terceiros.

4.1.3. A participação

O primeiro passo para virar cidadão-repórter é fazer um cadastro no *OhmyNews*. A aprovação de um novo membro na comunidade só é possível com a apresentação de um documento oficial de identificação, como o passaporte. Além disso, para publicar uma matéria, é indispensável que se concorde com o Código de Ética estipulado pelos criadores do site. O candidato a virar cidadão-repórter deve reconhecer a autoridade da equipe do *OhmyNews* no que se refere ao gerenciamento do noticiário, comprometer-se a dividir com a equipe de editores todas as informações sobre cada uma das matérias publicadas por ele, não produzir cartões de visita em que se identifique como repórter do *OhmyNews*, notificar quando um artigo a ser publicado no site já foi veiculado por algum outro veículo, revelar todas as fontes consultadas na apuração da reportagem, responsabilizar-se por eventuais casos

³⁸ Em tradução livre, *OhmyNews* em uma olhada.

³⁹ Em tradução livre, Melhores histórias de hoje.

⁴⁰ Em tradução livre, Dessa seção.

de plágio ou de publicação de dados inverídicos e responder legalmente caso os artigos contenham conteúdo difamatório.

Passadas essas etapas, o cidadão está liberado a participar. Para postar uma matéria, o cidadão-repórter acessa o *Reporter Desk*, um espaço *on-line* onde se encontram os formulários para a redação das matérias, uma central de mensagem dos repórteres e todas as informações a respeito da quantidade de acessos e da repercussão das notícias publicadas. Os formulários permitem que o repórter dê orientações à equipe de edição do site. O repórter constrói o texto principal e *boxes*, insere imagens, arquivos de áudio e vídeo, além de posicionar todos esses elementos na tela. É importante destacar que imagens e outras mídias escolhidas pelo repórter devem apresentar *copyright* e data de produção.

Em entrevista concedida a Brambilla (2005), o editor do *OhmyNews International*, Todd Thacker, há cinco pessoas na redação oficial do site. Junto ao co-editor, Thacker checa os dados das matérias enviadas pelos repórteres através da internet, edita os textos, redige as manchetes, monta o layout – sempre baseada nas instruções deixadas pelos autores da reportagem – e analisa o pedido de registro de novos cidadãos-repórteres. A média de reportagens recebidas fica em cerca de 20 novos trabalhos por semana.

De acordo com Brambilla, jornalista e *featured writer* do *OhmyNews*, os procedimentos de edição consistem, basicamente, na adequação gramatical do texto a uma linguagem jornalística. As informações são inalteradas quanto à ordem e quanto ao conteúdo. Ainda segundo Brambilla, as reportagens demoram, em média, um dia para serem publicadas. No entanto, nem todas as matérias enviadas são publicadas. Brambilla afirma que textos que não respondem às perguntas básicas do *lead* jornalístico – quando, onde, quem, o quê, como e por que -; que têm escrita pobre, poucas informações ou dados irrelevantes; que contêm mensagens publicitárias ou difamatórias; que são plágios de outros veículos ou que infringem direitos autorais não são publicados.

Dessa forma, observamos a forte presença do jornalista profissional no processo de colaboração. De acordo com o criador Oh Yen Ho, em entrevista também concedida a Brambilla, a ação do jornalista é fundamental, pois é ele quem checa as informações e edita todo o material mandado pelos repórteres, além de ser quem produz as manchetes das matérias publicadas. Ressaltamos aqui um ponto interessante: o texto publicado no *OhmyNews* não pode ser alterado após a publicação por outros participantes do site. Bloqueios de matérias e correções de textos só podem ser feitos pelos editores. Críticas e comunicações de erros e abusos partindo dos leitores só podem ser feitos via comentários. Em

outras palavras, a remixagem característica da era 2.0 da internet não é feita de forma explícita e direta no noticiário dos cidadãos-repórteres.

Segundo Ho, a experiência com o site na Coreia revelou uma predileção dos repórteres para a área do *soft news*, com matérias sobre esporte, tecnologia, cultura, além de textos de opinião. No entanto, a versão internacional reflete um interesse grande no *hard news* internacional. Inclusive, foi justamente a grande quantidade de pautas sobre tensões políticas no mundo vistas de perto que motivou a criação da editoria *Global Watch*.

Em termos de credibilidade, o site recomenda em todos os momentos da participação que os colaboradores trabalhem sob a égide do slogan Todo cidadão é repórter. Através do código de conduta, os organizadores esperam que os repórteres não disseminem informações falsas, nem que escrevam matérias baseadas em suposições. O *OhmyNews* pede que seus repórteres utilizem métodos legítimos para obter informações, comuniquem suas fontes de que os dados serão utilizados numa reportagem, não distorçam os fatos e se comprometam a se desculpar publicamente caso publique algo incorreto. Também é esperado que os repórteres também trabalhem vigiando o conteúdo do site, checando se há algo de errado nas matérias publicadas. Os vários olhares sobre a notícia caracterizam o efeito multidão de Canavilhas (2001), em que a credibilidade da matéria é reforçada ou fragilizada de acordo com os comentários que os internautas deixam após lê-la. Bowman e Willis (2005) ressaltam que a obrigatoriedade de identificação do repórter - através de um documento oficial - é mais um argumento favorável à credibilidade do conteúdo publicado.

4.1.4. Publicidade e remuneração

No *Reporter Desk*, citado acima, também é possível averiguar informações quanto ao status e ao *cybercash* alcançado em cada matéria. O *OhmyNews* oferece pagamentos simbólicos pelas matérias enviadas pelos cidadãos. De acordo com Brambilla, a remuneração pode variar de 2.000 a 20.000 *wons*⁴¹. A quantia a ser paga é definida pelos editores, que leva em conta a importância do material enviado e o espaço que ele ocupa no site. Para uma definição mais precisa, foram criados status para as matérias de acordo com sua relevância. Dessa forma, uma reportagem pode ser classificada pelos editores em ordem decrescente de relevância nas categorias *Main*, *Section*, *Main Sub*, *Section Sub*, *Weekend Top*, *Weekend Sub*. Se o artigo for selecionado para ocupar o topo de uma editoria, ou seja, *Main*, o autor recebe

⁴¹ Na cotação de 14 de novembro de 2005, 1 real equivale a 526 *wons*. Logo, 2.000 *wons* valem 3 reais e oitenta centavos, e 20.00 *wons* valem 38 reais.

20.000 *wons*. O pagamento pode ser requerido pelo repórter quando ele alcança a soma mínima de 50.000 *wons*.

O pagamento é possível pois o *OhmyNews* dispõe de espaço e, conseqüentemente, de receita publicitária. De acordo com Brambilla, a empresa criada por Ho conta, hoje em dia, com um capital de 1,7 bilhões de *wons*. No contexto coreano, trata-se de uma organização de pequeno porte. Segundo Ho, manter-se pequeno em termos estruturais e financeiros é um dos objetivos e pré-requisitos do *OhmyNews*.

Ampliar investimentos em publicidade, a contratação de pessoal para o *staff* permanente e a inserção da empresa no pregão das bolsas de valor mascararia o foco maior do noticiário que é dar visibilidade ao material produzido pelos cidadãos-repórteres. Caso contrário, o *OhmyNews* se tornaria apenas mais um grupo poderoso de mídia. (Ho apud Brambilla, 2005, p. 8)

4.2. Brasil Wiki: Você é o repórter

4.2.1. Quem somos e de onde viemos

O BrasilWiki é fruto da parceria entre os jornalistas paulistas Eduardo Mattos e José Aparecido Miguel. Em entrevista concedida em outubro de 2007, Mattos explica que a inspiração para criar o BrasilWiki veio do ideal de que a informação é um bem público e, como tal, deve ser gratuita. Segundo ele, o BrasilWiki surgiu no rastro do sucesso do *OhmyNews* entre a sociedade coreana e até em outros lugares do mundo.

BrasilWiki foi ao ar pela primeira vez no início de outubro de 2006, mas de forma experimental, fechado a um grupo de testes. A abertura para o público em geral data de novembro do ano passado. A visita à primeira página do site já dá a dica do que se trata. Logo abaixo ao logo do BrasilWiki, é possível ler o slogan: “Você é o repórter”. No outro canto da página, mais uma explicação: “O BrasilWiki é um jornal on-line participativo. Quem escreve é você”. Mas, se ainda resta dúvida do objetivo do BrasilWiki, a seção Quem somos dá mais uma chance ao leitor.

A notícia, de todos para todos. Esse é o lema que encabeça o texto da seção. Princípio já analisado aqui, a lógica do *many-to-many* rege as atividades do BrasilWiki. No texto de apresentação do site, os criadores identificam a mudança de cenário que está acontecendo no mundo do jornalismo.

Os jornais são todos iguais há mais de 2.000 anos. São da forma como conhecemos desde que Julio César, então o líder político e militar da República de Roma, o Estado que antecedeu o mais poderoso Império da história da Humanidade, criou, no ano 59 a.C., a *Acta Diurna*. (...) Em pedra ou papel, porém, a informação, ao longo destes mais de 2.000 anos, continua sendo apresentada ao leitor de maneira unidirecional. Dos poucos que têm mandato para escrever para os muitos que só têm mandato para ler. Mas este cenário está mudando rapidamente. As tecnologias agregadas à internet estão levando o jornalismo a passar por uma das maiores transformações de sua história. O fluxo unidirecional de informação está acabando. A informação produzida por um repórter para leitores vai dar lugar à informação produzida por todos, para todos. Todos são repórteres, todos são leitores. É o que se pode chamar de o mais pleno estágio da democratização da informação⁴².

Este ideal de democratização é um dos lemas mais defendidos pelos criadores do BrasilWiki. A idéia foi criar um site aberto de informação, que permite a qualquer um ser repórter. Os temas abordados podem ser dos mais variados, da Gastronomia à Política. Ainda no texto de apresentação, os criadores de BrasilWiki afirmam que partem do princípio básico de que qualquer pessoa pode contar uma história, propagar uma informação, enfim, servir de ferramenta de mudança da sociedade. De acordo com seus criadores, o BrasilWiki tem um propósito único: “mostrar um mundo que não está nos jornais de papel, com a consciência de que produzir informação é a possibilidade de transformar o mundo em um lugar melhor para viver”.⁴³ O objetivo, ainda segundo eles, é ampliar o leque de oferta de informação para muito além do que os jornais publicam, permitindo assim que histórias que não são colocadas no papel circulem via meio digital

4.2.2. O site e suas seções

Todas as seções do BrasilWiki estão dispostas logo na primeira página. No topo, à esquerda, temos o título do jornal. Abaixo do título, há um pequeno menu com os links Home, Quem somos e Publicar Conteúdo. Ao lado do título, o espaço para o usuário se logar ao site. No miolo, há 4 colunas diferentes para organizar o conteúdo. A coluna da extrema esquerda enumera o que poderíamos chamar de editorias do jornal.

A primeira editoria é intitulada Últimas e lista os últimos textos publicados no site, ou seja, os mais recentes. A segunda editoria na lista é a de Pendentes. Segundo Mattos, ali estão as matérias que ainda não foram lidas pelos editores do jornal. Ele explica que o objetivo dessa seção é possibilitar que o texto seja publicado o mais imediatamente possível, além de

⁴² Trechos retirados de <http://www.brasilwiki.com.br/sobre.cfm> em 25/10/2007

⁴³ Trechos retirados de <http://www.brasilwiki.com.br/sobre.cfm> em 25/10/2007

permitir que os leitores vejam a notícia antes de ela ser editada. Nessa mesma editoria, ainda há a lista de matérias bloqueadas. De acordo com Mattos, o BrasilWiki não publica textos “que sejam copiados de outros sites, nem que sejam postados sem crédito de origem e autoria”. Na lista de bloqueadas também existem matérias excluídas por serem textos promocionais de um produto ou um site e por serem texto de divulgação.

Seguindo na listagem de editorias expostas, temos as de Cotidiano, Contos e Poesia, Cultura, Economia, Esportes, em seqüência. Em seguida, temos a seção Deu no Papel. Esta, segundo Mattos, é um “*clipping* dos principais jornais do dia”. Por fim, temos as editorias de Opinião e Política, além de seções específicas para fotos, áudios e vídeos.

Ao lado da coluna das editorias, na porção central do site, temos a lista de Manchetes. Ali, os editores reúnem quatro matérias que merecem destaque de primeira página. Logo abaixo das Manchetes, há uma lista com as últimas inclusões no site. Ao lado dessa coluna, temos mais três seções. A seção Imagens e Áudio dão destaque de primeira página para os melhores de ambas as categorias. Além disso, essa coluna abriga uma lista das matérias mais acessadas nos últimos 15 dias.

Por fim, temos uma última e quarta coluna na extrema direita com duas seções: Recados do Editor e Enquete. A seção Recados do editor destaca boas frases e palavras escritas pelos *wiki* repórteres. Já a Enquete é uma votação elaborada pelos editores a partir de um texto polêmico de algum repórter. Segundo Mattos, “são seções para dar movimento ao site, inspiradas sempre em um texto publicado por um colaborador”. Nessa mesma coluna, há um link para a lista de discussão do BrasilWiki. Por meio dessa lista, o usuário pode conversar diretamente com os editores e dar sugestões na construção do jornal. Mattos conta que muitas sugestões dos internautas já foram incorporadas ao site. “A sugestão de incluir um contador de matérias e um ranking das mais lidas foi dada por um *wiki* repórter de Indaiatuba (SP). Vamos lançar até o final do ano uma nova seção, chamada Perfis, na qual jornalistas de BrasilWiki escreverão perfis de colaboradores nossos, de *wiki* repórteres. A idéia foi dada por um *wiki* repórter de São Paulo”, disse Mattos na entrevista.

Através da página inicial, o leitor acessa as matérias enviadas pelos *wiki* repórteres. Ao clicar no link de qualquer reportagem, o leitor encontra o texto na íntegra, sendo que alguns também trazem fotos referentes às matérias. Todos os textos disponíveis no site têm um contador de acessos. A página de uma matéria segue estrutura semelhante a de qualquer jornal online. Primeiro, lê-se a manchete. Abaixo dela, vemos a data da publicação e a identificação do repórter. Em seguida, vem o texto e as fotos que o acompanham. Ao final da matéria, há uma seção para comentários aberta a todos os leitores.

4.2.3. A equipe e a participação

Para cuidar da estrutura on-line, existe uma redação, baseada no bairro da Vila Mariana, na cidade de São Paulo. A equipe do BrasilWiki conta com quatro jornalistas, que tem como função fundamental a edição do conteúdo postado pelos colaboradores. De acordo com Mattos, a rotina de trabalho é semelhante a de uma mesa de edição on-line tradicional: “o material cai em uma gaveta de pendentes, de onde os editores pegam, editam, e dão maior ou menor destaque”. Além de editar o material enviado pelos repórteres, os editores cuidam das seções Deu no Papel, Recados do Editores e Enquete – produzidas exclusivamente por eles. Os editores também são responsáveis pela seleção do que vai merecer destaque na página inicial, nas seções Manchetes, Imagens e Áudios e são mediadores da lista de discussão do BrasilWiki.

Em comparação com os quatro editores da Vila Mariana, o BrasilWiki conta com 1.000 colaboradores cadastrados. Mattos explica que cada um tem sua frequência de colaboração – uns publicam muito raramente e outros publicam com muita assiduidade. Tornar-se um *wiki* repórter é bastante fácil. Basta fazer o seu cadastro a partir do link Publicar Conteúdo. O site pede algumas informações como nome completo, nome *wiki* (uma espécie de avatar do repórter), cidade e estado de procedência, data de nascimento, profissão e e-mail. Dadas essas informações, o internauta vira um potencial colaborador do jornal.

De acordo com Mattos, os editores recebem uma média de dez textos por dia. As editorias que fazem mais sucesso entre os colaboradores são as de Política e de Cotidiano. A média de publicação também gira em torno de dez textos. Mattos explica que essa média é mais variável por causa dos bloqueios: “Temos um conjunto de regras. Não publicamos textos racistas, homofóbicos, de incitação à violência ou apologia às drogas. Da mesma maneira, em respeito ao direito autoral, bloqueamos todos os textos que são copiados de outro site e a fonte não é indicada”. Mattos lembra, ainda, que o site tem mecanismos para se defender de atos de vandalismo. O usuário que venha a publicar textos ou comentários ofensivos ou descabidos pode ser bloqueado. Isso é possível, pois o site mantém o registro do IP⁴⁴ de cada máquina que colabora com o jornal.

⁴⁴ Internet Protocol. O IP é um conjunto de números identifica um computador específico em uma rede de computadores.

Como já mencionado, assim que é postada, a matéria do *wiki* repórter cai na gaveta de pendências. O tempo para ela evoluir a uma editoria também é variável. Segundo Mattos, isso “depende do timing da equipe de edição no momento, da necessidade de checar informações importantes”. Durante o processo de edição, Mattos afirma que a equipe da redação procura mexer o mínimo possível nos textos dos *wiki* repórteres. A idéia é tentar resguardar o maior nível possível de originalidade. Os ajustes feitos são, em geral, de grafia, pontuação, acentuação e concordância verbal. A opinião e a essência do texto são elementos a serem respeitados pelos editores. Mattos lembra, no entanto, que podem ser feitas alterações para tornar mais clara a idéia que o autor do texto pretende expressar. O texto dos comentários publicados pelos internautas é o único que não passa por revisão. Mattos diz que seria necessário um exército de jornalistas para editar também os comentários. Nessa seção, os *posts* são avaliados apenas para averiguar se eles obedecem ao código de conduta do BrasilWiki⁴⁵.

Passado todo o processo de edição, o texto é publicado em alguma editoria. Vale lembrar que o repórter indica para qual editoria o texto é destinado. Porém, os editores podem mudar essa indicação, se avaliarem que a matéria cabe melhor em outra editoria. Um ponto de extrema importância em nossa observação do site é o fato de o texto não poder mais ser modificado depois da publicação. Apesar de a tecnologia wiki permitir que o texto seja alterado depois de postado, as matérias publicadas no BrasilWiki não podem ser modificadas pelos leitores. O leitor pode, somente, fazer comentários a respeito do material lido, sendo impossível a edição do texto em si. Mattos explica o porquê dessa opção:

Quando estávamos fazendo o site, nos vimos diante da seguinte questão: vamos fazer uma web 2.0 como a Wikipédia? Concluímos que seria impossível deixar os textos abertos para que os colaboradores fossem construindo cada um deles, a dezenas de mãos. Isso porque a maior parte dos textos publicados em BrasilWiki é de opinião. Se permitíssemos que as pessoas fossem alterando o texto originalmente publicado, um elogio ao Lula poderia rapidamente se transformar em uma crítica, por exemplo. Pior: a mudança se daria mesmo com esse texto sendo assinado por alguém que quis elogiar, não criticar. Optamos, assim, por manter a integridade do texto do autor e deixar totalmente aberta a área de comentários, onde as pessoas

⁴⁵ O que não se deve fazer no BrasilWiki: qualquer uso com propósitos ilegais; transmitir ou divulgar ameaças, pornografia infantil, material racista ou qualquer outro que viole a legislação em vigor no país; propagar vírus de computador, programas invasivos (*worms*) ou outras formas de programas de computador, auto-replicantes ou não, que causem danos permanentes ou temporários nos equipamentos do destinatário; transmitir dados que causem falhas em serviços ou equipamentos do www.brasilwiki.com.br ou na internet.; usar o domínio para tentar e/ou realizar acesso não autorizado a dispositivos de comunicação, informação ou computação; forjar endereços de máquinas, de rede ou de correio eletrônico, na tentativa de responsabilizar terceiros ou ocultar a identidade ou autoria.; destruir ou corromper dados e informações de outros usuários; violar a privacidade de outros usuários; violar copyright ou direito autoral alheio.

podem escrever sem ser cadastradas. Isto exige que acompanhem os comentários para que seja feita uma espécie de mediação básica do que é colocado ali. Nossa intenção é fazer com que os comentários se situem no contexto do texto que está sendo comentado. Nos preocupamos em evitar que descambem para as ofensas pessoais.

Além da seção dos comentários, o leitor conta com um outro meio de dar opiniões sobre os textos publicados. No rodapé da página inicial, existe um link para comunicar erros e abusos via e-mail. Mattos observa que esta ferramenta é, freqüentemente, usada para comunicar apenas os abusos – ficando a comunicação de erros reservada aos comentários.

Como a maior parte dos textos é de opinião, nós nunca tivemos e-mails reclamando erros. Normalmente, quando um leitor identifica uma premissa errada do autor, já escreve ali mesmo, na área de comentários, que a tese é equivocada porque os fatos em que se baseou são falsos. Ao contrário, não é incomum pessoas escreverem denunciando abusos. Os editores avaliam a queixa, se é pertinente ou não. Recentemente, um wiki repórter de João Pessoa publicou texto criticando os movimentos pela emancipação política do Sul do País. Uma dessas organizações se considerou atingida e escreveu pedindo a exclusão do texto e o bloqueio do colaborador. Avaliamos o pedido e consideramos que não procedia. Que o autor tinha o direito a ter uma opinião sobre os movimentos separatistas e que a entidade que reclamava nem era citada. Escrevemos para quem reclamou e esta pessoa acabou concordando com os nossos argumentos. O texto foi mantido.

Quando perguntado sobre a credibilidade das informações publicadas no site Mattos é categórico: “Eu não sei qual é o conceito certo de credibilidade”. Se for a definição clássica do Aurélio, ‘algo que se pode crer, acreditável’, eu acho que é de quase 100%”. Ele explica que a grande maioria dos textos publicados no BrasilWiki tem uma alta carga opinativa. As manifestações dos *wiki* repórteres são, em sua maioria, a opinião e a visão deles sobre o país e o mundo. Mattos continua: “Uns são fascistas, outros liberais, outros em cima do muro. Uns contra o Lula, outros a favor. Mas todos são autênticos na forma de defender o que pensam”.

Nesse ponto, identificamos uma interessante característica do direcionamento editorial do jornal BrasilWiki. Os jornalistas que trabalham na redação de BrasilWiki dizem ter compromisso com o conceito de imparcialidade que rege a profissão. No entanto, eles deixam claro que os textos publicados no jornal não têm esse mesmo comprometimento. De acordo com Mattos, os textos presentes no BrasilWiki são predominantemente opinativos. Segundo ele, cerca de 90% do material que é publicado no jornal defende uma idéia, uma tese, ou alguma pessoa. No entanto, os editores não bloqueiam textos de acordo com a opinião que formam deles. Uma matéria não é bloqueada do site por ser conservadora ou liberal, de direita

ou de esquerda. Para decidir o que deve ser publicado ou não, os editores obedecem apenas ao código de conduta do site.

A observação do processo de publicação no BrasilWiki permite perceber o quanto o é forte a presença do jornalista. É inegável que a possibilidade de se escrever uma matéria é aberta para todos em uma experiência como essa. Entretanto, o site não apresenta todas as características que um produto da era 2.0 deveria. Como vimos anteriormente, os leitores têm total liberdade para postar suas matérias – exercendo, portanto, a função de repórter plenamente. Contudo, no que tange o processo de edição, a decisão do que entra e sai do site ou do que deve ser corrigido ainda é propriedade exclusiva do jornalista. Assim, o BrasilWiki poderia ser chamado de uma experiência híbrida, que ainda carrega traços dos veículos de massa, mas que já apresenta características da tecnologia de colaboração.

4.2.4. BrasilWiki e a publicidade

Como apontamos anteriormente, uma das principais características que pesa sobre a liberdade nos meios de comunicação tradicionais é o vínculo com a publicidade. A necessidade de vender espaços para anúncios, por muitas vezes, se sobrepõe à criatividade e abertura na produção de conteúdo. Uma das hipóteses levantadas sobre o jornalismo colaborativo on-line é justamente a possibilidade de essa prática ser menos atrelada à atividade publicitária.

De acordo com Mattos, há a necessidade de alguma publicidade para que o BrasilWiki possa continuar on-line. “Precisamos dela para manter o site no ar de forma perene”. Analisando as páginas de BrasilWiki, observamos que, em termos de publicidade, são visíveis apenas *banners* do provedor que hospeda o site. Esse tipo de propaganda, segundo Mattos, é uma espécie de parceria com o provedor – uma troca de espaços de divulgação. Com a ausência de publicidade, o BrasilWiki é majoritariamente financiado por seus próprios editores desde a sua criação.

No entanto, o espaço para publicidade no BrasilWiki deve crescer. Segundo Mattos, os editores não têm condições de manter o projeto com os próprios bolsos por muito tempo. Porém, ele ressalta que o crescimento vai se dar dentro de alguns limites:

Aqui no BrasilWiki, se alguém quiser anunciar, terá que entender a natureza do site. Por exemplo, acabamos de publicar uma crítica ao Ponto Frio, a loja de departamentos. Se o Ponto Frio quiser anunciar aqui, tem que aceitar o fato de que uma crítica a ele poderá ser publicada e nós não poderemos

excluir um texto assim porque senão estaremos tirando a alma do BrasilWiki, que é a livre expressão. Claro que a livre expressão de maneira responsável. Não permitimos que uma pessoa saia atirando contra alguém de maneira anônima ou sem provas.

O criador do BrasilWiki mostra, nesse ponto, que é possível criar um meio termo interessante entre publicidade e jornalismo. Como foram criados com o objetivo claro de abrir os meios de comunicação aos cidadãos, os sites de jornalismo participativo são carregados de um idealismo muito forte. Tanto Mattos, quanto Ho – criador do OhmyNews – começaram os seus projetos com a meta de estabelecer uma alternativa para o público leitor. A vontade de funcionar como um suporte para as vozes minoritárias na sociedade traz um contraponto interessante que, de certa forma, cancela a obsessão pelo lucro presente na mídia tradicional. É evidente que a publicidade não poderá ser nula, pois, mesmo que o software seja gratuita, o emprego de profissionais e o espaço para construir banco de dados ainda não o é.

No entanto, na sua resposta, Mattos mostra que é possível lidar com a publicidade de uma forma menos passiva, deixando claro os objetivos e o direcionamento da publicação. Talvez, num futuro próximo, os publicitários também se aproximem dessa lógica de democratização e queiram ter seus produtos associados a empresas que defendam esse nobre e raro – ideal.

5. Considerações Finais

Chegamos ao fim do nosso trabalho com a sensação de dever cumprido. Esperamos que a nossa breve, porém auspiciosa análise tenha dado uma maior noção desse novo mundo que se abre com a prática do jornalismo de cidadão para cidadão. Depois de alguns meses de estudo, foi possível constatar que esse novo campo jornalístico é, antes de tudo, um passo em direção a uma liberdade de expressão mais abrangente. Uma liberdade que não alcança apenas aqueles com assento garantido das grandes redações de jornal, mas também aqueles sentados nas mesas de casa, com um computador à frente.

Com o surgimento de jornais *on-line* adeptos da participação, o cidadão ganha direito a dar voz aos seus anseios sobre o mundo que o cerca. Cada vez mais, ele vira protagonista e não somente fruidor do noticiário. Ele deixa de apenas entender, mas também passa a explicar os fatos e acontecimentos do dia-a-dia. Através dos olhares de cada cidadão, produz-se um jornalismo mais global, diversificado e informativo. Em vez de noticiar apenas o que acontece nos grandes centros, passamos a informar o que acontece em todos os cantos do mundo, promovendo uma espécie de cauda longa no próprio jornalismo. Como pudemos ver na análise do *OhmyNews* e do *BrasilWiki*, esse novo papel de cidadão-repórter é exercido em aliança com o jornalista por profissão. Ao contrário do que se pensa à primeira vista, o jornalista não tem o diploma ameaçado pela prática colaborativa. Na era da participação, ele ganha um novo e importante espectro de trabalho. Fica reservada exatamente ao jornalista a cadeira de editor dos jornais colaborativos. Com um olhar mais apurado, ele checa dados, edita os textos e hierarquiza as informações no *site*.

Mas não pareçamos otimistas em demasia. O estudo também permitiu constatar que a liberdade de expressão alcançada com a participação é, inquestionavelmente, mais abrangente. No entanto, ela ainda passa por vários filtros durante o processo de edição feito pelo jornalista. A partir da análise do *BrasilWiki* e do *OhmyNews*, foi possível observar que a lógica do “publique, depois filtre” - característica da era 2.0 - ainda não acontece em estágio pleno. Os processos de remixagem e hackeabilidade da informação ainda não estão presentes no jornalismo cidadão existente hoje em dia. Além disso, é importante ressaltar que a referida liberdade de expressão só chega àqueles que tem um computador em casa ou acesso a ele em algum outro lugar. Sabemos que essa realidade ainda está longe de ser predominante no mundo. Portanto, reforçamos que a liberdade que se abre com a colaboração é mais abrangente, mas está longe de ser completa.

Mesmo assim, o balanço final é positivo. Mais uma vez, o jornalismo é revolucionado pelo surgimento de novos modos de produção. Assim como aconteceu com a imprensa, com o rádio e com a televisão, a internet abriu um novo mundo para a notícia. Já a era 2.0 abriu um universo paralelo. Através do jornalismo cidadão, vozes até o momento emudecidas ganharam uma amplificação nunca antes testemunhada. Com a colaboração dos cidadãos, realidades ignoradas pela grande mídia finalmente ganham espaço. Um novo mundo de informações é descortinado a frente dos olhos de leitores mais ativos. Nessa nova perspectiva, quem sai ganhando é o próprio cidadão. A inteligência passa a ser produzida de forma coletiva, a várias mãos. Quanto mais atores envolvidos no processo, mais numerosa e de melhor qualidade é a informação produzida. Um admirável mundo novo em franca expansão.

Lembramos, no entanto, que ainda há muito para se explorar nesse novo mundo. A temática da colaboração *on-line* está longe de ser encerrada com o ponto final desse trabalho. Muitas experiências participativas ainda vão pipocar na rede. Será interessante analisar como elas lidarão com as potencialidades das ferramentas 2.0. As questões sobre credibilidade e verdade no jornalismo cidadão ainda podem e devem ser aprofundadas em estudos futuros. Além disso, é importante estudar como e se a lógica do “publique e, depois, filtre” chegará a reger o processo de produção dos *sites* colaborativos. Como vimos, a ação do jornalista sobre o texto do cidadão-repórter ainda é grande. Mas o futuro pode guardar novos papéis para cada um dos atores nesse processo.

Referências Bibliográficas

ADGHIRNI, Zélia L.. Informação online: jornalista ou produtor de conteúdos?. *Contracampo*, Rio de Janeiro - UFF, v. 6, p. 137-152, 2002.

ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa – Do Mercado de massa para o Mercado de nicho*. Editora Campus. 2006.

AROSO, Inês Mendes Moreira. A internet e o novo papel do jornalista. 2005. Disponível em <http://www.webjornalismo.com>. Acessado em consultado em 22 de outubro de 2007.

CASTELLS, Manuel. “Internet e sociedade em rede” in *Por uma outra comunicação*. p. 255 – 287. Editora Record. Rio de Janeiro, 2005.

BOWMAN, Shayne e WILLIS, Chris. *We Media: how audiences are shaping the future of news and information*. The Media Center at The American Press Institute. 2003. Disponível em: www.hypergene.net/wemedia/. Acessado em 05 de setembro de 2007.

BRAMBILLA, Ana Maria. *Jornalismo Open Source em busca de credibilidade: como funciona o projeto coreano OhmyNews International*. Trabalho apresentado ao NP 08 – Tecnologias da Informação e da Comunicação, do XVIII Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. 2005.

_____. A genealogia do OhmyNews. 2005. Disponível em: http://anabrambilla.com/genealogia_do_ohmynews.pdf. Acessado em 08 de novembro de 2007

_____. OhmyNews, exemplo de jornalismo open source. Publicado em 23 de abril de 2005. Disponível em <http://webinsider.uol.com.br/index.php/2005/04/23/ohmynews-exemplo-de-jornalismo-open-source/>. Acessado em 8 de novembro de 2007.

CANAVILHAS, João Messias. *Webjornalismo – Considerações Gerais sobre Jornalismo na Web*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2001.

FOUCAULT, Michel. “O que é um autor?” in A escrita de si. p. 129 – 160. Editora Vega, 1992.

LEVY, Pierre. “Pela ciberdemocracia” in Por uma outra comunicação. p. 367 – 384. Editora Record. Rio de Janeiro, 2005.

MANESS, Jack M.. Library 2.0 theory: Web 2.0 and its implications for libraries. Publicado na Webology, v.3, n.2. Disponível em <http://www.webology.ir/2006/v3n2/a25.html>. Acessado em 23 de setembro de 2007.

O'REILLY, Tim. What is Web 2.0 – Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. 2005. Disponível em: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>. Acessado em 23 de setembro de 2007.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais, 2006.

ROCHA, Jorge. Participatory Journalism: conceitos e práticas informacionais na Internet. Trabalho apresentado ao NP 08 – Tecnologias da Informação e da Comunicação, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa do Intercom. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UERJ – 5 a 9 de setembro de 2005.

SERRA, Paulo. O princípio da credibilidade na seleção da informação midiática. Universidade da Beira Interior. Portugal, 2003. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/midiaerecepcao/textos/paulo_serra_r.pdf. Acessado em 01 de outubro de 2007.

SIMÃO, João. Relação entre Blogs e Webjornalismo. Publicado em Outubro de 2006 em Prima.com, Revista de Ciências da Informação e da Comunicação do CETAC. Disponível em http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n3_outubro_de_2006/relacao_entre_os_blogs_e_webjo.html. Acessado em 13/09/2007.

Anexos

Anexo A – Página inicial do OhmyNews



HOME
KOREA | WORLD | SCI&TECH | ART&LIFE | ENTERTAINMENT | SPORTS | GLOBAL WATCH | INTERVIEWS | CITIZEN JOURNALISM
2007-12-04 22:32 KST

Korean

LOGIN

JOIN OMNI

NEWS

KOREA

WORLD

SCI&TECH

ART&LIFE

ENTERTAINMENT

SPORTS

GLOBAL WATCH

INTERVIEWS

PODCASTS

OPINION

FEATURED WRITERS

TALK-BACK

ABOUT US

FAQ





Democrat Wins Election in Hong Kong

Anson Chan to fill hotly contested Legislative Council seat

The contest was widely seen as a referendum on universal suffrage. Regina Ip was the underdog from the outset. She resigned in 2003 after her disastrous handling of Article 23, the proposed security l... (David Kootnikoff)

Japan in Hot Water Over Kyoto

[Analysis] GHG emissions in fiscal 2006 were 6.4% above fiscal 1990 levels

Highly alarmed by the August estimates for fiscal 2010 GHG emissions, the government has pressed domestic industries to do more to produce less such gases. For Japan to reach its Kyoto goal, each of m... (Hisane Masaki)

Japan Goes on Air Spending Spree

Korea and the Iran-Contra Affair

[Part 2] Maligned and double-crossed by the American government

A more successful attempt at securing the release of hostages took place in October 1936. A group of Americans including Second, Hakim and North, secretly met in Frankfurt, West Germany, with Iranian ... (Robert Neff)

Citizen Journalism in Nepal Encouraging

But Nepalese continue to work amid steep challenges

Citizen journalism in Nepal is still in its infancy and faces many problems, such as the country's troublesome record on press freedom, the rise in attacks on journalists and activists, ethnic tension... (Bhumika Ghimire)

African Vision for Citizen-Generated Media

[Opinion] Low technology offers a great opportunity

Governments in Africa need a paradigm shift away from their reluctance to make information widely available to the citizenry. This change in attitude is critical to making information available to cit... (Masimba Birwasha)

'I'm Not There' More Parody Than Homage

Directed by Todd Haynes (2007)

Nowhere in the film do we get a glimpse of the excitement that surrounded Dylan's emergence as an artist, or the kind of musical poetry that brought Allen Ginsburg to tears. While the film has some of... (Howard Schumann)

'RFK Must Die' Inconclusive but Important

FEATURED WRITERS OF THE WEEK

Bhumika Ghimire

Citizen Journalism in Nepal Encouraging

David Kootnikoff

Democrat Wins Election in Hong Kong

Brian Orndorf

Don't Stay 'Awake'

John Boland

An Open Letter to Prime Minister Gordon Brown

HOT SEAT

'Obama Girl' and U.S. Politics

Amber Lee's viral clip remains a hit on YouTube...

Citizen Journalism in Muncie, Indiana

Something Positive and Uplifting

Do you live in a news hotspot? No?



Send us your story. (Buzztracker Map)

Want to chat? [Click here](#)

Poll

If you could vote in the 2008 U.S. presidential election, who would you choose?

Clinton

Edwards

Obama

Giuliani

McCain

Thompson

* Vote to see the result.

OhmyNews at a glance

OMN Cit-J School Opens

Gives urbanites a rare opportunity to recharge themselves as content creators in the middle of idyllic rural setting...

OMN CEO Awarded Journalism Prize

[Notice] New Cybercafe System

INTERNATIONAL Herald Tribune

- With Putin's triumph come questions in Russia
- Sulawesi president pardons British teacher
- Danger rises lawless Highway 1 in Afghanistan
- Iran calls for security cooperation in Gulf
- Yemen rejects bid by Chávez to amend charter
- Rudd acts to ratify Kyoto accord in Australia
- Hong Kong election wins cheers for democrats

Weekly Top Ten Views

- Video Sharing Goes Beyond YouTube
- The Training of Journalists
- An Open Letter to Prime Minister Gordon Brown
- Don't Stay 'Awake'
- China Leads Continued Growth in ISO 9000
- IROC Chief Warns of Iranian 'tsunami'
- Iran Press Watch: Ammanpolis
- Beyond Bullets: The Human Side of the News
- Japan's Tech Initiative Against Climate Change
- English Football: 12 Steps to Salvation

GLOBAL NEWS

KOREA

- Korea and the Iran-Contra Affair
- Korea and the Iran-Contra Affair
- The Wreck of the German Schooner Chusan

WORLD

- British Role in Iraq Called Into Question
- Citizen Journalism in Nepal Encouraging
- Democrat Wins Election in Hong Kong

TECHNOLOGY

- African Vision for Citizen-Generated Media
- Japan's Tech Initiative Against Climate Change
- Video Sharing Goes Beyond YouTube

ART&LIFE

- Demand for Bangladeshi Writer's Books Soaring
- [Poem] Salamanders Sunning
- Leaving the Big City

ENTERTAINMENT

- 'I'm Not There' More Parody Than Homage
- 'RFK Must Die' Inconclusive but Important
- February 29: Deja Vu All Over the Place

GLOBAL WATCH

- Global Warming: Turning Awareness Into Action
- Drastic Action Needed on Global Warming
- Fighting Politically for AIDS

SPORTS

- English Football: 12 Steps to Salvation
- India Beat Pakistan in First Test
- Champions League Preview

INTERVIEWS

- Beyond Bullets: The Human Side of the News
- AIDS, Sex and Love in South Africa
- Citizen Journalism in Muncie, Indiana

+ MORE

- British Role in Iraq Called Into Question
- Global Warming: Turning Awareness Into Action
- Demand for Bangladeshi Writer's Books Soaring
- The Long Haul: Israeli-Palestinian Talks
- Japan Goes on Air Spending Spree
- [Poem] Salamanders Sunning
- British Police to Investigate Labor Funding
- Terrorism Looms as Indian Intel Agencies Fail
- 'RFK Must Die' Inconclusive but Important
- Gov't Should Not Politicize Guwahati Clashes
- 'February 29': Deja Vu All Over the Place
- Palestine: Demoralization and Absence
- New Fire for Modern Men and Women: Cit-J
- Free Advice for a Famous Violinist
- Leaving the Big City

	Rich Bowden	2007/12/04 14:28
	Maria Margareta Vijvanti	2007/12/04 08:40
	Ashwini Ahuja	2007/12/03 06:05
	Yehonathan Tommer	2007/12/03 04:42
	Hisane Masaki	2007/12/03 03:38
	William Burkholder	2007/12/02 09:06
	Timothy James Neale	2007/12/02 08:35
	Archana Roy	2007/12/02 07:06
	Howard Schumann	2007/12/02 06:14
	Ashwini Ahuja	2007/12/02 05:38
	Kyu Hyun Kim	2007/12/02 03:52
	Ramzy Baroud	2007/12/01 16:27
	Antonio Carlos Rix	2007/12/01 11:33
	Eric Shackie	2007/12/01 11:14
	Kim Fahey	2007/12/01 11:01

THAT'S FIT TO SHARE WITH YOU

OhmyNews
KOREA | WORLD | SCI&TECH | ART&LIFE | ENTERTAINMENT | SPORTS | GLOBAL WATCH | INTERVIEWS | PODCASTS

COPYRIGHT 1999 - 2007 OHMYNEWS ALL RIGHTS RESERVED. INTERNEWS@OHMYNEWS.COM TEL: +82-2-733-5905, 5599(EXT 125) FAX: +82-2-733-5011, 5077

Anexo B – Página de Notícia do OhmyNews

OhmyNews

WORLD

HOME | KOREA | WORLD | SCIENCE | ART&LIFE | ENTERTAINMENT | SPORTS | GLOBAL WATCH | INTERVIEWS | CITIZEN JOURNALISM
2007-12-04 22:31 KST

HOME

Korean

LOGIN

JOIN OHMY

NEWS

WORLD

SCIENCE

ART&LIFE

ENTERTAINMENT

SPORTS

GLOBAL WATCH

INTERVIEWS

PODCASTS

OPINION

FEATURED WRITERS

TALK/BACK

ABOUT US

FAQ

RSS

Language

SEARCH

Democrat Wins Election in Hong Kong

Anson Chan to fill hotly contested Legislative Council seat

David Kootakoff (Karpina) [Email Article](#) [Print Article](#)

Published 2007-12-04 03:34 (KST)

Sunday saw two of the most notorious women in Hong Kong's recent history going head-to-head in a by-election for a hotly contested seat in the Legislative Council. It was a clash of the titans, the former security chief **Regina Ip**, the stalwart for the pro-Beijing faction, versus **Anson Chan**, a former chief secretary and the democrat's lucky charm.

Chan, "the conscience of Hong Kong," has [won](#). "The result of this election indicates that Hong Kong people are anxious to put forward democracy. We think we're all ready to implement universal suffrage in 2012," Chan said on hearing of her election win.

TODAY'S TOP STORIES

- Democrat Wins Election in Hong Kong
- Japan in Hot Water Over Kyoto
- Korea and the Iran-Costra Affair
- Citizen Journalism in Nepal Encouraging African Vision for Citizen-Generated Media

FROM THE SECTION

- British Role in Iraq Called Into Question
- Citizen Journalism in Nepal Encouraging
- Democrat Wins Election in Hong Kong
- Japan in Hot Water Over Kyoto
- The Long Haul: Israeli-Palestinian Talks

The election was to fill a seat left vacant after former chairman of the pro-Beijing DAB (Democratic Alliance for the Betterment and Progress of Hong Kong) party, Ma Lik, died in August. The term is only for the remaining nine months of his term, at which time territory-wide Legislative Council elections will take place.

The contest was widely seen as a referendum on universal suffrage. Regina Ip was the underdog from the outset. She [resigned](#) in 2003 after her disastrous handling of Article 23, the proposed security legislation that pushed 500,000 people into the streets in protest and eventually led to the downfall of former Chief Executive **Tung Chee-hwa** in March of 2005.

Democrats Gaining an Upper Hand?

While Chan may have won, it was not by the margin many expected and her victory shouldn't be construed as the democrats gaining an upper hand in the territory. Far from it.

Hong Kong has been experiencing a deluge of free choices lately. In [district council elections](#) that just wrapped up over a week ago, the democratic camp, known collectively as the 'pan-democrats,' had the stuffing lacked out of them. They lost a large proportion of their seats to pro-Beijing candidates and that alone should have mobilized the pan-democrats to come out in droves to support Chan yesterday. But while the turnout was higher than in previous elections, it didn't manifest itself into a large amount of support for Chan.

Muddled Leadership

So what gives? Why does the electorate seem so conflicted, voting against the democrats one week and for them the next?

It suggests that Chief Executive Donald Tsang, Beijing's proxy, has succeeded in slowing any momentum for constitutional reform with his labyrinthine proposals. Rather than take the initiative as he has promised, Tsang has fobbed off the question of universal suffrage by taking none. This has played nicely into Beijing's overall strategy of stalling on democracy and blurring the lines between candidates.

Another factor lies in the make-up of the system. The terms 'pan-democrat' and 'pro-Beijing' are misleading, especially in the case of the former. The pan-democrats are far from united and suffer from the same problem that afflicts many 'alternative' political organizations around the world. When members include a [Che Cheung-chad](#) street protester and a former [Clarke](#) board member, visions often collide. This has led to predictable divisions and a fragmented public message. As a result, the pan-democrats are desperate and have found their support dwindling. People are fed up, but they are no longer convinced the pan-democrats have the answers.

Competing Aspirations

The democratic camp is, well, what a democracy should be like. It lacks coherency. It's loud and full of contrary opinions. Founding Democratic Party chairman [Martin Lee](#) appears to have given up on Hong Kong preferring to make [appeals](#) to the international community to apply pressure on Beijing for democracy. Labor tries to push for bread and butter issues but finds itself competing with the DAB's questionable network of so-called "contacts" and funding, and even Long Har (activist Leung Kwok-hung), once the darling of outspoken protest, has dulled into a lackluster provocateur on the sidelines.

The pro-Beijing faction has it a little easier -- fear unites all the cadres. No one wants to upset or be seen upsetting the Middle Kingdom. This has unified their theme of "harmony" and secured growing support. When your people have a direct line to Beijing certain things -- from the potholes outside your estate to the paperwork for your relative's visa -- get done.

As Chan's victory illustrates, Hong Kong people haven't yet abandoned their aspirations for universal suffrage -- but what will occur in nine short months when her term expires is another question.

©2007 OhmyNews

» [Other articles by reporter David Kootakoff](#)

Add to: [Delicious](#) | [Digg](#) | [reddit](#) | [MyWeb](#)

Comments

Name Your Blog

Title

Comment

Input number

View Chronologically # View Approvals

South Korea Tourism
Creating amazing meeting incentives: Culture, History, Nature and Pilgrims.
[StarCity.com](#)

Holiday in Korea Hostel
Hostels for Backpackers in Seoul. Clean. Low priced kindly.
[questhouse.com](#)
[www.holidayinkorea.com](#)

Want to teach in Korea?
100+ or jobs, online information & 24/7 support. Apply online.
[www.Plans4EFL.com](#)

Search Hotels Reservation
300+ Hotels in South Korea. Up to 75% Off Real time confirm.
[www.hotelide.com](#)

[Add to Google](#)

OhmyNews at a glance

OhmyNews is a new opportunity to exchange themselves as content creators in the middle of a 21st century.

- OHMY CEO Awarded Journalism Prize
- [Elected](#) New Cybercafe System

Herath Erlhane

- With Putin's tough come questions in Burma
- Indonesian president pardons British teacher
- Dangers ride Jordan Highway 1 in Afghanistan
- Iran calls for security cooperation in Gulf
- Venezuela reports hit by Chavez to amend charter
- Build acts to ratify Kyoto accord in Azerbaijan
- Hong Kong election wins cheers for democrats

Weekly Top Ten Views

- Video Sharing Goes Beyond YouTube
- The Training of Journalists
- An Open Letter to Prime Minister Gordon Brown
- Don't Stay Awake!
- BBC Chief Warns of Iranian 'Tsunami'
- Iran Press Watch: Amman
- Beyond Bin Laden: The Human Side of the News
- Japan's Tech Initiative Against Climate Change
- English Football: 12 Steps to Salvation
- India: Shame on the Streets of Guwahati

OhmyNews
KOREA | WORLD | SCIENCE | ART&LIFE | ENTERTAINMENT | SPORTS | GLOBAL WATCH | INTERVIEWS | PODCASTS

COPYRIGHT 1999-2007 OHMYNEWS ALL RIGHTS RESERVED. RETURNING OHMYNEWS.COM TEL: +82-3-933-5305, 5305 EXT. 123 FAX: +82-3-933-5011, 5077

Anexo C – Página inicial do BrasilWiki

POP
INTERNET GRÁTIS
ACELERADOR POP
BANDA LARGA
MEU POP
PANEL DE CONTROLE
WEBMAIL
CADASTRO
Produtos POP -

BrasilWiki!
você é o repórter

Login

Senha

[Recuperar senha](#) [Cadastrar](#)

O BRASILWIKI
É UM JORNAL ONLINE
PARTICIPATIVO.
QUEM ESCREVE É A
VOCE!

HOME
QUEM SOMOS
PUBLICAR CONTEÚDO

ÚLTIMAS [←](#)

PENDENTES [←](#)

COTIDIANO [←](#)

CONTOS E POESIA [←](#)

CULTURA [←](#)

ECONOMIA [←](#)

ESPORTES [←](#)

DEU NO PAPEL [←](#)

HISTÓRIAS DE NATAL [←](#)

POLÍTICA [←](#)

FOTOS [←](#)

ÁUDIO [←](#)

VÍDEOS [←](#)

Busca

ASSINE AGORA E APROVEITE:
PONTO ADICIONAL 100% DIGITAL COM ADESAO GRÁTIS.

Consulte condições no site

MANCHETES

COTIDIANO

A moda do "beija-peitos"
Primeiro foi o Repórter Vesgo, do *PÁVÃO* no TV. E agora foi a apresentadora Hebe Camargo. Está lançada a mais recente mania do verão: a moda de beijar os peitos. Já imaginou chegar cedo no trabalho e, em vez dos tradicionais beijinhos no rosto, sair beijando os peitos das colegas?
Publicado em **03 | 12** pelo(a) wiki repórter Bárbara Blanche, São Paulo-SP
[Leia mais](#)

POLÍTICA

A arte de governar é a arte de gastar
Indo na contramão da racionalidade e do bom senso, Lula afirma que governar é gastar. E acrescenta que sem muito arrecadar, não consegue governar. Usa uma franqueza despurorada, um estilo de governar completamente desconectado dos padrões de probidade, seriedade, racionalidade e bom senso.
Publicado em **03 | 12** pelo(a) wiki repórter Soares, Divinópolis-MG
[Leia mais](#)

POLÍTICA

No mato sem cachorro
A decepção com os rumos da política nacional é tão grande que existe muita gente boa a acreditar, com sinceridade, que a melhor saída é defender a adoção do voto nulo. Na vã esperança de desmontar podre cenário existente.
Publicado em **02 | 12** pelo(a) wiki repórter accioly, Brasília-DF
[Leia mais](#)

CONTOS E POESIA

Conte sua história de Natal
Você tem uma boa história de Natal para contar? Então conte. Seja ela verdadeira ou apenas ficção. Está aberto em *BrasilWiki!* o concurso *Histórias de Natal*, do qual podem participar todos os *wiki repórteres* cadastrados no site. Basta escrever o texto e postar na sessão *Histórias de Natal* até o dia 15 de dezembro.
Publicado em **30 | 11** pelo(a) wiki repórter BrasilWiki, São Paulo-SP
[Leia mais](#)

ÚLTIMAS INCLUSÕES

CULTURA - 04/12/2007 - 07h39
Cantata da Patagônia Rebelde
Publicado pelo(a) wiki repórter Bruno Lima Rocha

COTIDIANO - 03/12/2007 - 21h29
A moda do "beija-peitos"
Publicado pelo(a) wiki repórter Bárbara Blanche

CONTOS E POESIA - 03/12/2007 - 19h39
Sô por hoje
Publicado pelo(a) wiki repórter Catucha

ECONOMIA - 03/12/2007 - 19h05
Volt, o carro elétrico de 2010
Publicado pelo(a) wiki repórter Mafrinha SC

CONTOS E POESIA - 03/12/2007 - 17h57
Tok tok
Publicado pelo(a) wiki repórter cal55

POLÍTICA - 03/12/2007 - 17h11
O Brasil e o ranking da educação
Publicado pelo(a) wiki repórter João Ferreira
[Índice completo das últimas inclusões](#)

IMAGENS

Foto: Internet
Ooooo, dá!
Velório da loira gelada.
Publicado em **03 | 12** pelo(a) wiki repórter Marrash Bilek, Rio de Janeiro-RJ
[Ver últimas imagens](#)
[Índice de galerias](#)

MAIS ACESSADAS NOS ÚLTIMOS 15 DIAS

- 1 Celulites da vingança
- 2 O galã que era gordo
- 3 Lições de amor
- 4 O dia que Shrek "matou" Papai Noel
- 5 A orgia da vadiagem
- 6 Lula e os aloprados têm fascinação por ditadores
- 7 O canto do cine de Mônica Veloso
- 8 Democracia do roubo escancarado
- 9 País-de-santo contra Chávez

ÁUDIO

Vai um baseado aí?
26/10/2007 - 08h42
Publicado pelo(a) wiki repórter Gabriel P. Putz

Crônica de Jorginho e outros
26/10/2007 - 08h35
Publicado pelo(a) wiki repórter Gabriel P. Putz

O que parlamentares querem ver na Playboy?
09/10/2007 - 23h53
Publicado pelo(a) wiki repórter macedolucotr
[Índice completo](#)

RECADOS DO EDITOR
A frase é...
"No sistema democrático e capitalista, o povo tem um governo. No sistema totalitário socialista, o governo tem um povo."
(Do *wiki repórter* Cesar, de São Paulo).
[Lista de discussões do BrasilWiki](#)
[A palavra é...SOÇOBRAR](#)

ENQUETE
As especulações em torno de um terceiro mandato para Lula foram tema de textos de vários *wiki repórteres* nos últimos dias, entre os quais: João Ferreira, de Divinópolis (MG). O que você pensa sobre a possibilidade de Lula se reeleger outra vez?
> Sou a favor, Lula faz um bom governo
> Sou contra, o governo Lula é péssimo
> Não importa se é bom ou ruim; as regras não devem mudar

Ver resultado parcial

Copyright © 2006 Brasil Wiki. Todos os direitos reservados.
Comunique erros e abusos
Contato
Anúncio
Política de privacidade
Site: Ciclodesign

Anexo D – Página de Notícia do BrasilWiki

[INTERNET GRÁTIS](#)
[ACELERADOR POP](#)
[BANDA LARGA](#)
[MEU POP](#)
[PANEL DE CONTROLE](#)
[WEBMAIL](#)
[CADASTRO](#)



BrasilWiki!
você é o repórter

[Recuperar senha](#)
[Cadastrar](#)

O BRASILWIKI É UM JORNAL ONLINE PARTICIPATIVO. QUEM ESCREVE É VOCÊ!

HOME **QUEM SOMOS** **PUBLICAR CONTEÚDO**

ÚLTIMAS ←

PENDENTES ←

COTIDIANO ←

CONTOS E POESIA ←

CULTURA ←

ECONOMIA ←

ESPORTES ←

DEU NO PAPEL ←

HISTÓRIAS DE NATAL ←

POLÍTICA ←

FOTOS ←

ÁUDIO ←

VÍDEOS ←

COTIDIANO

60

A moda do "beija-peitos"

Publicado em **03/12** pelo(s) **wiki repórter Bárbara Blanche**, São Paulo-SP



O beijo de Hebe Camargo. - Foto: Internet

Gente, este mundo anda mesmo de cabeça para baixo. Me diverti muito com as asneiras ditas por Mônica Veloso no livro dela. Agora, a bola da vez é a Preta Gil. Mas, não. Ao contrário do que pensam, não foi culpa da filha cantora e dublê de atriz do cantor e dublê de ministro Gilberto Gil. É essa coisa que ela tem de atrair a atenção assim, meio sem querer.

Preta está protagonizando uma revolucionária mudança nos padrões comportamentais do País. Verdade. É um movimento que, se tomar proporções territoriais, poderá, nas décadas seguintes, ser comparado à Tropicália. Deve ser coisa de DNA. Uma loucura, de cair o queixo. Literalmente!!!

Primeiro foi o repórter Vesgo, do programa *Pânico na TV*, da Rede TV. Depois a apresentadora Hebe Camargo. Tudo bem que ambos têm em comum parafusos e mais parafusos a menos. Os catedráticos em psicologia diriam que o tal do Vesgo é o que se pode nominar de desequilibrado e Hebe... bom já está velhinha, né?

Na última semana de novembro, durante o 2º *Prêmio Extra de Televisão*, Vesgo lançou a moda: lascou um beijo nos peitos de Preta Gil. Na ocasião, as pessoas ficaram meio sem saber o que dizer. Se riam ou davam um bofete na orelha do atrevido, que já tinha garantido um selinho da moça.

Dois dias depois, foi a vez de Hebe Camargo, famosa beijeira, dar um selinho na colega (Preta está no elenco da novela *Caminhos do Coração*, da Rede Record). Não contente, a loira aproveitou e mandou ver. Agarrou os peitinhos de Preta e carimbou uma beijoca daquelas, de boca cheia. Era o lançamento do livro de Alex Lerner, *Por Trás Da Fama - O Que Eles Pensam*, no *Rio de Janeiro*. E justamente está é a pergunta que fica no ar: "O que será que passou na cabeça desta ilustre apresentadora, que a levou a um gesto tão, tão...afetuoso assim?"

Claro que todo mundo caiu na gargalhada. Afinal de contas, senil ou não, era Hebe Camargo. Vai eu lá, agarrar os peitos da Preta Gil e grudar os beijos. Vou ganhar um bofete no meio do fucinho. Sei não, mas de uns tempos pra cá esta dona Hebe tem me lembrado tanto a centenária Dercy Gonçalves... Será que é porque as duas são loiras???? Hummm....

Há um tempo atrás, Preta Gil fez uma feliz declaração: que tinha e sabia usar muito bem um certo "poder entre as pernas". Teve até matéria aqui no *BrasilWiki*. Foi uma loucura. Na ocasião, eu concordei com Preta. Acho mesmo que essa mulher tem algo de "especial" entre as pernas. E, mais. Acho, como diz um amigo meu, que deve ter uma pomba gira de frente. Bom, na verdade, acredito mesmo que ela deve ter uma de frente e várias outras... na frente, atrás, de um lado, do outro...

Essa mulher é uma coisa. Merecia uma daquelas pesquisas fantásticas que os americanos e ingleses gastam rios de dinheiro e passam anos e anos fazendo. Não estou querendo dizer que Preta Gil faz o tipo galinha. Não, nunca achei mesmo. Para ela, simplesmente as coisas acontecem. Alguém já viu o bofe - um estudante de jornalismo, cheirando a leite Ninho - que anda com estrelinhas nos olhos, borboletas no estômago e todo gut gut ao lado dela? É seu novo n-a-m-o-r-a-d-o. Isso mesmo. Porque a mulher só atrai material de primeira. Dava o meu dedinho para ver esse tal "poder" da Preta. Não é inveja (antes que venham falar), é pesquisa comportamental mesmo.

Bom, agora que a moda está lançada entre os famosos, vamos beijar peitos. Amanhã, quando chegar no trabalho, ao invés de dar um beijinho no rosto da colega de trabalho, encha a mão, junte os dois peitos dela, e lasca os beijos lá. Beijinho de miguelho!!!

Moda é moda, ué????!!

Tá liberado, galera!!!

[Versão para impressão](#) [Enviar por e-mail](#)

RECADOS DO EDITOR

A frase é...

"No sistema de mercado e capitalista, o povo tem um governo. No sistema totalitário socialista, o governo tem um povo."

(Do *wiki repórter Cesar*, de São Paulo).

> [Lista de discussão do BrasilWiki](#)

> A palavra é...[SOÇOBRAR](#)

ENQUETE

As especulações em torno de um terceiro mandato para Lula foram tema de textos de vários *wiki* repórteres nos últimos dias, entre os quais: *Alho Ferreira*, do Recife, e *Soares*, de Divinópolis (MG). O que você pensa sobre a possibilidade de Lula se reeleger outra vez?

> Sou a favor, Lula faz um bom governo

> Sou contra, o governo Lula é péssimo

> Não importa se é bom ou ruim, as regras não devem mudar.

Ver resultado parcial

Copyright © 2006 Brasil Wiki. Todos os direitos reservados.

[Comunique erros e abusos](#)
[Contato](#)
[Anúncio](#)
[Política de privacidade](#)
[Site: Ciclodesign](#)