



Moisés de Lemos Martins & Manuel Pinto (Orgs.) (2008)  
*Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*  
6 - 8 Setembro 2007, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho)  
ISBN 978-989-95500-1-8



## A diversificação das mediações sociais no jornalismo colaborativo: análise comparativa dos websites *OhMyNews International* e *Overmundo*

GABRIELA JARDIM

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais ~ gjardimr@gmail.com

### Resumo:

Processos centralizados de mediação social caracterizam a comunicação midiática, da qual o jornalismo de massa é exemplo. Processos descentralizados de mediação social caracterizam a comunicação hipermidiática, da qual o jornalismo colaborativo é exemplo. Enquanto o jornalismo de massa se baseia na lógica transmissiva de comunicação, que fundamenta as teorias que o delineiam, o jornalismo colaborativo se baseia na lógica interativa da comunicação, uma lógica que prioriza a interlocução de emissores e receptores na configuração das mensagens. Interessa aqui compreender de que modo a descentralização dos processos de mediação social interferem na natureza da informação jornalística em websites colaborativos e nos critérios de noticiabilidade que emergem desses ambientes comunicacionais. As abordagens gatekeeping e agenda setting, relacionadas aos processos centralizados de mediação social no jornalismo de massa, são aqui tomadas como referências teóricas para se investigar a composição das notícias e a natureza jornalística das informações que permeiam websites colaborativos. Quem é o gatekeeper em um ambiente marcado pela pluralidade de atores? Como o jornalismo colaborativo reflete o agendamento social oriundo dos meios de massa e/ou cria possibilidades de agendamento social relacionadas às características das comunidades virtuais que o contextualizam no ciberespaço? Como essas questões revelam tensões, rupturas e desdobramentos na transição do jornalismo de massa para o jornalismo colaborativo? E, por fim, tendo em vista essas questões, em que medida é possível denominar de “jornalísticas” as informações que emergem de websites de jornalismo colaborativo? A discussão toma por base uma análise comparativa, fundada em observação participante, entre os websites de jornalismo colaborativo *OhMyNews International* e *Overmundo*. Os websites escolhidos apresentam diferentes propostas quanto à produção, armazenamento, busca e edição da notícia, o que os torna relevantes por se aproximarem ou se distanciarem diferentemente dos processos de mediação social consolidados pelo jornalismo de massa. No sul-coreano *OhMyNews International* (OMNI) o usuário envia a notícia para o website, cuja seleção do que vai ser publicado é feita por uma equipe de 50 jornalistas. É interessante destacar que o OMNI disponibiliza, em um Style Guide, as regras de envio de notícias. Já no brasileiro *Overmundo* os usuários realizam todas as etapas de mediação social, através de um sistema de filas de edição e de votação. Todas as notícias chegam primeiro na fila de edição e permanecem nessa fila por até 48h. Nessa fila qualquer usuário pode editar as notícias que ali se encontram. Em seguida, essas notícias se dirigem à fila de votação. É nessa fila que os usuários votam e, dependendo da pontuação que a notícia atingir (overpontos), ela é publicada oficialmente no website. Diante dessa discussão, este artigo busca compreender, portanto, o que configura o jornalismo colaborativo? Trata-se de um fenômeno jornalístico fundamentado no jornalismo de massa ou trata-se de um novo fenômeno, cujas características ainda estão sendo descobertas?

### Palavras-chave:

jornalismo colaborativo, mediação social, jornalismo de massa.

## 1- Introdução

Para entender a diversidade das mediações sociais no jornalismo colaborativo, partiu-se da definição de mediação como “o significado da ação de fazer ponte ou fazer comunicarem-se duas partes (...), mas isso é na verdade em decorrência de um poder originário de discriminar, de fazer distinções, portanto de um lugar simbólico, fundador de todo conhecimento” (SODRÉ, 2002: 21). A partir deste conceito, é possível considerar a linguagem como mediadora universal, já que através dela as informações são passíveis de entendimento tanto pelos emissores quanto pelos receptores.

A mediação social no jornalismo colaborativo corresponde, portanto, aos papéis desempenhados por aqueles responsáveis por fazer com que as partes do processo comunicacional dialoguem, tais quais os emissores, as mensagens e os receptores. Dentre os diversos *websites* de jornalismo colaborativo existentes, escolheu-se, para fins de análise comparativa neste trabalho, *OhMyNews International*<sup>1</sup> (OMNI) e *Overmundo*<sup>2</sup>. A escolha por estes *websites* primeiramente, devido aos diferentes graus de colaboração adotados por cada um. E em segundo lugar, devido ao sucesso dos *websites* dentro da sociedade na qual estão inseridos. O primeiro é oriundo da Coreia do Sul e o segundo do Brasil.

O sul coreano *OhMyNews* ou o *Oh Yeon Ho* iniciou sua trajetória, segundo Brambilla (2005), em âmbito nacional em 22 de fevereiro de 2000. Quatro anos depois, em agosto de 2004, lançou uma versão internacional – *OhMyNews International* – para atender às demandas de produção de notícias.

Já o *website* brasileiro *Overmundo* refere-se a uma iniciativa do Núcleo de Idéias Movimento, formado por Hermano Vianna, Marcelo Zacchi, Alexandre Youssef e Ronaldo Lemos, de criar um *website* “participativo”, com foco na produção cultural. O objetivo do *website* é “servir de canal de expressão para a cultura brasileira tornar-se visível em toda sua diversidade”<sup>4</sup>.

A análise desses objetos empíricos demanda procedimentos metodológicos específicos. Adotou-se aqui a netnografia como procedimento metodológico por ser esta “uma das ferramentas metodológicas capazes de proporcionar o acesso (...) às caracterizações específicas da contemporaneidade, sobretudo a virtualidade, a desmaterialização e a digitalização de conteúdos, formas, relacionamentos, produtos, etc” (Rocha e Montardo; 2005: 4).

É função do netnógrafo, portanto, imergir “em um local específico do espaço virtual (fóruns de discussão, lista de discussão, *chat*, *blog*, etc) durante um determinado período de observação, interagindo com seus informantes e construindo um detalhado quadro das formas pelas quais este meio é usado para criar e sustentar relações” (Hine *apud* Oliveira, 2006: 3). Dessa forma, a observação participante, que consiste na inserção do pesquisador no ambiente dos pesquisados, é considerada, no âmbito da netnografia, um procedimento relevante.

Nesta pesquisa a observação participante buscou dar uma pontuação às notícias postadas nos *websites* e enviar comentários sobre as mesmas. O contato mantido com os usuários de ambos os *websites* foi apenas de inserção de comentários e, no máximo, um diálogo através de fóruns, no caso

<sup>1</sup> <http://english.ohmynews.com/> - Acessado em 19/06/2007. O colaborador, para enviar uma notícia, deve se cadastrar no *website*. Através do *OMNI System*, o colaborador envia a sua notícia para a equipe do *OMNI*. As notícias geralmente demoram até dois dias para serem publicadas. Depois da publicação, as notícias ficam sujeitas aos comentários e a pontuações – positivo ou negativo.

<sup>2</sup> <http://www.overmundo.com.br/estaticas/participe.php> - Acessado em 15/06/2007. Aqui também, para o colaborador enviar a notícia, ele deve se cadastrar no *website*. Para publicar a notícia, o colaborador clica em “Publicar Colaboração” e qual o tipo de conteúdo que será publicado e, com isso, para qual área do *website* mandar. No *Overblog*, são aceitos artigos, entrevistas e críticas sobre cultura. No Guia, são aceitos sugestões de festas, lugares e atividades nas cidades. No Banco de Cultura, são aceitos publicações de livros, cd's, imagens, podcasts, poemas, etc. Enquanto a Agenda é um espaço destinado à programação da cidade do colaborador. Depois de enviada a notícia, a notícia fica 48 horas na fila de edição e outras 48 horas na fila de votação.

do *OhMyNews International*. Já no *Overmundo* esse relacionamento com os usuários do *website* se estendeu até as filas de edição e votação.

A partir desta observação foi realizada uma análise comparativa entre os mesmos. Para isso, foram definidas categorias de análise com base na fundamentação teórica utilizada. O método comparativo, segundo Reyes (2002)<sup>3</sup>, é utilizado para a produção de generalizações causais que originam das relações entre as variáveis observadas durante a observação. Dessa forma, a motivação para a utilização deste método é a definição de problemas específicos.

Utilizar o método comparativo consiste em responder a três questões: o que, porque e como. “O que comparar” ou que aspecto comparar, conforme Silveira (2003), consiste na explicitação dos critérios ou aspectos comparados. Ao responder o “por que comparar”, se explicita a teoria e o tipo de estratégia comparativa utilizada. E o “como comparar” aponta a delimitação espaço-temporal ou periodização.

Nesta pesquisa é possível identificar o “o que comparar” com as pesquisas de *agenda setting* e *gatekeeping*. O “por que comparar” é visto através da própria mediação social, que consiste na teoria que fundamenta a análise comparativa. E o “como comparar” remete à observação participante, procedimento adotado para analisar os objetos empíricos.

Com a pesquisa de *agenda setting* pretendeu-se investigar em que medida a abrangência do *OhMyNews International* e o espaço dado a eventos que não possuem divulgação na mídia tradicional no *Overmundo* revelam agendamentos próprios em ambos os *websites* e em que medida esses *websites* revelam processos de agendamento social oriundos das mídias de massa. Já a pesquisa de *gatekeeping* foi escolhida para averiguar de que forma a figura do *gatekeeper* permanece no jornalismo colaborativo. Se antes, nos meios de comunicação de massa, uma das funções do *gatekeeper* era selecionar as notícias devido à falta de espaço nos jornais, por quem seria desempenhada esta função no webjornalismo?

Através da análise comparativa e da observação participante, buscou-se identificar o que há de realmente novo no jornalismo colaborativo e se existem aspectos teóricos oriundos do jornalismo de massa que fundamentam estes formatos emergentes. Para tanto, é necessário compreender o que são tais formatos e o que os caracteriza a ponto de diferenciá-los das demais práticas de webjornalismo, anterior ao conceito de web 2.0.

## 2 - A emergência do jornalismo colaborativo

Mielniczuk (2004) estrutura a história do webjornalismo em três fases: webjornalismo de primeira, segunda e terceira geração<sup>4</sup>. O webjornalismo de primeira geração consiste na transposição do material dos jornais impressos e surgiu em 1994. A segunda fase do webjornalismo emergiu um ano depois e caracteriza-se pelo surgimento nos *websites* de produtos digitais inexistentes no jornalismo impresso. Há uma utilização mais sofisticada dos recursos da *web*, como por exemplo, *links* em chamadas para os acontecimentos que ocorrem entre as edições dos jornais.

Em 1998, através da potencialização dos recursos de linguagem da internet, surgem os portais que são caracterizados por:

*páginas que centralizam informações gerais e especializadas, serviços de e-mail, canais de chat e relacionamento, shoppings virtuais, mecanismos de busca na Web, entre outros, e cuja intenção é ser a porta principal de acesso a orientar a navegação do usuário pela WWW. (Barbosa, 2004: 4)*

<sup>3</sup> [http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/M/metodocomparativo\\_b.htm](http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/M/metodocomparativo_b.htm) - Acessado em 18/06/2007.

<sup>4</sup> Sobre o assunto ver Mielniczuk (2004); Palacios (2002).

O webjornalismo que é vivenciado desde 2001, como afirma Dalmonte (2005) é o webjornalismo de terceira geração. Os recursos de linguagem do meio como a hipertextualidade, a memória, a multimídia e suas potencialidades são totalmente explorados. Chega-se, portanto, à fase da lógica hipermediática de comunicação.

Através da apresentação na web de “instigantes aplicações novas e sites eclodindo com surpreendente regularidade”, explica O’Reilly (2006), surge o conceito web 2.0. Por meio do desenvolvimento deste conceito na Internet, surgem formatos de informação oriundos da união entre a sofisticação tecnológica do meio com base na apropriação social e na descentralização das mediações sociais. Estes formatos de informação correspondem aos formatos emergentes de jornalismo colaborativo. A sofisticação tecnológica oriunda da web 2.0 consiste em uma plataforma na qual o foco passa a ser a participação e não a produção. “Os programas passam a rodar na própria Internet (na verdade, nos servidores das empresas que os desenvolveram), e não mais nos computadores dos internautas”. (Preuss, 2007, s/p<sup>5</sup>). Exemplos da utilização da web como uma plataforma são *YouTube*, *Del.icio.us*, *Google Docs*. Em todos estes *websites*, é disponibilizado ao usuário uma plataforma, ou seja, um programa no qual se pode gravar informações pessoais e compartilhá-las com demais usuários. Além de poder acessar de qualquer lugar

Com a web 2.0 surgem novos formatos de jornalismo colaborativo, devido às capacidades que surgem na Internet. Tais formatos, por conta de tamanha emergência e hibridização dos recursos de linguagem, recebem diferentes nomenclaturas. A principal diferença entre eles está no grau de liberdade dado ao usuário e no grau de mediação existente no processo de redação, editoração e publicação da notícia. Além disso, a linguagem hipermediática presente nos textos é uma característica que permeia estes tipos de jornalismo.

O conceito aqui discutido, jornalismo colaborativo, é caracterizado por Brittes (2004: 9) como aquelas “publicações pela internet que apresentam alto grau de interatividade, de modo que os conteúdos são construídos em parceria”. Os dois *websites* selecionados para análise – *OhMyNews International (OMNI)* e *Overmundo*, podem ser considerado como exemplos de jornalismo colaborativo defendido por Brittes (2004). A interatividade, preceito para tal reconhecimento, pode ser encontrada no *OMNI* na utilização das enquetes, no contato com os autores das notícias, nos comentários, nos fóruns e na indicação da qualidade da notícia (através de um sinal positivo e de um negativo). Já no *Overmundo*, este recurso é ainda mais potencializado devido à existência do *blog* do *website*, no qual as próprias regras do *website* podem ser debatidas. Quanto à produção do conteúdo em parceria, somente o *Overmundo* atende a esse critério, através das filas de edição e votação.

Estas características aliadas configuram ao *website* graus de colaboração. No *OMNI*, a colaboração se limita ao envio de notícias jornalísticas. Enquanto no *Overmundo*, a colaboração é mediada pelos próprios usuários através das filas anteriormente explicadas.

Outra função do jornalismo colaborativo é levar informação a locais nos quais o jornalismo de massa não chega. O *OMNI*, através do seu viés internacional, oferece um exemplo dessa situação: as eleições em Bahamas. A notícia intitulada “*Sunshine Election in the Bahamas*”<sup>6</sup> é um exemplo de informação que o jornalismo de massa não traria para um cidadão brasileiro. Como não houve nenhuma repercussão internacional e como Bahamas não é uma região foco da mídia tradicional, o receptor dos meios de comunicação de massa não teria acesso a tal informação. Outro exemplo observado advém do *Overmundo*. Essa função é exercida quando é divulgado um evento cultural que, muitas vezes, moradores da própria cidade na qual o evento será realizado, não sabem do mesmo.

<sup>5</sup> [http://wnews.uol.com.br/site/noticias/materia\\_especial.php?id\\_secao=17&id\\_conteudo=352](http://wnews.uol.com.br/site/noticias/materia_especial.php?id_secao=17&id_conteudo=352) – Acessado em 11/06/2007.

<sup>6</sup> [http://english.ohmynews.com/articleview/article\\_view.asp?menu=c10400&no=357970&rel\\_no=1](http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?menu=c10400&no=357970&rel_no=1) – Acessada em 26/06/2007

A capacidade de corrigir erros cometidos em notícias enviadas é também uma mudança oriunda do jornalismo colaborativo. Um erro pode ser corrigido a qualquer tempo no mesmo lugar onde foi feita a publicação. Essa notícia pode inclusive ser removida pelos usuários, algo impossível em outros meios. Uma notícia polêmica, tendenciosa ou mesmo falsa pode receber centenas de mensagens de leitores contestando ou retificando os dados recém-publicados. No *Overmundo* esta possibilidade pode ser observada quando a notícia recebe críticas dos usuários ou comentários desmentindo uma informação, na fila de edição. No *OMNI*, isso pode ser identificado nos próprios comentários que aparecem depois das notícias.

A perspectiva pessoal também marca o jornalismo colaborativo. As notícias advêm de um ponto de vista pessoal, único e não antes retratado pelo jornalismo de massa. Sendo que a utilização desta perspectiva pessoal favorece a uma descentralização da mediação social, já que o usuário tem total ou parcial acesso ao processo de produção, edição e publicação da notícia. No caso do *OhMyNews International*, o usuário tem acesso total à produção da notícia. Quanto à edição e publicação, este acesso é exclusivo da equipe mediadora do *website*. Já no *Overmundo*, o usuário tem acesso total à produção e à publicação da notícia e parcial quanto à edição. O acesso total à produção é evidenciado na possibilidade que o *website* oferece de enviar uma notícia, enquanto o acesso total à publicação é concedido pelo *website* através da Fila de Votação. Já o acesso à edição é parcial devido à fila de edição não permitir interferências de demais usuários no texto físico da notícia. Somente o autor da notícia pode editar a notícia.

Brittes (2004) considera a existência de dois tipos de jornalismo colaborativo: multimidiáticos e referenciais. Os primeiros correspondem aos *websites* que “estampam os conteúdos em suas próprias páginas, utilizando linguagens escritas, televisivas ou radiofônicas”. Enquanto os segundos, “remetem o leitor aos *sites* de origem da notícia, sendo que, na maioria dos casos, trata-se de convites à participação em alguma ação”, explica Brittes (2004: 10).

Já para Outing (2005) o jornalismo colaborativo pode ser dividido em 11 camadas<sup>7</sup>, diferenciadas pelo grau de envolvimento do usuário no processo de produção da notícia. O *OhMyNews International* é denominado como um modelo híbrido que une o jornalismo profissional e o jornalismo cidadão. Enquanto o *Overmundo* transita entre o modelo híbrido e um modelo que há maior liberdade no processo de realização da notícia. Tamanha hibridização do *Overmundo* ocorre devido ao sistema de moderação baseado no mesmo modelo do *Wikipedia* -“Alguns direitos reservados” do *Creative Commons*<sup>8</sup> - e na existência de uma administração estável, característica do jornalismo profissional. Além disso, o *Overmundo* baseou-se no *Kuro5hin* e no *Slashdot*. Do primeiro foi-se adaptada a idéia da fila de edição e votação e do segundo o sistema de comentários e o uso do *Overponto*.

<sup>7</sup> A primeira camada diz respeito aos *websites* de webjornalismo que possibilitam os comentários. A segunda camada corresponde aos *websites* que permitem os usuários contribuírem com os jornalistas profissionais no processo de produção da notícia. A terceira camada corresponde ao jornalismo *open source* ou *participatory journalism*. Aqui, o leitor pode tanto ajudar o jornalista profissional quanto inclusive escrever a notícia que fará parte do produto jornalístico final. A quarta camada corresponde aos *websites* de jornalismo colaborativo que tem um blog e permite acesso dos usuários. A quinta camada corresponde aos *newsroom*, um blog do jornalismo colaborativo, mais transparente e quebrando as barreiras das redações com os usuários. A sexta camada corresponde aos *websites* que são inteira ou quase inteiramente compostos por contribuições da comunidade. Mas as contribuições aqui são editadas. Na sétima camada, as contribuições dos usuários da sexta camada não passam por um processo de edição. A oitava camada é caracterizada por uma versão impressa do *website* colaborativo. A nona camada corresponde ao *OhMyNews* que combina o trabalho de colaboradores e jornalistas profissionais. A décima camada corresponde aos *websites* que possuem material de jornalistas profissionais e colaboradores na mesma página, sem diferenciação. A décima primeira camada corresponde ao *Wikinews*, no qual o conhecimento do grupo é crível e não precisa da supervisão dos jornalistas profissionais.

<sup>8</sup> O *creative commons* é uma organização sem fins lucrativos dedicada a expandir os trabalhos criativos para que outros possam usufruir do trabalho legalmente. Ele permite que os detentores de *copyright* possam oferecer alguns dos seus direitos ao público. No caso do *Overmundo*, a licença é denominada Atribuição-Uso-Não Comercial- Compartilhamento. Mais informações: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/br/deed.pt>

Outra característica que permeia a todos estes *websites* é a mediação social existente nos mesmos. Existem formatos com equipes de jornalistas e existem aqueles que privilegiam a inexistência de mediação para a produção livre de notícias. É através da diversificação das mediações sociais que é possível identificar a existência ou não de aspectos teóricos do jornalismo de massa nos formatos emergentes de jornalismo colaborativo.

### 3 - A mediação social nas mídias e na hipermídia

Os processos de mediação social que caracterizam o jornalismo de massa se fundamentam em uma lógica transmissionista, enquanto os processos de mediação social que fundamentam o webjornalismo seguem uma lógica hipermidiática. Mesmo com esta mudança, a observação participante dos *websites* analisados identificou no jornalismo colaborativo, alguns aspectos das pesquisas do *agenda setting* e *gatekeeping*. Tais aspectos foram identificados através dos assuntos correntes das notícias e dos envolvidos no processo de mediação social de cada *website*. A coexistência da mediação social centralizada no jornalismo colaborativo é uma causa para esta evidência.

Tal mediação social centralizada é típica dos meios de comunicação de massa (MCM). Afinal, nos MCM, há uma ênfase sobre os emissores em detrimento dos receptores sendo esta oriunda da Teoria Matemática da Comunicação, também conhecida como Teoria da Informação<sup>9</sup>. A lógica transmissionista presente nos MCM é denominada por Bowmann e Willis (2003) como *broadcast* ou *top-down news*. O termo *broadcast* representa a difusão massiva dos meios de comunicação de massa. Enquanto o termo *top-down news* refere-se às, segundo Bowman e Willis (2003: 44), “informações e notícias que são reunidas e disseminadas por profissionais treinados que usam rigorosos métodos de verificação para garantir que a informação é confiável e verdadeira”<sup>10</sup>.

Entretanto, Braga (2006)<sup>11</sup> defende a idéia de que existe um modelo intermediário de mediação social no jornalismo de massa, denominado por ele de “Sistema de Resposta Social”<sup>12</sup>. Este sistema pode ser considerado intermediário devido a sociedade (receptora) receber as informações e agir sob e através da mídia como uma forma de responder a tais mensagens. O receptor proposto por Braga (2006) passa a ser tratado como um agente no processo de transmissão da mensagem. Seja através de pesquisas de opinião, seja através da própria mídia.

Nos meios de comunicação de massa (MCM) é indispensável a existência de um pólo emissor centralizado. No webjornalismo esta exigência já não é imprescindível, como foi visto no caso do *Overmundo*. No *OhMyNews International (OMNI)*, entretanto, existe uma equipe mediadora, mas não um pólo emissor centralizado. Pode-se dizer que existe um pólo mediador centralizado. A diferença do *OhMyNews International* para o jornalismo de massa, porém, consiste em quem produz a notícia – qualquer usuário - e, com isso, na visão pessoal de cada notícia. A proposta desse *website* confirma a perspectiva de Dalmonte (2005, p. 2), segundo a qual o webjornalismo deve ser pensado “não como um novo jornalismo, marcado por ruptura e negação de uma tradição, e sim como a renovação de uma tradição”.

<sup>9</sup> Sobre o assunto ver Hohlfeldt, Martino e França (2001); Miège (2000)

<sup>10</sup> “news and information gathered and disseminated by trained professionals that use rigorous methods of verification to ensure that the information is reliable and trustworthy”

<sup>11</sup> A idéia de trabalhar o receptor como um sujeito agente já vem sendo estudada desde 1970 com o norte-americano Katz, através da Corrente “Usos e Gratificações”. O britânico Stuart Hall também a estudou através do âmbito dos *media studies* britânico. Ver exemplos deste tipo de abordagem em Hohlfeldt, Martino e França (2001) e Miège (2000).

<sup>12</sup> Ver mais em Braga (2006).

Para demarcar esta renovação, Bowman e Willis (2003) denominam o modelo de mediação social existente no webjornalismo como sendo *intercast* e *bottom-up news*. O sistema *bottom-up news* consiste no crescimento a partir da base informativa. Como explicam Abras e Penido (2006), este crescimento acaba fomentando a construção de um espaço de colaboração entre todos os participantes no processo da concepção jornalística: desde fontes até editores.

Para tanto, tomaram-se as hipóteses do *agenda setting* e do *gatekeeping* para promover a relação entre os diferentes modelos de jornalismo – tradicional e colaborativo. A hipótese do *agenda setting*<sup>13</sup> identifica na mídia a responsabilidade de colocar temas e assuntos no dia-a-dia da sociedade.

No *website* sul coreano *OhMyNews International*, o massacre em Virginia Tech, ocorrido no dia 17/04/2007, exemplifica a existência do agendamento no jornalismo colaborativo. Uma das notícias intitulada “*South Korean Identified as Virginia Tech Shooter*”<sup>14</sup>, chegou aos 81 comentários. Sendo que dentro dos comentários, existiam respostas, criando assim um fórum. Além disso, no dia 05 de maio de 2007<sup>15</sup>, foi enviada uma décima primeira notícia sobre a cobertura da mídia sobre o massacre do Virginia Tech.

Neste caso é possível identificar tanto um agendamento que coaduna com o agendamento dos meios de comunicação de massa (MCM) quanto um agendamento próprio do *website*. O agendamento que ocorre junto aos MCM é comprovado através da dimensão do acontecimento. O *OMNI* noticiou o fato pelo mesmo já estar na agenda pública. Enquanto o agendamento interno, do próprio *website*, pode ser comprovado através dos fóruns gerados no mesmo e através da constante postagem de suítes.

No *Overmundo* o tema “Carnaval” foi o único passível de agendamento. Durante o mês de fevereiro e março, quando as análises descritivas do *website* foram realizadas, este era o tema que circundava as matérias em destaque. No *OhMyNews International*, havia inclusive uma notícia enviada por um brasileiro com fotos do carnaval paulista.

É exatamente esta hibridização característica do jornalismo colaborativo que possibilita o entendimento da prática jornalística no ciberespaço como uma prática processual, porque ao mesmo tempo em que se pode identificar o agendamento, existem circunstâncias que negam a existência do mesmo. O caso do Virginia Tech exemplifica esta noção de processo. Enquanto as dez primeiras notícias configuram a existência do agendamento, a décima primeira notícia já mostra um rompimento neste processo porque já haviam passado semanas desde que os meios de comunicação de massa lançaram este tema na agenda pública.

Outra pesquisa identificada nos MCM é a do *gatekeeping*<sup>16</sup>. A pesquisa constata a existência de uma pessoa – o porteiro – dentro de uma redação jornalística responsável por selecionar as notícias que serão publicadas.

Da apropriação do conceito de *gatekeeper* no webjornalismo, surge o conceito de *gatewatcher*. Segundo Bruns (2005), são os usuários os responsáveis por avaliarem, discutirem as informações presentes em diferentes portais. Esta nova nomenclatura advém do papel desempenhado pelos usuários no jornalismo colaborativo: “de porteiro, passa-se ao vigia” (Primo, 2006).

Além da nomenclatura de *gatewatcher*, Bruns (2005) lançou também uma nova nomenclatura para os usuários da rede. Para ele, devido ao próprio caráter híbrido da Internet, a hipermídia promove o surgimento dos *producers*. Esta nomenclatura corresponde à produtores e usuários, assumindo uma mesma função.

<sup>13</sup> Ver mais em Hohlfeldt, Martino e França (2001), Miége (2000).

<sup>14</sup> [http://english.ohmynews.com/articleview/article\\_view.asp?menu=c10400&no=356403&rel\\_no=1](http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?menu=c10400&no=356403&rel_no=1)

<sup>15</sup> [http://english.ohmynews.com/articleview/article\\_view.asp?menu=c10400&no=359535&rel\\_no=1](http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?menu=c10400&no=359535&rel_no=1)

<sup>16</sup> Ver mais em Wolf (2002) e em Hohlfeldt, Martino e França (2001).

A figura do *gatewatcher* pode ser vista no *website OhMyNews International (OMNI)*. Por possuir uma equipe interna avaliadora de matérias composta por 50 jornalistas, acaba que o processo de seleção da informação é também instituído no jornalismo colaborativo. Enquanto, no *Overmundo*, são os *producers* os responsáveis pela seleção das notícias, através da fila de votação.

A hibridização dos aspectos teóricos presente nos formatos emergentes de jornalismo colaborativo permite uma modificação no conceito de notícia. A participação e os recursos de linguagem potencializados denominam a nova escrita jornalística, propiciada pelo jornalismo colaborativo.

#### 4 – Da notícia aos comentários – a importância da participação

Nos formatos emergentes de jornalismo colaborativo, dentre eles o *OhMyNews International (OMNI)* e o *Overmundo*, são identificados a potencialização dos recursos de linguagem. De acordo com Ribas (2004), é através do novo meio digital que as características da notícia são transformadas, o que possibilita uma potencialização do surgimento de modelos narrativos próprios do webjornalismo.

Para entender de que forma estes recursos de linguagem interferem na construção de modelos narrativos, serão analisados o hipertexto, a multimídia, a interatividade e a memória. Através do entendimento sobre o que caracterizava estes recursos antes da internet e como eles são potencializados hoje, buscará compreender como ocorre o processo de alteração na construção da notícia.

A começar pelo hipertexto, recurso datado de 1945<sup>17</sup>, mas cuja potencialização tem sido muito utilizada nos formatos emergentes de jornalismo colaborativo. O que difere, portanto, o hipertexto eletrônico para Bolter (2001) é a participação do leitor e do autor no processo de construção do mesmo. Dessa forma, é possível entender o hipertexto como uma prática processual e não mais como recurso isolado.

A lógica hipertextual possibilita ainda a fragmentação do discurso na web. “A possibilidade de acessar rapidamente diferentes blocos de informação através de links traduz a dinâmica do webjornalismo” (Ribas, 2004: 4). Através do hipertexto e dos *links* que o compõe, é possível acessar a informação de forma mais rápida e direta.

Esta lógica permite o acesso também à leitura fragmentada. Ela traz consigo a noção do acesso a diversas informações ao mesmo tempo, de um “mosaico de informações”, como denomina Ribas (2004). Afinal, trata-se de diversas informações que advêm de pontos de vista e ângulos diferenciados, sobre um mesmo tema. O hipertexto tem, dessa forma, a capacidade de ser multilinear.

Da mescla entre hipertexto e interatividade surgem diferentes graus de controle sobre a criação dos hipertextos. Para captar esta heterogeneidade, Primo (2003) classificaram três tipos de hipertexto: potencial, cooperativo e colagem. O hipertexto potencial é caracterizado pela existência de um pólo mediador centralizado. No hipertexto cooperativo, o espaço de redação do texto é compartilhado por todos os usuários. Dessa forma, passa a existir um texto comum. Enquanto no hipertexto colagem, é a própria comunidade quem decide o que publicar.

Pode-se considerar o *OhMyNews International* como um expoente deste hipertexto potencial. Os dois fatores que justificam esta classificação são a presença de uma equipe mediadora e a impossibilidade dos demais usuários editarem as notícias. Esta impossibilidade consiste em um

<sup>17</sup> Sobre o assunto ver Aarseth (1997) e Bolter (2001).



empecilho para que o hipertexto seja construído colaborativamente. Já o *Overmundo* explicita o hipertexto colagem, já que possui as filas de edição e votação, que exercem essa função.

A existência dos três hipertextos de Primo (2003) demonstra os quão entrelaçados estão os recursos de linguagem. Entretanto, para melhor compreender qual a participação da interatividade nos hipertextos anteriormente explicados, é necessário detalhar o conceito de interatividade. Ela consiste na possibilidade dada ao usuário de conectar-se com o *website*, seja através de *links* – que corresponde a um conceito de interatividade ligado à ciência da informação, seja através de processos de interação.

Para Primo (2003) estes processos de interação captam melhor as relações mantidas entre os envolvidos e variam interação programada (interação reativa) para uma interação com maior envolvimento do usuário (interação mútua). É possível identificar tanto no *OhMyNews Internacional* quanto no *Overmundo*, os dois tipos de interação. As filas de edição e votação correspondem a uma interação mútua, na qual o usuário está mais envolvido e existe reciprocidade. No *OhMyNews Internacional*, há maior utilização da interação reativa, através do uso dos *links*. Mas os comentários, em ambos os *websites*, podem ser considerados como interações mútuas.

Ryan (2001) sugere que a interatividade pode ser seletiva ou produtiva. A interatividade seletiva consiste naquela em uma primeira ação não preveja as conseqüências da sua ação. É através desta interatividade seletiva que funciona o hipertexto, segundo Ryan (2001). A interatividade seletiva de Ryan (2001) se aproxima da noção de interação reativa de Primo (2003), já que em ambas, há pouco envolvimento do usuário.

Enquanto a interatividade produtiva deriva da ação produtiva que o envolvimento de um usuário pode realizar. Este tipo de interatividade proposto por Ryan (2001) se aproxima da interação mútua de Primo (1998), já que ambas deixam marcas duráveis no texto físico.

Ao analisar os *websites OhMyNews Internacional e Overmundo*, é possível perceber que o conteúdo produzido em ambos os *websites* encontram-se na interatividade produtiva. Afinal, o envolvimento que o usuário tem com cada um desses *websites* pode causar ou a publicação de uma notícia, o envio de um comentário ou o veto de publicação da notícia.

Outro recurso de linguagem que participa da hibridização dos formatos emergentes de jornalismo colaborativo é a multimídia. O que diferencia este termo multimídia na internet é a integração dos diferentes suportes.

A informática nos impõe, portanto, o desafio de aprender a construir o pensamento e expressá-lo socialmente através de um conjunto integrado de meios, através de um discurso áudio-tátil-verbomotor, sem hierarquias e sem a hegemonia de um código sobre os demais (Machado, 2002, 109).

A multimídia na Internet deve propor, através da junção de texto, imagem, vídeo, animações e simulações, uma nova leitura e não apenas adição de mais informações. Para Gosciola (2003), a multimídia deve propiciar “novas experiências no ambiente multimídia” (GOSCIOLA *apud* RIBAS, 2004: 5). Por exemplo, além de utilizar as imagens, *podcasts* e vídeos apenas para ilustrar o texto, a utilização destes recursos deve ser feita para criar um novo sentido à notícia. Nenhum dos usuários dos *websites* analisados conseguiu explorar este lado da multimídia.

No *OhMyNews Internacional*, a multimídia é demonstrada através do uso de vídeos, imagens e *podcasts* nas notícias. A utilização dos vídeos e imagens é realizada de forma a integrar as informações e trazer algo de novo com tais recursos. Enquanto a utilização dos *podcasts* se limita à leitura da notícia. Não há acréscimo de informação. Já no *Overmundo*, utilizam-se arquivos em formatos de texto, imagens e mp3 para compor a notícia. As imagens são utilizadas, na maioria das vezes, de forma ilustrativa e os arquivos em mp3, de forma a acrescentar informação e conteúdo à notícia. As imagens ainda assumem a função de integrar a informação do texto.

Um recurso de linguagem que, para Palacios (2002), pode ser considerado como uma ruptura no processo de transição do jornalismo de massa para o colaborativo é a memória. Afinal, é a Internet, através da memória, que inaugura essa quebra dos espaços físicos e distensão da virtualidade. Machado (2006: 16) considera que a lógica Base de Dados se configura como uma “uma forma cultural típica das sociedades das redes” e possui três funções: 1) de formato para estruturação das informações; 2) de suporte para modelos de narrativas multimídia e 3) de memória dos conteúdos publicados.

A primeira função pode ser identificada nos *websites* de jornalismo colaborativo analisados (*OhMyNews International* e *Overmundo*) já que possui uma base de dados, composto por informações arquivadas e que todas as informações e notícias que já foram publicadas podem ser encontradas através do sistema de busca. A segunda função apontada por Machado (2006), diz respeito à base de dados como um novo suporte para novos modelos de narrativas. E a terceira, corresponde a disponibilidade infinita de armazenamento, rapidez do acesso e alimentação das informações nos bancos de dados e a capacidade combinatória oriunda do sistema.

A partir da hibridização dos recursos de linguagem e destes conceitos, Ribas (2004) sugere três modelos narrativos webjornalísticos: linear, hipertextual básico e hipertextual avançado. O modelo narrativo denominado de linear é caracterizado a partir do conteúdo disponibilizado no webjornalismo de primeira geração. A narrativa é linear, com início, meio e fim bem delimitados. Os *links* são utilizados para passar de uma editoria a outra, somente. O modelo hipertextual básico corresponde ao conteúdo vinculado no webjornalismo de segunda geração. Neste, a utilização do *link* é feita de forma a organizar as informações. A interatividade é explorada no nível das enquetes e dos *chats*. O webjornalismo de terceira geração é caracterizado pelo modelo hipertextual avançado. Os *links* disponibilizam outras mídias como vídeos, textos e imagens. “Neste modelo, a informação a mais aparece também como uma matéria sobre o mesmo assunto que já havia sido publicada pela mesma empresa” (Ribas, 2004: 9). Os comentários surgem como mais uma forma de interação com o usuário.

## 5 - Conclusões Temporárias

Através da observação participante dos *websites* analisado e da discussão teórica acerca do jornalismo colaborativo é possível perceber o quão relevante é o papel da descentralização da mediação social para a configuração destes formatos, no que tange as características e os aspectos teóricos. É a partir da diversidade das mediações sociais que os formatos se moldam, aderindo ou não aspectos teóricos oriundos do jornalismo de massa. Os *websites* analisados exemplificam esta relevância através das suas próprias regras e do grau de colaboração.

Como foi visto, na terceira geração do webjornalismo, a *web* podia ser compreendida através da lógica que privilegiava trabalhar os *websites* como uma unidade isolada e, como eram poucos *websites* detentores da informação, a lógica transmissiva predominava, através da emissão de uma mensagem para um número grande de receptores. Agora, com a utilização da *web* como plataforma, é possível afirmar que estamos em uma nova fase marcada pela proliferação dos formatos emergentes de jornalismo colaborativo. Através desta proliferação e da constante busca de tais formatos pela colaboração, é possível pensar em um webjornalismo de quarta geração. Tanta emergência eclode em graus distintos de mediação social e de interlocução no processo comunicacional da colaboração. Não é possível afirmar, entretanto, que os *websites* analisados sejam precursores da lógica *web 2.0*. Afinal, datam de antes do surgimento de tal conceito. Porém, é possível dizer que existem vestígios da lógica da *web 2.0* nestes *websites*.

O acesso a uma nova relação com a notícia e a um novo fazer jornalístico são exemplos da utilização de tal lógica. Os usuários passam a ter acesso à fisicalidade da obra, ou seja, ao texto da notícia. Isso pode ser realizado através da edição de um texto qualquer postado por qualquer outro usuário. Além disso, os *websites* procuram incentivar o usuário a enviar notícias através da facilitação da linguagem informática que fundamentam este processo de envio de notícias. A comunicação entre os usuários também tem sido adotada. No *Overmundo* a comunicação sai do *website* e cai no *blog* do *website*. Nele, são discutidos tanto temas, quanto as próprias regras do *website*.

Entretanto, mesmo com toda esta potencialização e inovação dos recursos de linguagens, é possível identificar aspectos teóricos do jornalismo de massa nos *websites* analisados, tanto no *OhMyNews International* quanto no *Overmundo*, seja em maior ou menor intensidade. E talvez seja devido a esta identificação que se segue denominando as práticas colaborativas de jornalismo. O agendamento é um exemplo clássico disso. No *OhMyNews International (OMNI)*, o agendamento é tanto externo quanto interno. O externo está em consonância com o agendamento da grande mídia. Um exemplo deste tipo de agendamento foram as eleições na França. A cobertura do *OMNI* foi toda realizada por uma só colaboradora, sendo que os temas retratados, na grande maioria das vezes, coadunavam com o tema tratado na grande mídia. Enquanto o agendamento interno corresponde a um agendamento social criado a partir das características da própria comunidade virtual. A seqüência de notícias sobre *blogs* no *OMNI* corresponde a este último tipo de agendamento. Tudo começou com um artigo enviado no dia 02/05/2007. Intitulada “*What Is a Blog Really Worth?*”<sup>18</sup>, a notícia contava a experiência pessoal do colaborador com o conteúdo do seu *blog*. A partir desta notícia, surgiram mais duas notícias, contando outros relatos pessoais sobre o mesmo assunto. A partir daí, é possível identificar um agendamento dentro do próprio *website*.

Já no *Overmundo*, devido exatamente a descentralização da mediação social, o próprio *website* optou por criar regras que dificultem o agendamento. Tanto que os eventos postados no *website* são aqueles que não possuem espaço para divulgação na grande mídia.

A análise comparativa e a observação participante dos *websites* permitiram identificar que a figura do *gatekeeping* não é encontrada nos formatos emergentes de jornalismo colaborativo, mas sim sua derivação: o *gatewatcher*. Mesmo com a pluralidade de atores, no *OMNI*, é possível identificar a própria equipe mediadora do *website* como os *gatewatchers*. Já no *Overmundo*, não é identificada nem a figura do *gatewatcher*. Afinal, são os próprios usuários quem selecionam o que será ou não postado no *website*.

É possível, portanto, identificar que a diversificação das mediações sociais nos formatos emergentes de jornalismo colaborativo é oriunda da descentralização da mediação social, que advém com a lógica hipermediática de comunicação. Portanto, tal diversificação pode ser entendida como os desdobramentos do jornalismo de massa no jornalismo colaborativo. A coexistência dos aspectos teóricos do jornalismo tradicional nos formatos emergentes, como foi identificado nas análises dos *websites*, revelam as tensões que persistem na emergência dos formatos. Enquanto as potencialização dos recursos de linguagem e aplicação da lógica da web 2.0 no webjornalismo de terceira geração se configurem como as rupturas que surgem neste processo de transição do jornalismo de massa para o jornalismo colaborativo.

A preocupação com a expansão da terceira fase do webjornalismo é tamanha que um fórum realizado pelo *OMNI* na Coréia do Sul, nos dias 27 a 29 de junho, foi intitulado *Citizen Journalism 2.0*<sup>19</sup>. O objetivo do fórum é discutir como fazer do jornalismo colaborativo um modelo sustentável de negócio, já que a utilização da web como plataforma permite esta exploração.

<sup>18</sup> [http://english.ohmynews.com/articleview/article\\_view.asp?menu=c10400&no=359246&rel\\_no=1](http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?menu=c10400&no=359246&rel_no=1)

<sup>19</sup> [http://english.ohmynews.com/articleview/article\\_view.asp?no=365673&rel\\_no=1](http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?no=365673&rel_no=1)

São as tensões as responsáveis pelo surgimento das rupturas. O que este artigo busca discutir são quais são estas tensões a fim de identificar as rupturas. A partir disso, analisa quais os possíveis caminhos tomados pelo jornalismo e até que ponto é possível considerar as informações oriundas dos formatos emergentes de jornalismo colaborativo como jornalísticas.

### Referências bibliográficas

- ABRAS & PENIDO. (2006). De *gatekeeper* a cartógrafo da informação: a reconfiguração do papel do jornalista na web, Belo Horizonte.
- BARDOEL, J & DEUZE, M. (2000) 'Network Journalism: converging competences of old and new media professionals' in: <http://home.pscw.uva.nl/deuze/pub19.htm>.
- BARBOSA, S. (2004). A informação de proximidade no jornalismo online, Bahia: Universidade Federal da Bahia.
- BOLDER, J. D. (2001). *Writing Space - computers, hypertext and the remediation of Print*. NJ: Lawrence Erlbaum.
- BOWMAN & WILLIS. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*, California: The Media Center at the American Press Institute.
- BRAGA, J. L. (2006). A sociedade enfrenta sua mídia – dispositivos sociais de crítica midiática, São Paulo: Paulus.
- BRAMBILLA (2005). Jornalismo open source em busca de credibilidade: como funciona o projeto sul-coreano *OhMyNews International*, São Paulo: Intercom.
- BRITTES, J. G. (2004) A revitalização da esfera pública habermasiana pela comunicação ciberespacial, São Paulo: Intercom.
- BRUNS, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*, New York: Peter Lang in: <http://www.cjc-online.ca/printarticle.php?id=1723&layout=html>
- DALMONTE, E. F. (2005). O hipertexto enquanto modalidade discursiva do Webjornalismo: entre promessas e limitações, Intercom.
- DÍAZ NOCI, J. & AYERDI, K. M. *Periodismo en Internet: modelos de la prensa digital*, Bilbao: Universidad del País Vasco.
- HINE, Christine. (1998) *Virtual Ethnography*. International Conference:, Bristol in OLIVEIRA, R. S. (2006). Marcas verbais dos aspectos não verbais da conversação das salas de bate-papo na internet, Recife.
- HOHLFELDT, MARTINO & FRANÇA. (2001). Teorias da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências, Petrópolis: Vozes.
- GOSCIOLA, V. (2003). Roteiro para as novas mídias, São Paulo: Senac in RIBAS, B. (2004). Característica da notícia na Web – considerações sobre modelos narrativos, Salvador: SBPJor.
- MACHADO, A. (2002) As mídias são os livros do nosso tempo? in PERUZZO, C. A mídia impressa, o livro e as novas tecnologias. São Paulo: Intercom.
- MACHADO, E. e PALÁCIOS, M. (2002). Modelos de jornalismo Digital, Salvador: Edições GJOL.
- MACHADO, E. (2006). O jornalismo digital em base de dados, Bahia: Editora Calandra.
- MIÉGE, B. (2000) 'O pensamento comunicacional', Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes.

- MIELNICZUK, L. (2004). *Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web*, Rio Grande do Sul: Intercom.
- OUTING, S. (2005). *The 11 Layers of Citizen Journalism - a resource guide to help you figure out how to put this industry trend to work for you and your newsroom*. In: [http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=83126](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126).
- O'REILLY, T. (2006). *O que é web 2.0. Padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software*. O'Reilly Media, Inc.
- PALACIOS, M. (2002). *Jornalismo Online, informação e memória: apontamentos para debate* in [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf)
- PREUSS, J. (2007). *Tutorial: Entenda a web 2.0*.
- PRIMO, A. (1998). *Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo*, Recife: Intercom.
- PRIMO, A. (2003). *Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva*. *Fronteiras: Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, 2: 125-142.
- PRIMO, A.; TRÄSEL, M. (2006) *Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias*, São Leopoldo: Anais.
- RIBAS, B. (2004). *Característica da notícia na Web – considerações sobre modelos narrativos*, Salvador: SBPJor.
- REYES, R. (2002). *Diccionario Critico de Ciências Sociales*, Madrid: Universidad Complutense.
- RYAN, M. L. (2001). *Narrative as virtual reality*. Baltimore: Johns Hopkins.
- MONTARDO, S. P. ; ROCHA, P. J. (2005). *Netnografia: Incursões metodológicas na cibercultura*. *E-Compós (Brasília)*, 4: 1-22.
- SODRÉ, M. (2002). *Antropológica do Espelho*, Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes.
- SELLTIZ, WRIGHTSMAN & COOK. (1987). *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. São Paulo: EPU.
- SILVEIRA, E. C. (2003). *Metodologia Comparada: repensando sua relevância na construção da identidade latino-americana*, Sociedade Brasileira de Educação Comparada.

Este artigo é fruto de uma pesquisa de conclusão de curso intitulada "Mediações sociais no jornalismo colaborativo: uma análise dos *websites OhMyNews International, Wikinews* e *Overmundo*", junto às estudantes Andréa Andrade e Paula Sulmonetti, do curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (Brasil).