

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Carolina Leonel dos Santos Silva

RECONFIGURAÇÕES DO JORNALISMO:
o webjornalismo colaborativo.

Juiz de Fora
Novembro de 2017

Carolina Leonel dos Santos Silva

RECONFIGURAÇÕES DO JORNALISMO:

o webjornalismo colaborativo.

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientador: Prof. Me. Wendell Guiducci

Juiz de Fora
Novembro de 2017

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Leonel, Carolina.
Reconfigurações do Jornalismo: : o webjornalismo colaborativo / Carolina Leonel. -- 2017.
85 p.

Orientador: Wendell Guiducci
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2017.

1. Webjornalismo Colaborativo.. 2. Produção Colaborativa de Conteúdo.. 3. Compartilhamento de Conteúdo.. 4. Colaboração On line.. 5. CMI Brasil.. I. Guiducci, Wendell, orient. II. Título.

Carolina Leonel dos Santos Silva

RECONFIGURAÇÕES DO JORNALISMO:
o webjornalismo colaborativo.

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientador: Prof. Me. Wendell Guiducci (FACOM/UFJF)

Aprovado (a) pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof. Me. Wendell Guiducci (FACOM/UFJF) - orientador

Prof Me. Vitor Resende (FACOM/UFJF) - convidado

Profa. Dr. Teresa Cristina da Costa Neves (FACOM/UFJF) – convidada

Conceito obtido: (x) aprovada

Observação da banca: _____

_____.

Juiz de Fora, 01 de dezembro de 2017.

À minha companheira de alta luz, Rosana.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, ao privilégio de ter podido ter acesso a um estudo público de qualidade e usufruído dos benefícios do ensino superior de uma universidade federal.

À minha resoluta família. Em especial, meus pais, que, mesmo de longe, vibram a cada conquista e me apoiam incondicionalmente.

Gratidão por ter em meu caminho pessoas a quem posso reconhecer o termo amigo. Aos forasteiros e aos conterrâneos, eternos em meu coração. Carla, Mariana e Matheus, a vocês serei sempre grata pela (in)sanidade de cada momento nesses quatro anos.

Ao Wendell pela generosidade em abraçar este projeto e me incentivar a cada palavra. À Teresa minha admiração e agradecimento pelos ensinamentos e apoio durante a graduação. Vitor, obrigada pelo carinho de sempre e pela gentileza em participar deste projeto; vocês são inspirações.

Por fim, agradeço ao Gabriel por sua presença imersiva. Obrigada por todo apoio e reflexão sobre o jornalismo e sobre a vida. Foi – e ainda é - uma aventura tremenda.

Tudo que se passa no onde vivemos é em nós
que se passa. Tudo que cessa no que vemos é em
nós que cessa. Tudo que foi, se o vimos quando
era, é de nós que foi tirado quando se partiu.

(BERNARDO SOARES, *heterônimo* Fernando
Pessoa, 1989, p. 92)

RESUMO

O objetivo deste trabalho é fazer uma abordagem inicial, exploratória e especulativa sobre as reconfigurações do jornalismo no ambiente digital e interpelado pela *internet*. A partir da convergência midiática e do ecossistema tecnológico digitalizado, as formas de produção e consumo de informação alteraram-se. Nesse contexto, a relação dos usuários com os conteúdos informativos desloca-se, uma vez que com o ambiente colaborativo em rede facilitado pela conexão, aumenta-se a possibilidade de elaboração e compartilhamento de conteúdos nos quais circulam discursos informativos. A partir desse cenário, pode-se falar em um modelo de webjornalismo colaborativo? Como ele se constitui? Para fins de investigação e inferência, será analisado a produção e o *website* do Centro de Mídia Independente (CMI Brasil), que tem a *web* como principal ferramenta de elaboração de conteúdo.

PALAVRAS-CHAVE: Webjornalismo Colaborativo. Produção Colaborativa de Conteúdo. Compartilhamento de Conteúdo. Colaboração *On-line*. CMI Brasil.

ABSTRACT

The reserach aims to make an initial, an investigative, and a speculative broach on the reconfigurations of Journalism, interpellated by internet in the digital environment. The ways of production and the information consumption have changed from media convergence and from digitized technological system. In this context, the connection among users and informative contents displaces, due to the fact that the collaborative network environment had been made easier by connection, once the possibilities of development and sharing contents, in which informative speeches are reproduced, have increased. From this context, can a collaborative webjournalism be verified? How is it constituted? In order to investigate and to infer, the Centro de Mídia Independente's (CMI Brasil) production and website will be analised. The CMI Brasil group has web as its main mechanism of content production.

KEYWORDS: Collaborative Webjournalism. Collaborative Content Production. Sharing Content. *On-line* collaboration. CMI Brasil.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Modelo Catedral e Bazar	36
Figura 2 – <i>Printscreen</i> página inicial <i>website</i> CMI Brasil	51
Figura 3 - <i>Printscreen</i> página inicial <i>website</i> antigo CMI Brasil	54
Gráfico 1 – Percentual de usuários de internet por dispositivo utilizado.....	42
Gráfico 2 – Média de publicações/ano no atual <i>website</i> da CMI Brasil	72

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	17
2 REVOLUÇÃO DIGITAL, CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA E JORNALISMO	21
2.1 DO JORNALISMO AO WEBJORNALISMO: BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO	22
2.2 CULTURA HACKER NO ECOSSISTEMA DE COLABORAÇÃO ONLINE	26
3 RECONFIGURAÇÕES DO JORNALISMO	29
3.1 JORNALISMO NA ERA DA INTERNET.....	29
3.1.1 Caracterização e Termos	29
3.1.2 Fases e Definições	30
3.2 WEBJORNALISMO COLABORATIVO E NUANCES CONCEITUAIS	33
3.3 <i>GATEKEEPING</i> NO AMBIENTE DA <i>WEB</i> COLABORATIVA.....	39
3.4 WEBJORNALISMO E MOBILIDADE	41
3.5 APURAÇÃO E COLABORATIVISMO NA ERA <i>FAKE NEWS</i> E PÓS-VERDADE	44
4 ANÁLISE DO CMI BRASIL	49
4.1 PROPOSTA DE ANÁLISE	49
4.2 SEÇÕES <i>WEBSITE</i> CMI BRASIL.....	51
4.3 CATEGORIAS <i>WEBSITE</i> CMI BRASIL.....	55
4.3 RESULTADOS DA ANÁLISE.....	72
5 CONSIDERAÇÕES.....	75
REFERÊNCIAS.....	79

1 INTRODUÇÃO

O surgimento de uma cultura aberta, na qual as fronteiras entre emissor e receptor tornam-se turvas, é o ponto de partida do fenômeno chamado jornalismo colaborativo (SILVA, M. 2013, p.7). Nessa perspectiva, não podemos querer questionar e especular sobre as atuais reconfigurações do jornalismo e sobre seus possíveis direcionamentos sem, antes, passarmos pela compreensão das transformações que alteram o comportamento da sociedade em relação ao modo como nos relacionamos com os conteúdos informativos e com a mídia em seu conceito mais abrangente.

Essas transformações passam, necessariamente, pelo fenômeno reconhecido como convergência midiática, o qual representa um processo que implica mudanças em vários cruzamentos dos meios de comunicação: tecnológico, industrial, de conteúdo e também de público, em que ocorrem mudanças culturais, sociais e econômicas (JENKINS, 2009). Assim, valida-se a justificativa quase inerente da reconfiguração e/ou surgimento de novas plataformas, estruturas e gêneros midiáticos. E é nesse recorte que emissor e receptor passam a ter deslocados seus papéis, haja vista outro fenômeno, anterior e essencial à convergência de mídias: as experiências com a *internet* e o surgimento da *web 2.0*, as quais possibilitaram que cidadãos comuns pudessem se conectar em rede de uma forma nunca antes vista. *Web 2.0* é, de acordo com Tim O'Reilly (2004), uma progressão da *World Wide Web*, que fortalece o objetivo das trocas e colaboração dos lados de consumos de informação, tanto produtor quanto consumidor. Dentro dessa esfera significativa obtemos a oferta de diversos serviços e expansões proporcionados por esse novo adjunto. A proposta em questão parte de interligar os meios e possibilitar uma conectividade que paira entre as tecnologias e também entre as mensagens.

A popularização da *internet*, o surgimento e aprimoramento de ferramentas tecnológicas e a multiplicidade das plataformas e mídias digitais proporcionaram a experiência de troca de conteúdos pelos usuários, intensidade no consumo de informação, possibilitada pela conectividade e portabilidade. Permitiu, acima de tudo, a saída do “anonimato social”, uma vez que qualquer usuário tem a possibilidade de expressar suas ideias e compartilhar arquivos.

Meio a esse cenário leviatânico, o receptor que, antes, tinha qualificado seu papel à passividade, hoje, encontra-se com a possibilidade de ser, também, (re)construtor da mensagem. Tais transformações contribuíram para que cidadãos comuns tivessem a possibilidade de dialogar, debater e contravir os meios de comunicação. Nesse sentido, os

jornais e, de um modo geral o jornalismo, passaram a conviver com novos interlocutores: instáveis à medida que, neste novo momento, têm a possibilidade de navegar por novas plataformas noticiosas em busca de uma própria leitura dos fatos que confronte informação, e, autônomos, capazes de organizar um próprio conteúdo informativo, a partir, por exemplo, de dispositivos móveis que, conectados à rede, podem contribuir para a construção de uma notícia, reportagem, dossiê, etc. Assim, o que antes era feito via cartas do leitor (jornalismo impresso) e telefonemas (radiojornalismo), ganhou outros contornos com a Era da *internet*.

Logo, temos, pois, a oferta de um conteúdo na web. Essa fase em que são, não só disponibilizados conteúdos jornalísticos na web, mas também elaborados para o meio, caracteriza a terceira fase do webjornalismo, como será apresentado neste trabalho. A partir destas premissas o jornalismo *on-line*, então,

é um novo jornalismo, já não orientado pelas mesmas premissas que guiam a imprensa tradicional. Isso passa pela constatação de que os sites noticiosos devem ser vistos para além de um prolongamento das manifestações impressas, televisivas ou radiofônicas de um veículo. O jornalismo online seria algo dotado de uma existência própria, capaz de se orientar por prerrogativas próprias e não mais copiadas dos media impresso e eletrônico. (MOURA, 2002, apud BRAMBILLA, 2005).

Dessa forma, faz-se objetivo dessa monografia entender em que - ou em quais - medida(s) o webjornalismo encontra-se capaz de potencializar suas práticas a partir da colaboração de agentes extra redação jornalística, os chamados cidadãos-repórteres e, a partir desse cenário ubíquo de conectividade, portabilidade e mídias digitais. Nesse sentido, queremos compreender como se consolida o webjornalismo colaborativo e, para além disso, como se dão sua práticas? Existe um modelo de “negócios” ou gestão que busca moldá-lo ou organizá-lo? Quais têm sido as iniciativas e como têm desenvolvido o colaborativismo aliado à prática informativa? Ademais, a preocupação é também verificar as particularidades que o jornalismo pode assumir no ciberespaço e, a partir disso, refletir sobre os novos formatos e manifestações emergentes.

Para tal análise, no primeiro capítulo, o trabalho busca fazer um panorama sobre as principais transformações no processo de comunicação a partir da Revolução Digital possibilitada pelos avanços tecnológicos. Nesse sentido, averiguamos como a convergência midiática, no contexto do jornalismo, afetou suas práticas e formatos. Assim sendo, o capítulo busca, também, uma breve contextualização histórica do jornalismo, procurando, de modo sucinto, dar conta de alguns dos principais pontos que constituem o jornalismo ao longo de sua trajetória e em decorrência da estruturação de uma esfera pública. A partir disso,

apresentamos conceitos da cultura hacker e sua contribuição para o ambiente colaborativo, o que modificou significativamente o espaço de livre acesso dos cidadãos a debates e questões da vida comum.

As relações entre os públicos e os produtores de mídia alteraram-se significativamente no contexto do ciberespaço. Desse modo, o conceito de cultura participativa ganhou contornos que possibilitaram, junto à *web 2.0*, a arquitetura de novos modelos de mídia informativa. Essa circunstância viabilizou o surgimento de diversos formatos e plataformas de conteúdo jornalístico. Assim, o segundo capítulo se debruça a mapear e entender as manifestações do Jornalismo na “Era da *Internet*”, enumerando suas características, fases e definições terminológicas. Ademais, busca-se distinguir as nuances dos conceitos que perpassam o jornalismo colaborativo e sua reconfiguração na *web*. O capítulo aborda, também, questões para a reflexão do fazer jornalístico no ambiente colaborativo da *web*, revendo processos como o *gatekeeping*, que teve seu significado alterado com o aumento dos conteúdos em escala mundial, e desenvolve reflexões sobre as implicações da mobilidade para o jornalismo e sobre como a cultura aberta está suscetível a *fake-news*.

A partir dos conceitos e parâmetros apresentados e discutidos, no terceiro capítulo partimos, por meio do respaldo da metodologia de Análise de Conteúdo, proposta por Laurence Bardin (2008), para o estudo do modelo colaborativo da plataforma de conteúdo informativo Centro de Mídia independente (CMI Brasil) que tem a *web* como principal ferramenta de elaboração de conteúdo. A análise compreendeu a observação de 31 conteúdos entre notícias e artigos, ao longo do mês de agosto de 2017. O período da investigação foi escolhido porque apresentava, até o momento, o maior número de publicações/mês no ano e o estudo do *website* foi delimitado pela análise das seções de navegação, análise de matéria/reportagem/conteúdo de cada categoria do site e observação da interface da plataforma. Assim, nos perguntamos qual a função destas novas iniciativas e formatos jornalísticos na construção de novas narrativas de conteúdo e informação para a sociedade contemporânea. Por fim, queremos evidenciar questões que nos façam refletir sobre a importância da construção de novos conceitos sobre as reconfigurações do jornalismo e suas repercussões no contexto social no qual estamos inseridos.

2 REVOLUÇÃO DIGITAL, CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA E JORNALISMO

Vive-se hoje em uma cultura da conexão, digitalizada e interpelada pela *internet*. Tal condição tem se imbricado à sociedade e transformado o cenário social em seus diversos ângulos, especialmente no universo da comunicação social. Os novos modos de circulação de conteúdos e principalmente as mudanças nas relações estabelecidas entre os públicos e tais conteúdos, bem como com seus produtores de mídia, transformaram o modo em que as pessoas acessam, consomem e apreendem informação. A gênese desse contexto foi a inovação tecnológica e a digitalização, fruto de uma revolução em que tudo passou a ter a possibilidade de se transformar em código digital. Neste contexto, os conteúdos passam a circular por meio de diferentes plataformas de mídias. Henry Jenkins (2009) refere-se ao fenômeno como convergência:

[...] fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas e sociais [...] (JENKINS, 2009, p. 29)

Assim, de acordo com Benigno Neto (2008), é possível afirmar ainda a existência de “pelo menos dois tipos de convergência quando se pensa em *internet* e novas tecnologias. A primeira delas é a tecnológica e como consequência desta, a convergência das mídias. Esta última, ainda implica na existência da convergência de conteúdo e linguagem.” (NETO, 2008, p.2). A convergência tecnológica implica em relacionar as tecnologias de telecomunicações, computação, captura e difusão de informações, desta maneira, possibilita a mobilidade e tem, como consequência, a convergência de mídias. E, a partir da convergência tecnológica, é possível afirmar a existência das convergências de conteúdo, linguagem e, portanto de mídias. De acordo com o professor Walter Lima (apud NETO, 2008), a “convergência das mídias é proporcionada pela convergência tecnológica, pois se tem todas as mídias agora processadas dentro de uma máquina computacional e o resultado desse processamento é distribuído através de redes para vários dispositivos”.

Tem-se, portanto, a partir da convergência de mídias, possibilitada pela inovação tecnologia digital, mudanças nos polos de elaboração, emissão e recepção das mensagens e informações que, por sua vez, alteram a relação entre comunidades produtoras de conteúdos informativos e midiáticos e seus públicos. Jenkins, basicamente, elabora a relação entre três

conceitos “convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva” (JENKINS, 2009, p.29). Nesse sentido, o autor analisa e discorre sobre como a convergência “representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2009, p.30) e como a cultura participativa somada a inteligência coletiva – expressão cunhada por Pierre Lévy (1998) para caracterizar um novo poder midiático dentro da cultura de convergência – subverteram as noções de passividade dos espectadores dos meios de comunicações.

Meio a esse contexto, o espaço digital, a tecnologia e a *internet* também possibilitaram a estruturação de um ciberespaço propício para que grupos de indivíduos com diferentes interesses pudessem elaborar um ambiente em rede adequado para o desenvolvimento de diversas atividades comunicacionais até então não permitidas pelos meios de comunicação tradicionais. Em específico, no jornalismo, as pessoas passaram a lidar com a possibilidade de contribuir e participar diretamente no processo informativo dos conteúdos. Se, anteriormente, nos impressos, por exemplo, o leitor tinha relegada sua participação à seção “carta do leitor”, sujeita à análise e seleção prévias, agora ele passa a viabilidade de coordenar sua intervenção no processo noticioso, seja por meio de comentários ou criação de um próprio canal de conteúdo em que pode contestar, compartilhar e publicar diferentes conteúdos.

Todavia, também é fato que simplesmente criar uma rede não resulta na construção automática do saber embora, segundo Lévy (2000), a interconexão favoreça os processos de inteligência coletiva nas comunidades virtuais e possibilite que o indivíduo se sinta menos desfavorecido frente ao caos informacional. Nesse sentido, iniciativas alternativas de jornalismo que viabilizam a projeção do cidadão repórter e uma possível produção jornalística a partir de um processo de construção colaborativa são questionáveis e passíveis de análise sobre a elaboração de seus conteúdos, muito embora tenham se tornado um fenômeno relevante para a construção e compartilhamento de conteúdos em que circulam discursos informativos.

2.1 DO JORNALISMO AO WEBJORNALISMO: BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO

A gênese do jornalismo situa-se na Antiguidade Clássica, muito embora o fenômeno tenha se substanciado entre o final da Idade Média (século XV), a partir da invenção da prensa por Johannes Gutenberg, e na Idade Moderna (século XV-XVIII) com períodos e movimentos como o Renascimento e o iluminismo que significaram avanços tecnológicos,

socioeconômicos e mercadológicos para a prática jornalística. Assim, com a industrialização, com a solidificação dos estados nacionais somada a fatores como a democracia de massas associada às Revoluções Industriais – que alteram a ideia de temporalidade – ascensão da burguesia ao poder e com a noção de divisão social do trabalho, o jornalismo passa a ser afetado diretamente pelo campo econômico e político-ideológico, e a apresentar um corpo profissional de jornalistas.

Essencialmente, o jornalismo bebe do positivismo, corrente filosófica na qual a observação é a base do conhecimento. Dessa forma, a prática “é uma representação discursiva de factos e ideias da vida do homem, construída para se contar ou mostrar a outrem. Por outras palavras, o jornalismo é uma representação discursiva da vida humana na sua diversidade de vivências e ideias” (SOUSA, 2008) em que o tom afirmativo, objetivo e com precisão de apuração de dados evidenciam os princípios positivistas.

No século XVIII, com a influência do Iluminismo e suas sistematizadas mudanças que aumentavam a necessidade de informação dos cidadãos, houve a consolidação e ampliação do sistema jornalístico. A crescente urbanização instituiu um novo ambiente que viu chegar a moda dos cafés e *boulevards* onde se discutiam assuntos políticos, econômicos, científicos e se debatiam ideias, criando o espaço público moderno ou esfera pública que, de acordo com Habermas (2003) começa exatamente em um domínio privado.

A esfera pública burguesa pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público; elas reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social. O meio dessa discussão política não tem de modo peculiar e histórico, um modelo anterior: a racionalização pública (HABERMAS, 2003, p.42)

Dentro desse contexto os jornais ganham relevância na expressão política dos interesses burgueses, na luta pelo poder político. São eles, portanto, a materialização da luta pelo poder empreendida pela burguesia contra o poder absoluto. Ele nasce, não apenas dessa nova configuração social e econômica, mas da ideologia burguesa, da ideologia das “luzes”. O jornal se torna instrumento de intervenção pública, por meio do debate público.

O jornalismo, naquela época, era essencialmente um produto concebido por donos de tipografias. Não havia, assim, uma distinção formal evidente entre tipógrafos, editores e “jornalistas”. O “jornalista” era, essencialmente, um cidadão que fazia notícias. “Porém, foi também no século XVIII que o modelo britânico de jornais políticos fundados por grupos de cidadãos, por vezes através de sociedades por ações, começou a expandir-se. Este modelo,

que viria a ser o da futura empresa jornalística, contribuiu para a profissionalização dos jornalistas.” (SOUSA, 2008, p. 97).

O século XVIII foi também o século do florescimento do jornalismo nas Américas. O modelo norte-americano assume uma política editorial noticiosa e política, com artigos de opinião e anúncios. Caminhando para a segunda metade do século XVIII, os jornais norte-americanos passam a evidenciar a insatisfação com o governo colonial e reafirmam as políticas editoriais pró-independentistas, tornando-se essencialmente jornais de partidos – ou imprensa política. Após a independência, um conjunto de emendas constitucionais assegurou, dentre outras coisas, a inviolável liberdade de expressão nos EUA. A entrada da imprensa jornalística na contemporaneidade se deu no século XIX e o jornalismo converteu-se em uma nova espécie de espaço público para a discussão de ideias e ideologias. Os jornais, portanto, de cunho elitista, eram mais unificados e semelhantes entre si.

A partir do final do século XIX

O jornalismo noticioso generalista, pese embora as complicadas relações com a esfera política e a deriva nacionalista no discurso, passará a ser encarado, essencialmente, como uma especialidade técnica: a da recolha, processamento (selecção, hierarquização, transformação discursiva) e difusão de informação socialmente relevante sob a forma de notícias e os jornais começarão a ser articulados em função da trilogia que ainda hoje define, sumariamente, os conteúdos dos órgãos jornalísticos: notícias, em primeiro lugar; opinião, análise e enquadramento, em segundo lugar; e informação de serviços, em terceiro lugar. (SOUSA, 2008, p. 110)

Então, como os novos inventos a imprensa noticiosa foi impulsionada. A invenção do telégrafo, por exemplo, renovou o conceito de atualidade e foi fundamental para a difusão de informações. Assim, a maior proliferação da notícia, que destronou o artigo como gênero jornalístico dominante, promoveu uma distinção entre fato e comentário que alicerçou o conceito de objetividade jornalística.

Por isso, os jornalistas começaram a adoptar critérios profissionais de elaboração da notícia, em vez de cultivar um estilo pessoal, emotivo ou literário. O lead jornalístico-noticioso, a técnica jornalística da pirâmide invertida, a factualidade no relato, os procedimentos de objectividade fizeram, nessa época, a sua aparição como elementos dos saberes e competências profissionais, contribuindo para a autonomização dos jornalistas, para a consolidação do jornalismo como profissão e para a edificação de uma cultura e de uma ideologia profissionais. (SOUSA, 2008, p. 111)

É a partir da profissionalização do jornalismo, da existência de uma classe profissional com direitos e deveres, cultura, ideologia e competências específicas, que podemos falar, então, desta atividade como hoje a conhecemos e entendemos.

No século XX com a aceleração do desenvolvimento e do progresso científico-tecnológico, globalização, midiatização eletrônica e acontecimentos históricos, a imprensa jornalística passou a lidar com novos modelos, formatos e popularização dos meios impressos. A partir da década de 1920, por exemplo, surgiram as várias revistas, ilustradas, magazines femininas, o que fez com que a informação visual ganhasse, também relevância. A popularização do rádio e do televisor com suas instantaneidades e imediatismo consagram uma sociedade com novos hábitos de consumo e os leitores exigem reformulações dos jornais impressos o que resultou, por exemplo, o desaparecimento dos vespertinos. A linguagem e estilo tornam-se hegemônicos influenciando o jornalismo nos demais meios de comunicação.

Novas transformações e formatações foram impostas ao jornalismo e à comunicação, de um modo geral, com o surgimento do computador e da digitalização a partir das transformações tecnológicas que proporcionaram, também, os fenômenos *internet* e *web 2.0*. Nesse sentido, a partir do final do século do século XX novos modelos de jornalismo no ambiente *on-line* começaram a prosperar no ciberespaço. Quando falamos em jornalismo multimídia ou digital, eletrônico, ciberjornalismo, jornalismo on-line e webjornalismo (formatos conceituados na seção 3.1.3), falamos de um jornalismo que nasceu por causa e para a *internet*. Se pensarmos o ecossistema digital *on-line* como um ambiente de novas interações em que as relações e a comunicações se alteram, e pensarmos a *internet* como uma ferramenta que tem proporcionado que qualquer usuário interessado possa produzir e consumir o que antes era detido apenas por jornalistas enquanto gestores do que chegava ou não no espaço público, temos a própria ressignificação do espaço público em que os debates, agora, implicam em uma interação social entre cenários da vida cotidiana e do ciberespaço que, no entanto, transcendem a visão simplificadora de oposição entre mundo real e virtual.

Dessa forma, ao pensarmos os novos formatos jornalísticos no ambiente do ciberespaço e seus múltiplos modos de interação com o usuário, como se ressignifica o jornalismo hoje? Ao observamos, ao longo da história, a prática foi sendo alterada conforme se davam as transformações tecnológicas, sociais e político-econômicas. Portanto, seria altamente anacrônico cerrar os olhos para as constantes transformações que o jornalismo passa e não discutir a dimensão de seus impactos na sociedade pós-moderna e vice-versa.

2.2 CULTURA HACKER NO ECOSISTEMA DE COLABORAÇÃO ONLINE

De acordo com Manuel Castells (2003), a cultura da *internet* se caracteriza por meio de uma estrutura em quatro camadas: “a cultura tecnomeritocrática, a cultura hacker, a cultura comunitária virtual e a cultura empresarial.” (CASTELLS, 2003, p. 34). Para o autor, elas contribuem para a ideia de liberdade que se tem amplamente difundida no mundo da *internet*. A cultura comunitária virtual, em linhas gerais, é o meio de interação social e de integração simbólica. A cultura empresarial, por sua vez, movimenta-se no sentido de difundir práticas da *internet* na sociedade como meio de lucro. E “a cultura tecnomeritocrática especifica-se como uma cultura hacker ao incorporar normas e costumes a redes de cooperação voltadas para projetos tecnológicos.” (CASTELLS, 2003, p. 34).

A cultura hacker desempenha um papel axial na construção da internet por duas razões: pode-se sustentar que é o ambiente fomentador de inovações tecnológicas capitais mediante a cooperação e a comunicação livre; e que faz a ponte entre o conhecimento originado na cultura tecnomeritocrática e os subprodutos empresariais que difundem a Internet na sociedade em geral. (CASTELLS, 2003, p. 37-38)

Assim, a cultura hacker, constitui, basicamente, um conjunto de valores que emergiu das redes de programadores de computador que interagem *on-line* em torno de sua colaboração em projetos. De acordo com Castells, duas características críticas devem ser enfatizadas: “por um lado, a autonomia dos projetos em relação às atribuições de tarefas por instituições e corporações; por outro, o uso da interconexão de computadores com base material, tecnológica da autonomia institucional” (CASTELLS, 2003, p. 38). Portanto, a melhor maneira de compreender os valores específicos e a organização da cultura hacker é considerar o processo de desenvolvimento do movimento da fonte aberta como extensão do movimento original do *software* gratuito. Assim sendo, essa cultura dá sustentação a um ecossistema que fomenta inovações tecnológicas por meio da colaboração e comunicação livre no ciberespaço que é o principal ponto de encontro das comunidades de *software* livre.

O pensamento hacker parte do pressuposto que as informações e o conhecimento não são propriedade de ninguém. No jornalismo, sabe-se, a matéria-prima é a informação. Nesse sentido, Leonardo Foletto questiona se “estaria aí uma prova de que jornalistas e os hackers estão em lados opostos e, por princípios, não conversam, sob o risco de falência econômica das instituições jornalísticas?” (FOLETTO, 2013, p. 3). Nesse ponto é que se interpela outro questionamento: é possível a cultura colaborativa, a partir de uma ética hacker, tornar-se uma comunidade de produção de conteúdo noticioso? Ou mais, partindo do pressuposto de que

toda informação é livre e é um direito de qualquer pessoa ter acesso a ela, como se estrutura um possível novo modelo de elaboração e curadoria da informação no ciberespaço?

As diversas formas de participação e colaboração em rede suscitam diversos novos modelos e formatos em que autodidatismo, ou *do it yourself*, passa a motivador da cultura de elaboração de conteúdo a partir da premissa de que se toda informação está disponível e livre, ela pode ser amarrada, articulada com dados e apresentadas de alguma forma. Ora, se a sociedade passa a lidar e atuar nessa nova realidade, como se estabelece o novo modo do jornalista exercer seu papel profissional? Nesse sentido, se pensarmos o webjornalismo colaborativo aliado a uma ética hacker, temos um ecossistema em que tais formas de participação pronunciam um novo tipo de esfera pública em que emerge um novo debate, sobretudo, para o jornalismo e suas – possíveis - reconfigurações.

3 RECONFIGURAÇÕES DO JORNALISMO

3.1 JORNALISMO NA ERA DA INTERNET

A partir do que foi anteriormente elucidado, verificamos que com o surgimento da *web 2.0* a comunicação e o jornalismo, em especial, se alteraram significativamente. Agora, lidamos com a prerrogativa de que todos são capazes de produzir e difundir informação em larga escala. O jornalismo passou a ter seu circuito de produção alterado, reflexo de novos modos de recepção e acesso aos conteúdos. Assim, novas formas de produção *on-line* ganham notoriedade no ciberespaço, caracterizando novas fases e dando novos rumos ao webjornalismo. Nessa perspectiva, assinalamos o webjornalismo colaborativo como um fenômeno que vem ganhando destaque na produção de conteúdo informativo e notabilidade enquanto alternativa à produção de grandes veículos de jornalismo. Posto isto, o intuito ao escolher esse tema para análise e estudo é entender como se conceitua, caracteriza e a partir de quais práticas, direcionamentos e sistematizações se dá este formato jornalístico.

3.1.2 Caracterização e Termos

Seria o jornalismo a produção de informação a partir de conhecimento apropriado? Partindo de tal enunciado, como distinguir a produção compartilhada de conteúdo de uma mera digitalização da informação? Ou mais, como caracterizar as práticas de produção de conteúdo no formato colaborativo em uma gestão supostamente horizontalizada?

Embora haja esforços por parte de vários pesquisadores da área em delimitar ou conceituar o que é o fenômeno webjornalismo colaborativo, ainda existe uma grande lacuna na sua compreensão e postulação. Ainda que haja várias iniciativas ao redor do mundo que se denominam e são estudadas como atuantes neste campo ou na produção de conteúdo e conhecimento compartilhada, existem muitas especificidades - ou, a falta delas - nestas atividades. Atualmente, não existe um padrão na produção jornalística colaborativa, embora existam muitas características essenciais para que ele seja denominado assim, por exemplo, a conectividade e a interatividade que

(...) permite a relação entre as pessoas e o entorno digital definido pela tecnologia que os conecta. É na extensão desta interatividade que se formam as redes e nestas se produzem novas formas de concentração de pessoas, as quais não coincidem

necessariamente com os centros físicos de população. Pela interatividade é possível dialogar, debater questões, trocar informações, conhecer o interlocutor ou o interlocutor superando obstáculos como a distância física ou a barreira dos sites fechados onde os jornais convencionais podem ser incluídos (...) a conectividade distancia-se sutilmente da interatividade por ser a tendência de juntar entidades separadas e sem conexão prévia mediante um vínculo ou uma relação. (BRITTES, 2007, p. 7)

Assim, para definirmos uma linha de raciocínio relativamente às definições do tema e tornar compreensíveis as diferentes nuances entre os vários conceitos, especificaremos, arbitrariamente, as locuções:

i) jornalismo colaborativo: ao admitirmos, em determinados momentos, a expressão, estaremos nos referindo à prática jornalística enquanto a produção de conteúdo.

ii) webjornalismo colaborativo: tema principal a ser analisado. Trata-se da reconfiguração do jornalismo colaborativo na web (suporte), uma vez que o caráter colaborativo pode ser verificado em outras áreas do campo, por exemplo, radiojornalismo colaborativo e telejornalismo colaborativo.

Muitos autores debruçam sobre o tema e apresentam estudos e definições relativos a ele. Verificamos alguns conceitos e mostra-se pertinente, evidenciarmos as sutis diferenças que perpassam seus contornos.

3.1.3 Fases e Definições

Algumas nomenclaturas são adotadas para nomear o jornalismo no ambiente digital desde sua acepção na Internet. É o caso de jornalismo digital, jornalismo eletrônico, jornalismo on-line e webjornalismo ou ciberjornalismo. Delimitações terminológicas são apresentadas por Luciana Mielniczuk (2003).

Nomenclatura	Definição
Jornalismo Eletrônico	Utiliza de equipamentos e recursos eletrônicos.
Jornalismo digital ou Jornalismo multimídia	Emprega tecnologia digital, todo e qualquer procedimento que implica no tratamento de dados em forma de bits.
Ciberjornalismo	Envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço.
Jornalismo online	É desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real.
Webjornalismo	Diz respeito à utilização de uma parte específica da internet, que é a web.

Tabela 1 – Resumo das definições de nomenclaturas sobre práticas de produção e disseminação de informação no jornalismo contemporâneo. (MIELNICZUK 2003, p.27)

Ainda, para a autora, essas definições se “aplicam tanto ao âmbito da produção quanto ao da disseminação das informações jornalísticas e não são excludentes, o que ocorre é que as práticas e os produtos elaborados perpassam e se enquadram de forma concomitante em distintas esferas”. (MIELNICZUK 2003, p.27). Então, seria razoável supor que o webjornalismo, uma vez concebido para e na *web*, também subordina-se e apresenta características de outras categorias, legitimando-se pela existência das demais?

Ora, se o

“webjornalismo (...) refere-se a uma parte específica da internet, que disponibiliza interfaces gráficas de uma forma bastante amigável. A internet envolve recursos e processos que são mais amplos do que a web, embora esta seja, para o público leigo, sinônimo de internet.” (MIELNICZUK 2003, p.26)

e a internet é inerente ao ciberespaço, definido por Pierre Lévy como o “espaço da comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (2000, p. 92), estariam os praticantes do webjornalismo colaborativo indo além do suporte (*ii*) em direção a um ciberjornalismo colaborativo?

Em relação às características específicas do jornalismo desenvolvido para e na *web*, Web, Bardeol e Deuze (2000 apud SANTI, 2009, p.185), apontam quatro elementos: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimídia. Palacios (1999 apud SANTI, 2009, p.185), estabelece cinco características: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. João Canavilhas (2014) avança nas peculiaridades e vai caracterizar sete termos que distinguem o jornalismo que se faz na *web* dos que se fazem noutros meios, são eles: hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade. Percebe-se que Canavilhas mantém as características anteriores, complementando instantaneidade (na produção, distribuição e consumo) e ubiquidade (onipresença, simultaneidade). Dessa forma, o autor ao atribuir tais características ao webjornalismo propõe que este use a *web* para além de um suporte ou plataforma, mas como uma potencialidade de reconfiguração do campo jornalístico.

Nesse sentido, à medida que se desenvolvem características, adiantam-se fases em que se avança o webjornalismo. Santi (2009), conforme os autores Pavlik (2001), Silva Jr, (2002), Palacios (2002), e Mielniczuk (2001), classificam o webjornalismo e seu desenvolvimento em quatro gerações. A primeira, diz respeito às reproduções de parte de conteúdos dos jornais impressos para a *web*. Seria, basicamente, a transposição de notícias sem preocupação com a plataforma. Na segunda geração, começam a se apresentar algumas tentativas de explorar características específicas oferecidas pela rede. Existe uma preocupação inicial com a interface que ainda se assemelha com a de um jornal impresso. À medida que setores empresariais e editoriais iniciam uma adequação de produção para a Internet, o webjornalismo reconhece sua terceira geração.

Um dos primeiros e, talvez, principal exemplo desta situação seja a fusão entre a Microsoft e a NBC, uma empresa de informática e uma empresa jornalística de televisão, ocorrida em 1996. O www.msnbc.com talvez tenha sido o pioneiro site de jornalismo que não surgiu como decorrência da tradição e da experiência do jornalismo impresso. (SANTI, 2009, p.186)

A quarta geração marca-se pela utilização de banco de dados, ferramentas automatizadas, por exemplo, para a edição e veiculação de conteúdos. Seria essa, a fase em que “ocorre a efetiva industrialização dos processos jornalísticos para a *web* que até então eram elaborados de forma intuitiva e artesanal.” (Santi 2009). Dessa maneira, entendemos que a quarta geração pressupõe um processo de estruturação do material noticioso muito mais complexo, já que a preocupação do jornalista agora não é mais somente com a apuração de fatos e elaboração da redação, mas deve-se pensar em toda a arquitetura da notícia, passando

por noções de informática e programação, conhecimento de utilização de plataformas, aplicativos e sistemas operacionais.

3.2 WEBJORNALISMO COLABORATIVO E NUANCES CONCEITUAIS

O Jornalismo Colaborativo (*i*) é um fenômeno que possibilita a produção jornalística a partir de um processo de construção colaborativa da informação. Em uma analogia, o webjornalismo colaborativo (*ii*), grosso modo, seria esse mesmo processo de construção em rede. Nesse contexto, é definido por Moretzsohn (2007) como o ato do cidadão de “desempenhar um papel ativo no processo de coleta de informações com o objetivo de garantir a notícia independente, confiável e precisa. Esta é uma oportunidade do jornalismo democratizar a informação”. (apud AMARAL, BALDESSAR, LAPOLLI, SPANHOL, 2009, p. 3). Mas, ora, quais são os procedimentos que garantem essa notícia confiável e precisa? A colaboração na produção de conteúdo tem elaborado diferentes narrativas, abordado pautas que, geralmente, ficam fora da agenda de cobertura dos grandes veículos. Para Dan Gillmor (2005, p.19 apud AMARAL, BALDESSAR, LAPOLLI, SPANHOL, 2009, p.3) “a possibilidade de qualquer um produzir informação dará voz a pessoas que não têm tido. E precisamos ouvir o que elas têm a dizer-nos”. No entanto, essa cultura aberta também protagoniza a eclosão das fake-news e pós-verdades, temáticas importantes na Era do Jornalismo na *Internet* e que vêm ganhando força frente à lógica dos fatos. Tais questões serão abordadas adiante.

É difícil haver uma definição absoluta para o que é chamado de jornalismo colaborativo, mesmo porque é um fenômeno em constante transformação. Os autores que pesquisam e escrevem a respeito costumam divergir e usar termos diferentes para se referir a práticas que têm muito em comum, apesar de suas especificidades. Em Foschini e Taddei (2006), encontramos uma síntese dos principais termos usados para definir essas práticas:

Jornalismo participativo – Ocorre, por exemplo, nas matérias publicadas por veículos de comunicação que incluem comentários dos leitores. Os comentários somam-se aos artigos, formando um conjunto novo. Dessa forma, leitores participam da notícia. Isso é mais frequente em blogs.

Jornalismo colaborativo - É usado quando mais de uma pessoa contribuiu para o resultado final do que é publicado. Pode ser um texto escrito por duas ou mais pessoas ou ainda uma página que traga vídeos, sons e imagens de vários autores.

Jornalismo código aberto - Surgiu para definir um estilo de jornalismo feito em sites *wiki*, que permitem a qualquer internauta alterar o conteúdo de uma página. Também pertencem a esse grupo vídeos, fotos, sons e textos distribuídos na rede com licença para serem alterados e retrabalhados.

Jornalismo grassroots - Refere-se à participação na produção e publicação de conteúdo na web das camadas periféricas da população, aquelas que geralmente não participam das decisões da sociedade. Quando elas passam a divulgar as próprias notícias, causam um efeito poderoso no mundo da comunicação. Quem usa esse termo defende a ideia de que o jornalismo cidadão está diretamente relacionado à inclusão dessas camadas no universo criado pelas novas tecnologias de comunicação. (FOSCHINI E TADEI, 2006, p.19)

A partir destas definições dos autores verificamos, então, estágios de colaboração para a produção de um material noticioso, ou seja, em todos os conceitos apresentados nestas práticas existe, em algum grau, a participação e contribuição do leitor/internauta. No entanto, em qual momento podemos definir a atuação de um cidadão-repórter? Adiante, como defini-lo? A premissa de que “todo cidadão é um repórter”, munido de seus *smartphones* conectados, com câmeras e gravadores embutidos, ainda é muito vaga para determinar esse papel. Não se tenta aqui, reduzir a relevância desses autores no processo comunicacional, é inegável o protagonismo, a partir das novas tecnologias e digitalização, que tais colaboradores têm tido na visibilidade de pautas até então não contempladas pela grande mídia. É possível, hoje, por exemplo, que pessoas comuns criem, por meio da rede, novas formas de expressão e aprendizado, elaborem conteúdos a partir de experiências e fatos que presenciam no dia a dia, a exemplo:

Quando o furacão Katrina devastou o sudoeste dos Estados Unidos em 2005, muitos dos leitores de jornais e espectadores de noticiários de TV já sabiam que podiam participar da cobertura da tragédia. A prática do jornalismo cidadão havia sido assimilada e os moradores da região colocaram informações em suas páginas pessoais. O mundo procurou notícias na web, já era sabido que relatos pessoais e informações mais recentes sobre a situação de emergência poderiam estar nos blogs. FOSCHINI E TADEI (2006, p.15)

Entretanto, dá-se aí o que os autores encaram como o “jornalismo cidadão”?

Adentrando nos formatos, recurso tecnológico ou o conjunto de instrumentos com os quais os distintos grupos podem contar para concretizar modos de comunicação no ciberespaço, Juçara Brittes (2007) propõe como categoria especial o jornalismo em seu modo de materialização online ou ciberespacial. Entre eles, Brittes localiza o intermediário jornalismo colaborativo no qual

os jornais colaborativos, referem-se às publicações pela Internet que apresentam alto grau de interatividade, de modo que os conteúdos são construídos em parceria entre editores (ou moderadores) e os interessados. Percebemos níveis distintos de colaboração entre editores, fontes e público, podendo variar de acordo com cada publicação. Diferente dos jornais impressos, onde o leitor tem direito a expressar-se na seção de cartas, ou participa do processo de agendamento por mecanismos tais como as medições de opinião pública, aqui a interatividade é a razão de ser do espaço. Sites ou páginas da natureza a qual nos referimos só têm sentido com a intervenção direta do usuário. Caso contrário poderá ser identificado como mais um feixe de dados e informações a disposição na Internet. (BRITTES, 2007, p.9)

Desta forma, a autora verifica que na fronteira da intervenção direta do usuário, estão os *wikies*, sistemas de páginas *web* usados para projetos colaborativos, que tanto podem ser jornalísticos quanto ter outro interesse qualquer. Brittes descreve dois formatos de jornal colaborativo:

Jornais Colaborativos	
Multimidiáticos	Referenciais
Estampam os conteúdos em suas próprias páginas, utilizando linguagens escritas, televisivas ou radiofônicas.	Remetem o leitor aos sites de origem da notícia, sendo que, na maioria dos casos, trata-se de convites à participação em alguma ação (engajar-se em uma campanha, integrar um abaixo-assinado, inscrever-se em evento etc.). São periódicos que apresentam regularidade em suas edições, incluem notícias, manifestos, convocatórias e abaixo-assinados de Movimentos Sociais Organizados. Configuram-se como um fórum por onde esses temas, de pouca repercussão nos jornais convencionais, são expostos.

Tabela 2 - desenvolvida a partir dos formatos de jornalismo colaborativo definidos por BRITTES (2007, p.9)

A autora justifica que ambos são colaborativos porque, ainda que em graus distintos, emissor e receptor mudam radicalmente de status, passando a construir o texto em conjunto. Não obstante, ainda no sentido de definição das práticas, fala-se em termos ainda mais categóricos e técnicos para o jornalismo que é praticado de forma colaborativa por meio da informática. Catarina Moura (2002) sugere que a troca de notícias mediante as redes de cooperação inaugura, a partir da liberdade de interferência sobre os bens de informação, um novo modelo de jornalismo, batizando-o por jornalismo *open source* ou, em tradução livre, código aberto, em que os processos de produção colaborativa são aplicados a *softwares* e a notícias.

Situado entre a webzine e o fórum, o Slashdot representa o que muitos consideram o início da era do jornalismo open source, o que implica, desde logo, permitir que várias pessoas (que não apenas os jornalistas) escrevam e, sem a castração da imparcialidade, dêem a sua opinião, impedindo assim a proliferação de um pensamento único, como o pode ser aquele difundido pela maioria dos jornais, cuja objectividade e imparcialidade são muitas vezes máscaras de um qualquer ponto de vista que serve interesses mais particulares que apenas o de informar com honestidade e isenção o público que os lê. (MOURA, 2002, pág. 1)

A autora utiliza o termo em um estudo sobre o *Slashdot*, um site cujo conteúdo é produzido integralmente pelos leitores e usuários sem necessariamente formação jornalística. Os processos da produção colaborativa neste formato são orientados pelas lógicas de trabalho batizadas por Eric Steven Raymond (2000 apud Brambilla 2005, p.2) como “bazar”, ou seja, uma “estrutura horizontal e rizomática de produção que se opõe ao padrão verticalizado e fechado à contribuição do público, como praticado pelas tradicionais empresas de *software* proprietário. A este modo hierárquico e institucionalizado de produção, Raymond chamou modelo ‘catedral’”.

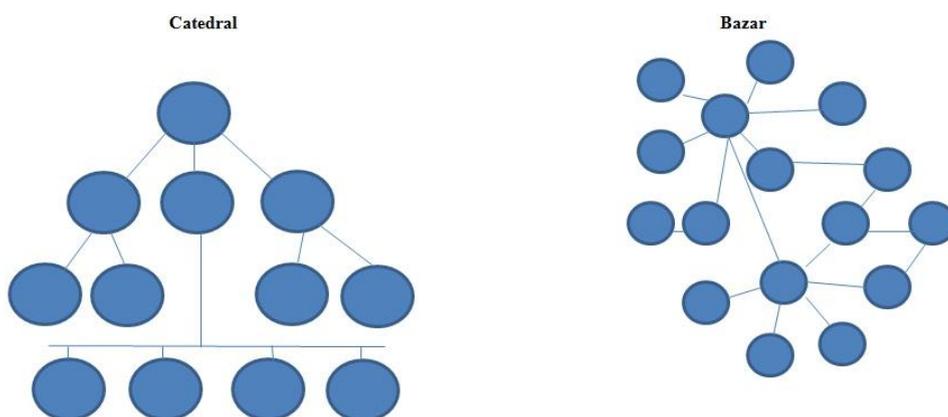


Imagem 1 - modelo desenvolvido a partir das estruturas definidas por RAYMOND (2000 apud Brambilla 2005, p.2).

Nessa lógica, o modelo bazar horizontal e rizomático corresponderia às iniciativas antagonistas em relação aos jornais tradicionais. Estes possuem um organograma interno com editores, políticas e linhas editoriais, trabalham com critérios de seleção e apresentação de uma notícia. No bazar, isso não acontece, estando o usuário capaz de criar e difundir qualquer tipo de conteúdo, além de colaborar na produção de outros. Dessa maneira, sem qualquer hierarquia, internautas ganham poder social.

O que verificamos, portanto, é que assim como no século XV quando Johannes Gutenberg criou a prensa móvel e, a partir de então, deu-se uma “Revolução da prensa

gráfica” a qual proporcionou a disseminação de informação e conhecimento, fazendo com que pessoas comuns, motivadas a se alfabetizarem, tomassem conhecimento de seus direitos e liberdades e, então, suscitassem mudanças sociais; hoje temos uma “Revolução Digital” a qual possibilita em outras circunstâncias as mesmas mudanças no modo em que as pessoas enxergam seu papel social perante a mídia. O modelo *open source*, por exemplo, pressupõe *softwares* livres, ou seja, aqueles que os usuários possuem a liberdade de executar, copiar, distribuir, estudar, mudar e melhorar o software.

Aplicando tais premissas ao jornalismo, entende-se que a notícia, no modelo *open source*, é livre para ser apropriada, lida, distribuída e referenciada para qualquer propósito; ser aperfeiçoada ou comentada de acordo com visões particulares que possam enriquecer os relatos (e para isso o acesso a ferramentas de publicação é fundamental) ser produzida de modo irrestrito por diferentes pessoas, com diferentes objetivos, de modo que possa auxiliar a compreensão de um fato pela sociedade. (BRAMBILLA 2005, p.2)

Diante dessa analogia questionamos, pois, o papel do(s) autor(es) da notícia. Nesse modelo não se fala em direito autoral, então, como se dá, por exemplo, o processo de apuração de uma pauta ou de relacionamento com uma fonte quando se tem vários autores com a possibilidade de modificá-la? Será que as visões particulares de fato podem enriquecer o relato ou podem distorcê-lo? O que nos leva a tais questionamentos é o fato de termos debates ao entorno do funcionamento dos modelos enquanto plataformas e suportes e poucas argumentações de caráter jornalístico enquanto produção de conteúdo.

Todavia, aos estudarmos as variantes do jornalismo na Era da *internet* e, em particular o webjornalismo, entendemos que de uma maneira ou de outra o modo do jornalista exercer seu papel alterou-se. O webjornalismo colaborativo, por sua vez, mesmo que de forma incipiente, tem aumentado a participação de cidadão comuns nas discussões propostas pelos meios de comunicação e para além delas. Dessa forma, tendo a tecnologia como catalisadora da relação jornalista x público, Marcelo Silva (2013) apresenta o conceito de capital social a partir da conexão entre os indivíduos e analisa o jornalismo colaborativo como algo que se cria com grande valor para um grupo, em que o capital social seria a informação coletiva. O autor compara, de forma análoga, o industrialismo (acúmulo de bens) com o informacionalismo (aprimoramento do conhecimento). Nesse sentido, verifica-se, então, o processo de construção jornalística colaborativa esbarrando em modelos econômicos no mundo da comunicação, ou seja, não é determinante para um cidadão o fato de não assinar um periódico seja ele impresso ou *on-line*, mas o é para os grandes veículos.

Nessa perspectiva jornais se veem com a preocupação em oferecer novas narrativas, bem como novos conteúdos, exclusivos; mesmo os jornais colaborativos, que são muitas vezes uma alternativa ao que se vê na mídia tradicional, precisam, ainda assim, oferecer algo que o público não tem, mas quer ter. A colaboração parte do pressuposto de que o produto final não vá ser exclusivo e imutável, pelo contrário, está em busca de levantar e apropriar-se de um debate que a legitime. Logo, foi a escrita coletiva de notícias, a partir de condições sociais e tecnológicas apropriadas, que viabilizou a emergência de um webjornalismo colaborativo.

A cooperação *on-line*, o maior acesso à internet, interfaces simplificadas e intuitivas para a publicação e a facilidade de compartilhamento favoreceu que grupos formassem seus próprios canais de informação. Dessa maneira, abre-se um espaço para o que Alex Primo (2004) chama de interação mútua, na qual “o desenvolvimento do processo interativo é negociado entre os participantes. Neste caso, o relacionamento desenvolvido entre os interagentes têm um impacto recursivo sobre a interação, seus participantes e produtos.” (PRIMO e TRÄSEL 2006, p. 9).

No entanto os autores adotam o termo webjornalismo participativo, definindo-o como as “práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na web, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe” (PRIMO e TRÄSEL 2006, p. 10). Observamos aqui uma conceituação diferente do que foi anteriormente proposto por Foschini e Tadei (2006) em relação ao jornalismo participativo, tendo aproximado mais do que estes autores definem por jornalismo colaborativo, em que a separação entre emissor e receptor não existe. Para Primo e Träsel (2006) essa separação justificada por questões técnicas refletem a mesma divisão social do trabalho entre produção e consumo evidenciada por Enzensberger (1978).

O webjornalismo colaborativo no Brasil, de um modo geral, ainda avança do seu estágio inicial. Muitas vezes é encarado de maneira distorcida por jornais que acreditam que a participação de cidadãos no envio de imagens, vídeos e comentários, o caracteriza. No entanto, essa é uma visão muito simplista do que o fenômeno pode representar. Algumas iniciativas no país começaram a ser canais efetivos de colaboração e produção compartilhada de conteúdo, como é o caso do site Overmundo¹ que começou como uma iniciativa bem-sucedida de produção de conteúdo cultural, com mais de 50 mil colaboradores registrados, mas que hoje apresenta queda em relação à participação de colaboradores. Também se

¹ <http://www.overmundo.com.br/> (acesso em 09/set/2017)

reconhece como canal de cultura colaborativa, o *Obvious*², uma espécie de revista on-line de cultura colaborativa com grande representatividade no Brasil e em Portugal. Com centenas de colaboradores, a iniciativa produz conteúdo por diversas categorias: artes, arquitetura, tecnologia, design, música, fotografia, cinema e recortes. Por fim, de caráter jornalístico, admite-se, por exemplo, o CMI Brasil como um agente do webjornalismo colaborativo. A iniciativa será objeto de análise no próximo capítulo.

3.3 GATEKEEPING NO AMBIENTE DA WEB COLABORATIVA

Como visto, o desenvolvimento de tecnologias de comunicação modificou as práticas jornalísticas em diversos aspectos. Por conseguinte, observamos muitas teorias clássicas do jornalismo sendo reavaliadas em busca de conceitos que deem conta do momento atual. Uma dessas teorias é a do *Gatekeeping*. O conceito de *gatekeeper* (selecionador) e de que a passagem de uma notícia por determinados canais de comunicação depende de “portões” (*gates*) foi elaborado por Kurt Lewin em 1947. Segundo o autor, referido por Mauro Wolf (1999, p.180), “as zonas filtro são controladas por sistemas objectivos de regras ou por gatekeepers. Neste último caso, há um indivíduo ou um grupo que tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia”. Tal prática se aplica aos modelos de negócios de organizações de comunicação e informação, sobretudo para selecionar, dentre um grande número de acontecimentos, o que se torna ou não uma notícia. O papel do selecionador é exercido, muitas vezes, pelo próprio jornalista e/ou editor do veículo.

Se o ambiente da *web 2.0* é a esfera em que o webjornalismo colaborativo se afirma e se a construção dessa nova cultura de colaboração e abertura da internet promove a produção, distribuição e consumo de conteúdo em grandes proporções, como estabelecer um critério de seleção do que é conteúdo informativo e do que se torna notícia? Em um sistema em que qualquer pessoa é capaz de conceber uma organização midiática colaborativa em que os colaboradores têm autonomia para escreverem sobre inúmeras temáticas, quem ou o quê faz o papel do *gatekeeper*? Ou mais, para além desta seleção, em uma organização posterior, quem estabelece a curadoria do material produzido a fim de estabelecer conexões coerentes de forma a estabelecer um sentido?

A ideia de um modelo jornalístico colaborativo na *web* supõe, conforme visto, categorias hierárquicas horizontais, no entanto, a seleção e organização do material ainda se faz fundamental e projetos colaborativos em rede passam pela dificuldade em estabelecê-los.

² <http://obviousmag.org/> (acesso em 09/set/2017)

Para Manuel Castells (2000), essa multiplicação de mensagens e fontes faz com que a própria audiência se torne mais seletiva. Dessa forma o autor acredita que “a audiência visada tende a escolher suas mensagens, assim aprofundando sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre o emissor e o receptor” (CASTELLS, 2000, apud SANTAELLA, 2003, p.27). Portanto, teria o processo de seleção do conteúdo no webjornalismo colaborativo uma sistematização a partir reação da audiência?

A essa seleção, soma-se o eminente fator do controle social alcançado pelas redes sociais digitais que englobam estruturas intervenientes da distribuição de conteúdo, ou seja, controlam, a partir de diversas estratégias, o que recebe destaque no *feed* pessoal e geral de cada conta. Tal circunstância também é determinante para a análise e organização de conteúdos que, a princípio, não possuem critérios de eleição definidos, visto que as redes sociais operam como *gatekeepers* globais. Não obstante, elas têm um importante papel na difusão de conteúdo alternativo e colaborativo; é evidente que tais conteúdos teriam menos visibilidade e dimensão sem esses fatores sociais *on-line*. Além disso, anúncios e postagens em redes como *Facebook* e *Twitter*, por exemplo, originam diversas pautas, tornando-se, assim, fontes de informações. Portanto, as redes sociais digitais fomentam e selecionam, organizando um novo ecossistema midiático em que comunidade e audiência passam a ser, também, agentes que utilizam estas novas plataformas como filtro do que querem ler. Nessa perspectiva, fala-se em características diferentes do *gatekeeping*, que definem o que Bruns (2003) chama de *gatematching*, ou seja, o processo de “indicar pistas de leitura” (CANAVILHAS, 2010). Esta diferença, para Bruns (2011) foi fomentada, basicamente, por dois aspectos:

multiplicação contínua dos canais disponíveis para a publicação e divulgação das notícias, especialmente desde o surgimento do World Wide Web como uma mídia popular, e o desenvolvimento dos modelos colaborativos para a participação dos usuários e para a criação de conteúdo, que atualmente são frequentemente resumidos sob o rótulo de “Web 2.0”. (BRUNS, 2011, p. 122)

Dessa forma, o autor reflete sobre a atuação e o papel dos usuários ativos que atualmente compartilham com outros usuários temas de interesse a partir de ferramentas colaborativas. A lógica destes esforços colaborativos e distribuídos não é mais da produção das notícias, mas de *produsage*, ou seja, para Bruns (2011, p.124) “quanto mais participantes puderem examinar, avaliar e expandir as contribuições dos seus predecessores, mais provável será um resultado de qualidade forte e crescente”. Nesse sentido, com a lógica do *gatematching*, os usuários

envolvidos em organizar e fazer a *curation* da torrente das matérias noticiosas disponíveis e das informações que têm valor como notícias que estão atualmente disponíveis em uma multidão de canais, não têm condições de guardar – de controlar – os portões de quaisquer destes canais; entretanto, o que eles têm condições de fazer é de participar em um esforço distribuído e folgadoamente organizado de observar – de acompanhar – quais as informações que passam por estes canais; (BRUNS, 2011, p.124).

A definição de *gatewatching* anteviu o que viria a ser amplamente sistematizado pelo *Facebook* com suas estratégias e algoritmos alguns anos mais tarde. Hoje, essa é a maior rede social digital do mundo, com mais de dois bilhões de usuários, sendo 117 milhões, brasileiros. Considerando que as redes sociais contribuem para esse novo formato webjornalismo colaborativo focado na interação, então, se utilizadas com planejamento e consciência, podem ser uma importante estratégia para que as iniciativas fiquem mais próximas da audiência e, não só fidelizem o público, mas se valha da sua colaboração. Por outro lado, essas produções precisam ter plataformas alternativas para relacionamento com os colaboradores e público, dado que sistemas *gatewatcher* podem não ser favoráveis nas redes sociais digitais. Não se trata apenas de receber *feedback* com rapidez e conseguir filtrar as informações repassadas através das redes sociais, mas de disponibilizar os conteúdos e saber monitorar as filtragens a fim de criar um critério próprio de seleção.

3.4 WEBJORNALISMO E MOBILIDADE

Meio a diversas reconfigurações do jornalismo e de plataformas, é imperativo que abordemos o fenômeno da mobilidade na produção de notícias e como facilitadora de uma colaboração mais ágil por parte dos usuários. A emergência e popularização de plataformas móveis, por exemplo, *tablets* e *smartphones*, impactou não só o universo da comunicação, mas em especial o modo de se fazer jornalismo.

No cenário atual, a prática [jornalismo móvel] é caracterizada pela mobilidade física e informacional para a produção de conteúdos diretamente do local do evento cujas condições são potencializadas pela portabilidade, ubiquidade e mobilidade, além da consideração do aspecto de espacialização contextualizada com a geolocalização da notícia. (SILVA, F. 2015, p. 9)

A possibilidade da conexão sem fio, a multiplicação de aplicativos e de plataformas *on-line* de troca de mensagens e arquivos, a multifuncionalidade dos telefones celulares e a praticidade de se arquivar documentos na nuvem são apenas alguns exemplos de como a

convergência somada a plataformas móveis têm impactado não só o modo de o jornalista exercer seu papel, mas viabilizado o trabalho do chamado cidadão-repórter que, em tese, teria menos recursos que um jornalista de um veículo consolidado. Desta forma, a frustração de um sujeito diante a impraticabilidade da produção de conteúdo noticioso é amplamente reduzida.

Atualmente, o acesso à internet tem sido feito em sua maioria por meio de celulares. No Brasil, em 2005, o acesso era quase totalmente realizado por desktops; em 2015, dez anos depois, é o celular que está na dianteira. Na imagem do gráfico abaixo é possível encontrar o percentual de usuários de internet por dispositivo utilizado no ano de 2016.

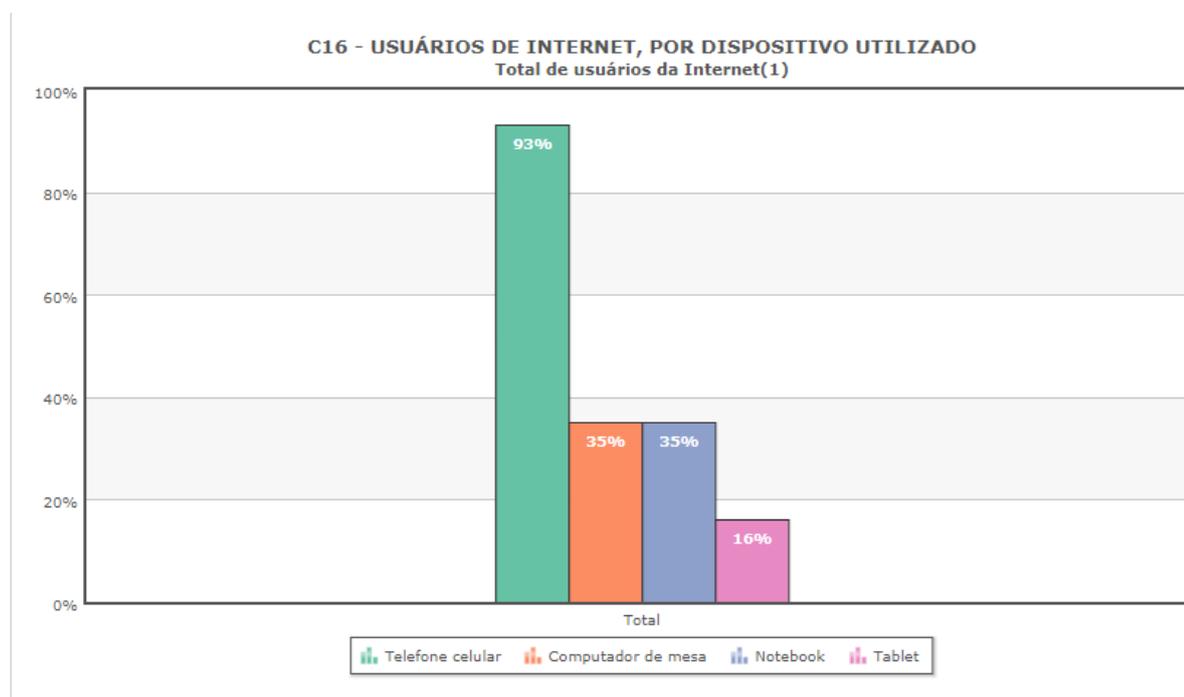


Gráfico 1 - CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2016

As informações são do portal de dados do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC) que disponibiliza a consulta aos indicadores e às estatísticas sobre a disponibilidade das tecnologias de informação e comunicação no Brasil. Uma interpretação deste gráfico nos permite a percepção de que, hoje, os celulares com acesso à internet, têm sido o principal meio em que os brasileiros - e essa é uma realidade global - têm acessado a rede. Essa atual realidade, portanto, se deve à agilidade,

simplicidade e portabilidade de um dispositivo que tem se tornado de fácil acesso em uma realidade de compartilhamento e da atualização constantes.

Nesse sentido, os dispositivos móveis e, em particular o telefone celular com acesso à internet, altera não somente o consumo, mas também a prática e o relacionamento com o fazer notícia. Assim, é pertinente supor que o fenômeno mobilidade é, também, estrutura para a realidade do webjornalismo colaborativo tal como do jornalismo móvel. Além de suporte para o exercício da apuração e conexão rápida entre os colaboradores, o celular como plataforma imprescindível de consumo individualizado requer personalização. Logo, a expansão da mobilidade e fluidez dos conteúdos tem como fatores determinantes o desenvolvimento de *webdesigns* responsivos, no qual a construção das interfaces de *websites* é capaz de responder ao formato de tela do dispositivo no qual está sendo acessado.

Essa combinação e apropriação do aparato, de acordo com Fernando Firmino da Silva (2015), “permitiu a expansão de iniciativas de emissão diretamente dos lugares dos acontecimentos” como um dos casos ilustrativos do estudo, o autor elege o uso dos *smartphones* na cobertura ao vivo das “Manifestações de Junho” de 2013 feito pelo coletivo Mídia Ninja³. À época, o Brasil foi surpreendido por uma série de protestos em diversas cidades do país, reunindo multidões e paralisando grandes centros urbanos. As “Jornadas de Junho” foram uma reivindicação contra o aumento da tarifa do transporte público e, depois, reclamavam pautas mais pontuais. Tais protestos refletiram um significativo momento de mobilização social e tiveram, em diferentes medidas, repercussão na comunicação midiática. As mídias sociais digitais e, em especial, a comunicação móvel, possibilitaram e auxiliaram na articulação, mobilização e ampliação dos protestos.

Nessa perspectiva, “o Mídia Ninja exerceu o princípio da liberação do polo emissor ao transformar o *smartphone* com tecnologia 3G e 4G, aplicativo de streaming em transmissor para emissão ao vivo” (*ibid*). Essa articulação, classifica o autor, entra na noção de jornalismo participativo móvel em que

a narrativa em tempo real explorada e o coletivo descentralizado fizeram com que a cobertura do protesto fosse realizada de forma protagonista em relação aos meios de comunicação de massa, que demoraram para compreender o fenômeno das

³ A Mídia NINJA foi fundada em 2013 e ganhou notoriedade durante as manifestações de junho que reuniram milhões nas ruas do Brasil. À ocasião realizou coberturas ao vivo de dentro dos protestos, com múltiplos pontos de vista invisíveis na mídia tradicional. Em 2016 foi uma das principais iniciativas de resistência na luta pelo fortalecimento da democracia em meio a instabilidade política. Hoje a rede engaja mais de 2 milhões de apoiadores e cerca de 500 pessoas diretamente envolvidas. Disponível em <http://midianinja.org/quem-somos/> (acesso em 01/dez/2017).

manifestações e seu impacto sobre o processo de construção da notícia (SILVA F. 2015, p.33).

Dessa forma, a emergência e popularização de redes sociais *on-line* e a popularização de aparelhos móveis, no século XXI, repercutiram, também, novas formas de ação coletiva e mobilizaram a organização de atos, eventos e de novas formas de manifestações.

Embora a mobilidade tenha modificado e, por vezes, facilitado a coleta de material noticioso, o acesso a fontes e preconizado um estreitamento entre o fazer jornalístico, apresenta também algumas vulnerabilidades, uma vez que a proporção de fontes anônimas e até mesmo falsas tende a aumentar e credibilidade das informações transmitidas de forma instantânea inclinam-se a equívocos, carecendo de maior apuração e checagem. Nessa perspectiva, com que precisão é ofertado o material noticioso? À medida que se facilita o acesso e a apropriação de tais plataformas e se concede um poder de voz ao cidadão sem uma pedagogia que assegure a legitimação desse papel ativo, muitas iniciativas estão fadadas ao demérito e, mais que isso, estão contribuindo para o encadeamento de um modelo de produção de informação que aliena e propaga inverdades.

Assim, um amálgama entre a relativização de apuração, a falta de uma pedagogia do como informar, combinado, muitas vezes, com a desonestidade e ignorância, leva a uma relativização do que é verdade, num ecossistema em que falsas notícias são veiculadas com grande visibilidade e repercussão. Nesse sentido, fica o questionamento: como o webjornalismo colaborativo, que admite a colaboração horizontal por meio de dispositivos móveis e de diferentes plataformas de interação, assegura e/ou responde pelos conteúdos de autoria atribuída aos seus diversos colaboradores?

3.5 APURAÇÃO E COLABORATIVISMO NA ERA *FAKE NEWS* E PÓS-VERDADE

Com o liberalismo impondo-se, a partir do século XVIII, como noção de mercado e com o indivíduo sendo colocado como um ser racional, dono do seu próprio destino, a ideia de uma cidadania motivada economicamente pelo consumo também recai no jornalismo que passa a ser, no século XIX, encarado como produto com valor mercadológico. Nesse sentido, a notícia é pensada como valor de troca e, o que antes era um mediador de debate e críticas econômica e política e de transparência pública, o jornal, torna-se, também, um meio para relato da vida cotidiana. Dessa forma, o que é considerado notícia passa por mudanças sociais.

A notícia parecia estar se tornando menos um relato dos acontecimentos mundiais do que a reedição daqueles fatos no universo de fatos que atraíam o interesse especial de quem poderia se dar ao luxo de contratar pessoas assessores de relações públicas. Era justamente como Ivy Lee dissera: não existem fatos, tudo é interpretação. (SCHUDSON, 2010, p. 162)

Na perspectiva da interpretação dos fatos, a notícia em sua forma e estrutura é, então, a materialidade da racionalidade pública. Ela parte do pressuposto de uma objetividade jornalística que pretende fazer notar um fato, aquilo que pressupõe um consenso racional, uma noção de verdade. Todavia, com a internet, essa noção de verdade alterou-se.

Pós-verdade foi, em 2016, escolhida a palavra do ano pelo Dicionário Oxford. O termo ficou conhecido por sua grande utilização no mundo político e social, em que em muitos discursos o “objetivo e o racional perdem peso diante do emocional ou da vontade de sustentar crenças, apesar dos fatos demonstrarem o contrário” (LLORENTE, 2017).

No entanto, a pós-verdade não é apenas um termo que caracteriza o debate no mundo político. Tais crenças pessoais e banalização dos fatos têm alterado a opinião pública e o papel do jornalismo. Llorente evidencia a consolidação dos meios de comunicação alternativos nesse ambiente, o que tem corroborado com a disseminação de falsas notícias:

As tradicionais formas de jornalismo perdem peso diante do auge dos novos canais de comunicação, como os blogs pessoais, o Youtube, os canais de mensagens instantâneas, como o WhatsApp, Telegram e o Facebook Chat, ou as redes sociais como Snapchat e Twitter. Um simples tweet pode mobilizar massas e causar resultados impensáveis há alguns anos. (LLORENTE, 2017, p.9)

As falsas notícias ou *'fake-news'* causam um forte impacto, principalmente pela facilidade que encontram, por meio desses novos meios de comunicação, para atingir uma audiência massiva em termos de números. Para Eduardo Quirós (2017), hoje, a força do rumor ou mentira “está no que, fácil e massivamente, se distribui e no desejo daqueles que as recebem, em acreditar”. Essa facilidade de distribuição somada à atual agilidade ou mesmo à pressa do postar e compartilhar incide negativamente na apuração jornalística, fator que encontra ainda mais entraves no colaborativismo, pois, muito embora alguns modelos consigam se organizar em modos de produção jornalísticos, muitos não possuem estrutura suficiente para a checagem total de conteúdos, muito embora isso não seja uma justificativa.

Sendo o critério de apuração e checagem, de acordo com Santi (2011) “um elemento essencial no processo da informação e quer dizer, em jornalismo, o completo levantamento

dos dados de um acontecimento que servem de substrato para se escrever a notícia”, quais seriam as consequências das falhas de apuração nesse processo informacional?

Em julho de 2017 a BBC Brasil publicou um texto, já retirado do ar, em que divulga imagens que supostamente seriam de um brasileiro fotógrafo da ONU. Eduardo Martins, como até então era conhecido, tinha mais de 100 mil seguidores no *Instagram* e oferecia suas fotos a diversos portais que acreditavam em suas histórias e relatos sobre fotografar lugares de guerras e conflitos. No entanto, o perfil no *Instagram* era *fake*, as fotos não eram de sua autoria e após começar a apurar o caso, a BBC Brasil⁴ verificou o engano e afirmou que o caso servirá para reforçar seus procedimentos de verificação.

O caso exemplifica diversas e atuais fragilidades para o jornalismo. Reitera que a ausência de apuração compromete, de fato, a credibilidade da notícia; induz a busca de outras pessoas e veículos pelo trabalho do suposto fotógrafo; e, mostra o quão vulnerável é a ideia de colaboração pela *web*. Tal ocorrência também é um exemplo do quanto o webjornalismo colaborativo que admite interatividade exclusivamente pela rede está suscetível a uma deslegitimação pela própria esfera que o justifica e fundamenta.

No entanto, é justamente nesse ponto que devemos enxergar e repensar o papel social do jornalista. A notícia é efêmera, como diz o ditado “jornal de ontem, notícia de anteontem”, mas as repercussões não são. Elaborar um texto e divulgá-lo tem se tornado cada dia mais trivial, mas pensar o seu processo de apuração e de busca pela credibilidade ainda é desafiador para o jornalismo.

O exercício trivial de checar a veracidade da informação – na concepção do jornalismo, como um bem social e serviço ao público – poderá restaurar o papel do jornalismo como fonte confiável de informação, mesmo que em um modelo adaptado aos novos tempos, em que a multiplicação e emissão dos fatos estejam sob a égide das novas redes. O desafio determinante é a capacidade do jornalismo de enfraquecer os construtores interessados em meias-verdades ou falsidades inteiras. (MEDEIROS, 2017, p.25)

Assim, cabe ao jornalista pensar essa ocupação de um novo lugar. Se novos formatos de webjornalismo e colaboração têm surgido e ganhado visibilidade por oferecerem outros ângulos sobre os acontecimentos, é porque existe uma carência e demanda por parte da audiência e por que não pensar uma reconstrução do jornalismo?

⁴ <http://www.bbc.com/portuguese/salasocial-41131215> (acesso em 15/set/2017)

Pensar a ruptura de uma tradição demanda seu conhecimento. Nesse sentido, pensar novas formas de especialização jornalística requer, no mínimo, compreensão da história do fazer jornalístico e, são essas questões que o webjornalismo colaborativo deve incorporar para que não seja mero distribuidor de *fake-news* ou potencializador de opiniões pessoais. O jornalista, portanto, meio a esse contexto, necessita encará-lo, entendê-lo e percebê-lo como uma resposta e demanda da atual conjuntura social. Assim, repensar suas responsabilidades é fundamental para o futuro da profissão.

4 ANÁLISE CMI BRASIL

Neste capítulo será apresentada a proposta de análise, embasada na metodologia de análise de conteúdo tendo como objeto de estudo o CMI Brasil e a produção de conteúdo no seu *website*. A análise de conteúdo é uma metodologia descrita por Laurence Bardin (2008). Para a autora a metodologia “é um conjunto de técnicas de análise das comunicações” (BARDIN, 2008, p.33) cuja finalidade é a interpretação. Nesse sentido, a análise se concentra na mensagem, buscando se debruçar nos “significados” ou sobre os “significantes”.

Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações. (BARDIN, 2008, p.33).

A metodologia pode ser aplicada a diversos conteúdos e contingentes para analisar a frequência de dados até extrair estruturas traduzíveis em modelos. É uma técnica baseada na inferência e dedução e a “descrição analítica funciona segundo procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição dos conteúdos das mensagens” (BARDIN, 2008, p. 37). A autora enumera, ainda, três fases da análise de conteúdo: “1) pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.” (BARDIN, 2001, p.121).

Assim, o estudo se deu com base nos levantamentos de arquivos do *website*, estabelecendo uma relação do número de conteúdos publicados ao longo do mês da análise. Além disso, o intuito foi perceber como se dão as práticas de elaboração, apuração, construção e distribuição das notícias. O propósito é verificar se o estudo feito acerca do *webjornalismo* colaborativo neste trabalho é reconhecido em tais práticas no CMI Brasil.

4.1 PROPOSTA DE ANÁLISE

Este trabalho tem como objeto de estudo a iniciativa Centro de Mídia independente (CMI Brasil) que tem a *web* como principal ferramenta de elaboração de conteúdo. O CMI Brasil faz parte de uma rede mundial de ativistas da mídia. Surgido no Brasil em 2000 como desdobramento de um processo antiglobalização em São Paulo, o projeto tomou forma a partir de outra iniciativa de um grupo de ativistas e jornalistas que se reuniram em Seattle (EUA) em 1999 aquando acontecia o “Encontro do Milênio” organizado pela Organização Mundial do Comércio (OMC). O intuito de realizar uma cobertura não-corporativa dos protestos que

marcaram o evento, tornou-se o marco da solidificação do *Independent Media Center* (IMC) ou *Indymedia*⁵, progenitor dos coletivos, ao redor do mundo, ligados à rede.

A cobertura das manifestações se deu com a produção de vídeos, imagens, relatos, conteúdo informativo e entrevistas em um site para a publicação livre em *copyleft*, ou seja, livre direito de cópia, o que evidenciava o caráter de cooperação da iniciativa que, dessa forma, categorizou-se no modelo de produção *open source* o qual se constitui de *softwares* livres e código aberto. Esta sistematização oferece aos usuários e colaboradores a possibilidade de exercerem o papel ativo em uma comunicação que não é mais unidirecional (emissor-receptor), mas reconhecida pela lógica de trabalho bazar, anteriormente citada no capítulo três.

Sob o lema “Odeia a mídia? Seja a mídia!”, o CMI Brasil tem como seu principal canal de organização de conteúdo seu *website*⁶ cuja plataforma foi atualizada em 2013. Sendo a iniciativa brasileira de produção de conteúdo de caráter colaborativo mais duradoura, o CMI Brasil posiciona-se em sua linha editorial como uma rede “anticapitalista” que tem como objetivo de construir uma sociedade livre, igualitária, justa e solidária. O Coletivo, que admite colaboração de qualquer pessoa e iniciativa que se identifique com sua política editorial, busca por meio dessa abertura à contribuição de pessoas interessadas em relatar, denunciar e analisar transformar a prática midiática:

Acreditamos estar rompendo o papel passivo imposto pela mídia e transformando a prática midiática. Para isso, o CMI permite que, além dos coletivos da rede CMI no Brasil, grupos, movimentos sociais e indivíduos que estejam de acordo com os princípios e objetivos da rede, possam disponibilizar de forma segura textos, vídeos, áudios e imagens, tornando-se um meio democrático e descentralizado de difusão de informações. As produções não são editadas, cada grupo tem total liberdade (assim como a responsabilidade) sobre qualquer das suas publicações. (SITE CMI BRASIL, POLÍTICA EDITORIAL)

Dessa forma, o modelo de trabalho da CMI Brasil em sua legitimação fundamentada pela *internet* e pela *web* e com a possibilidade de abertura e conexão entre diversos grupos, movimentos sociais e indivíduos, não se estabeleceria de tal forma fora desse ecossistema da rede. Portanto, nosso objeto de estudo foi selecionado por protagonizar um projeto organizado e facultado inteiramente pela interatividade e conexão na *web*. Nessa acepção, a análise será fundamentada, também, pelo que foi teorizado e discutido no capítulo três deste trabalho. A partir da lógica de estudo do webjornalismo colaborativo, será averiguado o *website* do CMI

⁵ <https://www.indymedia.org/pt/>

⁶ <https://midiaindependente.org/>

Brasil enquanto plataforma para suporte, estrutura e organização de conteúdo e como principal ferramenta que fundamenta a elaboração de conteúdos informativos colaborativos. Ademais, a análise pretende identificar e verificar o enquadramento do coletivo na categoria webjornalismo e na produção colaborativa.

Para tanto, o estudo do *website* será delimitado pela análise das seções de navegação (início, sobre o CMI, política editorial, seja voluntário, bate-papo CMI, contato, calendário, site antigo), análise de matéria/reportagem/conteúdo de cada categoria do site (moradia, transporte educação, trabalhadoras/es, povo preto, povos indígenas, feminismo/LGBT, repressão, conflito agrário comunidades tradicionais, economia coletiva, meio ambiente, movimentos culturais, mídia independente e internet, não-voto, megaeventos e saúde pública) e observação da interface da plataforma.

4.2 SEÇÕES

O *website* do coletivo de rede CMI Brasil, atualmente, é dividido em oito seções de navegação que permitem a apresentação do site e disponibilizam abas que possibilitam que visitantes e/ou usuários possam interagir com a plataforma e com o coletivo. Localizada no canto superior do site, as oito seções se segmentam em (início, sobre o CMI, política editorial, seja voluntário, bate-papo CMI, contato, calendário, site antigo).

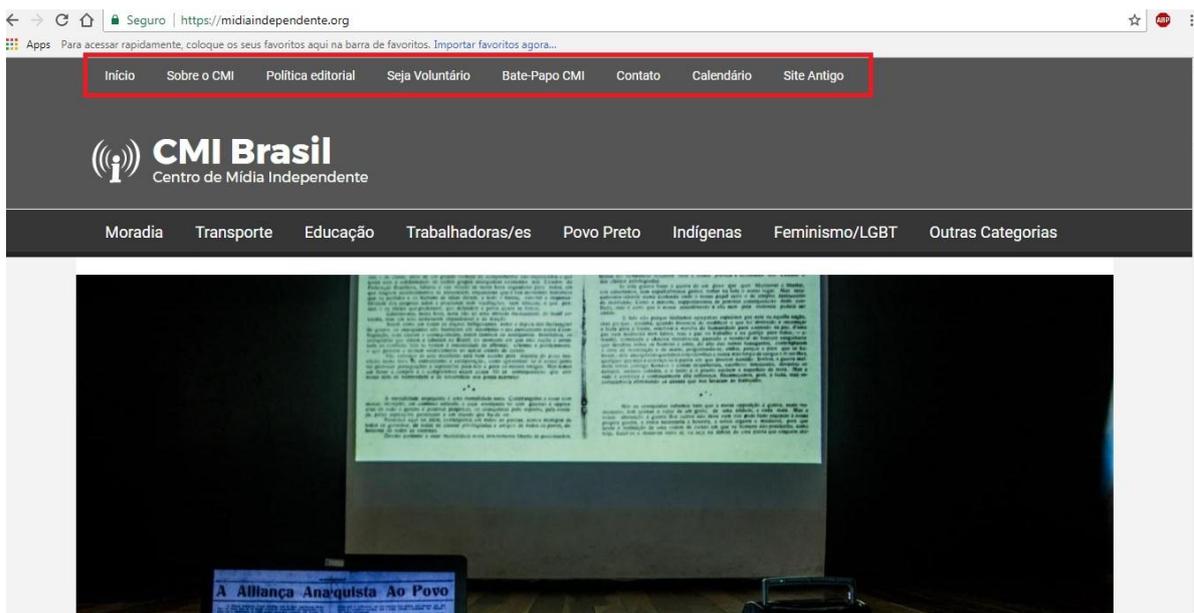


Imagem 2 - *printscreen* página inicial *website* CMI Brasil (Acesso em 15/set/2017)

A primeira seção “início” tem função remissiva à página inicial em que o internauta tem uma visão geral da estrutura do *site*, acesso às principais destaques noticiosos do dia ou da semana e aos comandos de navegação. A aba “sobre o CMI” traz a seguinte definição do coletivo, seguida por um vídeo em que integrantes de coletivos do mundo inteiro ligados à *Indymedia* apresentam a iniciativa.

O CMI Brasil é uma rede de produtores e produtoras independentes de mídia que busca oferecer ao público informação alternativa e crítica de qualidade que contribua para a construção de uma sociedade livre, igualitária e que respeite o meio ambiente. O CMI Brasil quer dar voz à quem não têm voz constituindo uma alternativa consistente à mídia empresarial que frequentemente distorce fatos e apresenta interpretações de acordo com os interesses das elites econômicas, sociais e culturais. A ênfase da cobertura é sobre os movimentos sociais e sobre as políticas às quais se opõem. Odeia a mídia? Seja a mídia! (SITE CMI BRASIL, SOBRE O CMI).

Esta seção autoexplicativa deixa explícito o posicionamento do CMI e demarca a ênfase da cobertura de pautas relacionadas aos movimentos sociais e que não são contempladas pela agenda da grande mídia. Nesse sentido, verifica-se a validação de um dos quesitos característicos do webjornalismo colaborativo. Em complemento a esta seção, a que descreve a “política editorial”, locução jornalística, não somente evidencia o modo de atuação do coletivo, mas delinea o perfil de colaboradores e de conteúdos “bem-vindos” no CMI.

O Centro de Mídia Independente (CMI) Brasil é uma rede anticapitalista de produtoras e produtores de mídia autônomas e voluntárias. Com o objetivo de construir uma sociedade livre, igualitária, justa e solidária; o CMI garante espaço para que qualquer pessoa, grupo (de afinidade política, de ação direta, de ativismo) e movimento social - que estejam em sintonia com esses objetivos - possam publicar sua própria versão dos fatos. Acreditamos estar rompendo o papel passivo imposto pela mídia e transformando a prática midiática. Para isso, o CMI permite que, além dos coletivos da rede CMI no Brasil, grupos, movimentos sociais e indivíduos que estejam de acordo com os princípios e objetivos da rede, possam disponibilizar de forma segura textos, vídeos, áudios e imagens, tornando-se um meio democrático e descentralizado de difusão de informações. As produções não são editadas, cada grupo tem total liberdade (assim como a responsabilidade) sobre qualquer das suas publicações.

São bem-vindos no CMI: relatos sobre o cotidiano das/os oprimidas/os; relatos de novas formas de organização; denúncias contra o Estado e as corporações; iniciativas de comunicação independente (como rádios e TVs livres e comunitárias, murais e jornais de bairro, etc.); análises sobre a mídia; análises sobre movimentos sociais e formas de atuação política; produção audiovisual que vise a transformação da sociedade ou que retrate as realidades das/os oprimidas/os.

O CMI defende a liberdade de conhecimento e de acesso a ele; para contribuir com a concretização destas liberdades, incentivamos o uso de softwares livres e a publicação em formatos livres. Não incentivamos o uso de formatos proprietários. Da mesma maneira, todo o conteúdo do sítio é disponibilizado sob a licença de copyleft (ver rodapé da página inicial), a não ser que a/o autor(a) mencione o contrário no artigo. Em função disso, esperamos uma atitude construtiva e tolerante entre as pessoas que participam do sítio; afinal, queremos juntar forças, não lutar entre nós. O Centro de Mídia Independente não se responsabiliza pelo conteúdo dos artigos publicados por cada coletivo, movimento ou indivíduo que contribui com o *midia independente.org*, pois cada um tem autonomia e responsabilidade por todas as suas publicações. Coletivo editorial CMI Brasil (SITE CMI BRASIL, POLÍTICA EDITORIAL).

A seção “seja voluntário” estabelece a partir de quatro questionamentos uma narrativa para a aceção de novos colaboradores. O que é o Centro de Mídia Independente? Como se organiza no Brasil? Quais são seus projetos? E como participar? norteiam os direcionamentos que a CMI Brasil estabelece e direciona para possíveis novos colaboradores. No Brasil, os principais coletivos formados e estabilizados são os do Rio de Janeiro, São Paulo, Tefé e Brasília. Qualquer pessoa interessada e alinhada à política editorial pode contribuir de diversas maneiras. De acordo com as especificações da seção, o colaborador ou colaboradora pode, eventualmente, publicar artigos no site, encaminhar matérias investigativas, participar de coletivos editoriais e de difusão de conteúdo além, de ajudar na tradução de textos e na administração e auxílio técnico do site e das redes. Para que um coletivo seja criado e incorporado ao CMI Brasil, ele precisa se organizar a partir de, no mínimo, três colaboradores interessados a contribuir com o projeto.

Ainda nesta seção, o CMI Brasil evidencia o caráter do *site*, principal plataforma utilizada:

(...) há o site que pretende ser, não um projeto exclusivamente ligado à Internet, mas uma ponte entre a alta tecnologia (Internet) e as tecnologias tradicionais de mídia (principalmente informativo, rádio e jornal). A idéia é aliar as possibilidades técnicas da Internet à difusão de informações por meios tradicionais. Assim, por exemplo, são armazenados arquivos de áudio no site que são depois veiculados em rádios livres e comunitárias; alguns coletivos da rede CMI Brasil também elaboram boletins de notícias que são enviados para rádios que o utilizam como notícias radiofônicas comunitárias. (SITE CMI BRASIL, SEJA VOLUNTÁRIO).

No trecho, o coletivo ao definir o site também como uma ponte que alia possibilidades às tecnologias tradicionais de mídia informativa, designa não somente a prática do jornalismo colaborativo (*i*), mas também a sua reconfiguração na web (suporte), webjornalismo colaborativo (*ii*).

Nas seções “bate-papo” e “contato” disponibiliza ferramentas que permitem que pessoas interessadas possam dialogar com usuários e colaboradores e, também, obter outras informações a respeito da comunidade CMI. São disponibilizados os *e-mails* dos coletivos, formulário de contato e na aba de bate-papo, existe a possibilidade de troca instantânea de mensagens com usuários *on-line*. Esses fatores identificam o atributo instantaneidade, apontado, conforme anteriormente visto, por Canavilhas (2014) na caracterização do jornalismo desenvolvido para e na *web*.

Na aba “calendário” é disponibilizado datas de eventos, encontros e acontecimentos que marcam pautas importantes que são noticiadas e veiculadas pelo *site* do CMI Brasil. A nosso ver, essa estratégia auxilia os colaboradores na visualização diária, semanal, mensal e

anual, no planejamento e organização na produção de conteúdo e em um possível acompanhamento e cobertura do evento. Assim, tem-se um empenho em estabelecer uma organização, mesmo que moderada, do material produzido e a ser elaborado.

Por fim, a oitava seção nos leva ao “site antigo”, plataforma ainda “no ar” que funciona como arquivos de notícias e conteúdos produzidos ao longo dos anos do CMI Brasil. Ainda é possível complementar conteúdos e colaborar com notícias e comentários no antigo *site*. Na coluna da direita na página inicial tem-se acesso a todas as matérias que foram publicadas por qualquer colaborador que tenha seguido a política editorial. Na coluna do centro, estão os conteúdos elaborados pelo coletivo editorial. Dessa forma, observa-se o atributo memória apontado por Palácios (1999) e Canavilhas (2014) como umas das características do webjornalismo que impacta nas rotinas de produção, no relacionamento com os leitores e na produção de formas narrativas diferenciadas.



Imagem 3 - *printscreen* página inicial *website* antigo CMI Brasil (Acesso em 15/set/2017)

A partir dessa análise, verificamos que as seções do *website* do CMI Brasil atuam como diretrizes não de navegação, embora também assessoro neste quesito, mas na apreensão da comunidade CMI e das formas de participação e colaboração com o coletivo. Dessa forma, o *site* se afirma não somente com plataforma de hospedagem e distribuição, mas como um canal em que, por meio da e na *web*, se constrói uma coletividade que, de acordo com Castells (1999, p. 444) “ingressam em redes ou grupos on-line com bases e interesses em comum e já que têm interesses multidimensionais, também os terão suas afiliações on-line”.

4.3 CATEGORIAS

A pesquisa e análise foram realizadas a partir de determinadas postagens de conteúdos das 17 categorias que englobam os materiais produzidos pela comunidade CMI Brasil. As postagens foram selecionadas a partir de cada categoria (moradia, transporte, educação, trabalhadoras/es, povo preto, povos indígenas, feminismo/LGBT, repressão, conflito agrário comunidades tradicionais, economia coletiva, meio ambiente, movimentos culturais, mídia independente e internet, não-voto, megaeventos e saúde pública) em um período de um mês (agosto/2017). O intuito foi apurar, a partir da análise de cada notícia, como se dá a elaboração e construção de conteúdos, como as categorias são atualizadas e quais as pautas são contempladas por cada uma. Além disso, queremos perceber os critérios de publicação das notícias e como a colaboração constrói o site. Por fim, faremos uma breve análise do modo de apresentação e distribuição dos conteúdos.

Nossa análise compreendeu a observação de 31 conteúdos entre notícias e artigos, ao longo do mês de agosto de 2017. O período da investigação foi escolhido porque apresentava, até o momento, o maior número de publicações/mês no ano. É importante destacar que não houve produção de conteúdo para todas as categorias durante o mês analisado, algumas notícias estavam sem assunto, continham apenas o título e outras apresentavam *tags* de duas ou mais categorias.

A tabela a seguir identifica qual o número de vezes em que cada categoria foi identificada em algum conteúdo postado no website do CMI Brasil no mês de agosto de 2017.

Categoria	Aparecem em quantas notícias/artigos (agosto/2017)
Moradia	1
Transporte	-
Educação	3
Trabalhadoras/es	4
Povo Preto	5

Povos Indígenas	-
Feminismo/LGBT	-
Repressão	4
Conflito Agrário	-
Comunidades Tradicionais	-
Economia Coletiva	1
Meio Ambiente	-
Movimentos Culturais	-
Mídia Independente e Internet	1
Não-Voto	1
Megaeventos	-
Saúde Pública	-
Sem Categoria	14
Política de Estado	6

Das 31 postagens do mês de agosto, 13 foram apresentados como notícias, 14 foram postagens anunciando atos, marchas ou eventos (conforme aparecem na seção calendário) e uma postagem foi identificada como artigo (dividido em uma chamada e três publicações).

Notícias

Notícia 1	Rio de Janeiro – RJ: juízes negam Habeas Corpus de Rafael Braga e sessão é adiada
Data	01/08/2017
Categoria	Povo Preto
Valores	Liberdade; Luta antirracismo.
Atributos webjornalismo	hipertextualidade; interatividade; memória.
Atributos colaboração	CMI-Rio; comentários.

A primeira notícia publicada no mês de agosto é de autoria do CMI-Rio, mas não apresenta nomes de autores ou colaboradores específicos. Aborda a questão do caso de Rafael Braga. Condenado a 11 anos de prisão, Rafael teve o pedido de *Habeas Corpus* negado naquela sessão e o julgamento foi adiado. Embora o título da notícia aponte para uma informação sobre o julgamento, a matéria traz poucos dados a respeito. No primeiro parágrafo há a explicação sobre “um pedido de vista” o que ocasionou o adiamento da sessão após dois votos contra, mas não traz outros detalhes do julgamento, de como ficaria a situação de Rafael Braga ou se já existia uma nova data marcada. Os outros três parágrafos da matéria, totalmente parciais, como explicitado na política editorial do *site*, apresentam o histórico da situação muito mais como um comentário do que rigorosamente uma notícia. Não existe depoimentos de fontes (“segundo testemunhas”).

Entretanto, a matéria denuncia o racismo presente no Brasil e, nesse caso, em particular, à justiça brasileira e dá visibilidade ao caso que não aparece na grande mídia e expõe o debate sobre desigualdade e injustiça ao cita no último parágrafo:

O caso Rafael Braga Vieira ilustra perfeitamente o funcionamento de uma justiça racista e elitista quando, na mesma semana em que o julgamento do Habeas Corpus de Rafael se encaminha para um resultado negativo, o filho de uma desembargadora preso portando 15 vezes mais droga que Rafael Braga, além de munições de fuzil, é absolvido das acusações. (CMI BRASIL, 2017)

A notícia não apresenta recursos hipermediáticos, embora seja possível, por meio das *tags*, se ter acesso a outros conteúdos relacionados. a matéria possui o recurso de comentário disponível e a possibilidade de ser compartilhada nas redes sociais.

Notícia 2	Liberdade para Rafael Braga: Carta aberta à primeira câmara criminal do tribunal de justiça
Data	06/08/2017
Categorias	Povo Preto; Repressão.
Valores	Liberdade; Luta antirracismo.
Atributos webjornalismo	hipertextualidade; interatividade; memória.
Atributos colaboração	CMI-Rio; comentários.

A segunda postagem embora esteja caracterizada como notícia, na verdade é uma carta aberta e de protesto pela liberdade de Rafael Braga, como anuncia o próprio título. O texto apresenta a história de Rafael e os acontecimentos que o fizeram ser preso. Assim como a primeira notícia, foi publicada pelo coletivo CMI-Rio. As *tags* na matéria e as categorias a que é submetida, a associam a temática e a notícia anterior, o recurso do comentário aparece ao final do texto e existe a possibilidade de compartilhamento na redes sociais. Este é um recurso presente na interface do *site* como um todo.

Notícia 3	Duque de Caxias-RJ: Professoras/es ocupam câmara municipal contra pacote de austeridade
Data	06/08/2017
Categoria	Educação; Trabalhadoras/es.
Valores	Luta das trabalhadoras/es; melhoria na educação.

Atributos webjornalismo	hipertextualidade; interatividade; memória; multimídia.
Atributos colaboração	colaboradora Caroline da Luz, professora da rede municipal de Duque de Caxias; comentário.

A notícia é assinada por uma colaboradora e apresenta-se melhor estruturada que as duas anteriores. Apresentada um *lead* com características da objetividade jornalística e a notícia relata os fatos de acordo com o que o título anuncia. Ainda assim, é possível identificar em tom denunciativo e parcial o relato da autora da matéria que utiliza verbos na primeira pessoa do plural, incluindo-se na categoria e no ato de ocupação da Câmara Municipal de Duque de Caxias contra o pacote de austeridade. É interessante perceber que, ao mesmo tempo em que informa, a matéria mostra a visão da professora que vivencia o ato e tem legitimado o seu lugar de fala.

A matéria apresenta recursos imagéticos que ilustram o ato e a ocupação e traz, no início, um vídeo com registros de momentos de confusão e ataques na plenária da Câmara. Não existe nenhum comentário para o texto, embora a caixa de comentários esteja disponível para todas as publicações para que colaboradores e leitores possam envolver-se com o conteúdo compartilhado.

Notícia 4	SOLIDARIEDADE OKUPA AUTÔNOMA DO POVO DE RUA
Data	09/08/2017
Categoria	Moradia
Valores	Resistência; Luta população em situação de rua.
Atributos webjornalismo	interatividade; memória.
Atributos colaboração	Anonymous.

A notícia elaborada pelo coletivo Anonymous, na verdade é uma chamada de solidariedade à comunidade autogerida pelo povo em situação de rua Okupa. O texto expõe a situação e o histórico da comunidade e busca por meio da publicação conseguir auxílio para essa população. Não existe nenhum aprofundamento na matéria e não ela não coloca em xeque tal situação, muito embora cite os governos paulista “Nem Kassab, nem Haddad, nem Dória conseguiram de bater de frente”.

O chamado não apresenta imagens, recursos multimidiáticos, embora mantenha os recursos de interatividade, memória e comentários.

Notícia 5	Anarquistas fazem faixa exigindo aparição com vida de Santiago Maldonado
Data	13/08/2017
Categoria	Não-Voto
Valores	Solidariedade; apoio ao anarquismo; direitos humanos.
Atributos webjornalismo	Interatividade.
Atributos colaboração	Anonymous

A publicação feita também pelo Anonymous é apresentada como uma informação recebida por e-mail, embora esteja no *site* caracterizada como notícia. É um chamado de solidariedade ao jovem anarquista Santiago Maldonado, primeiro desaparecido político do governo argentino de Macri. O ato foi realizado por anarquistas em São Paulo em que foi pendurada “uma faixa num movimentado viaduto localizado no centro da cidade de São Paulo”. O comunicado relata o fato, mas não traz nenhum desdobramento e outras informações sobre o caso de Santiago Maldonado e sobre a situação Argentina.

Embora a postagem traga *tags*, elas não abordam outras publicações do assunto. A matéria não apresenta comentários.

Notícia 6	Nota do Coletivo Negro Patrice Lumumba da faculdade de direito da UERJ sobre a proposta de transferência da faculdade:
Data	16/08/2017
Categoria	Política de Estado; Educação; Trabalhadoras/es; Povo Preto.
Valores	antirracismo; movimentos negros; educação.
Atributos webjornalismo	memória; interatividade.
Atributos colaboração	CMI-Rio; comentários.

A sexta publicação no grupo de notícias do mês de agosto foi feita pelo coletivo CMI-Rio e é uma nota do coletivo Negro Patrice Lumumba da faculdade de direito da UERJ. Como nota, o texto apresenta posicionamento contrário à transferência da faculdade. O conteúdo expõe a visão do coletivo em relação aos significados “racista, patrimonialista e reacionário” por trás da proposta “autoritária” de mudança da faculdade.

O texto é relacionado com outras matérias sobre a UERJ por meio do uso de *tags* e apresenta disponível também o recurso de comentário, embora não tenha recebido nenhum.

Notícia 7	Sobre o estado de saúde de Rafael Braga
Data	21/08/2017
Categoria	Trabalhadoras/es; Povo Preto; Repressão.
Valores	salubridade; luta antirracismo; liberdade.
Atributos webjornalismo	memória; interatividade; hipertextualidade.
Atributos colaboração	CMI-Rio; comentários.

A internação de Rafael Braga e seu estado de saúde, como suspeita de tuberculose, são abordados noticiados dá sétima matéria do mês de agosto. a notícia foi elaborada a partir de uma comunicado do Instituto de Defensores dos Direitos Humanos. O texto é o primeiro a apresentar um link redirecionando a navegação para uma matéria que expõe o caso da tuberculose como emergência nos presídios brasileiros. Além disso, é verificado o uso da *hashtag* #LibertemRafaelBraga o que também direciona o assunto e funciona como mecanismos de busca por meio de *hiperlinks* dentro da rede.

Notícia 8	Rio de Janeiro – RJ: operações do exército em favelas causam terror em moradores/as
Data	21/08/2017
Categoria	Política de Estado; Repressão.
Valores	luta contra violência e repressão.
Atributos webjornalismo	interatividade; memória; multimidialidade; hipermedialidade.
Atributos colaboração	CMI-Rio; colaboradores; comentários.

A matéria denuncia a operação do exército nas favelas do Rio de Janeiro e descreve operações no Jacaré, Jacarezinho, Manguinhos, Mangueira e relata as violências e abusos sofridos pelas comunidades. A notícia apresenta fotos e vídeos amadores produzidos por moradores e faz o uso de *tags* que direcionam o conteúdo para outros relacionados e complementares. Na seção de comentários um usuário comenta apoio às comunidades.

Notícia 9	Salvador-BA: V Marcha Internacional Contra o Genocídio do Povo Negro
Data	22/08/2017
Categoria	Povo Preto

Valores	Direitos do povo negro.
Atributos webjornalismo	interatividade; multimídia; hipermedialidade;
Atributos colaboração	CMI-Rio; comentários.

A notícia informa sobre a marcha contra o genocídio do povo negro e expõe o papel da organização Reaja que surgiu há 12 anos em Salvador, após uma chacina contra jovens negros. A matéria informa a data e local da marcha e traz vídeos e fotos de eventos que envolvem a pauta da luta do povo negro contra o genocídio e violências. Apresenta *tags* e comentários.

Notícia 10	Governo alemão derruba site Indymedia Linksunten - O que significa e o que fazer
Data	26/08/2017
Categoria	Política de Estado; Repressão; Mídia Independente e Internet.
Valores	Denúncia; liberdade; direito à informação.
Atributos webjornalismo	interatividade; hipermedialidade
Atributos colaboração	CMI-São Paulo; comentário.

A notícia é, na verdade, um artigo da rede Indymedia sobre a retirada do site *Indymedia Linksunten* pelo governo alemão. A matéria traz um histórico da rede e da plataforma e expõe o que, segundo eles, é um ataque que representa

uma escalada maciça na repressão estatal contra o que as autoridades chamam de “extremismo de esquerda”, sugerindo, de forma nada ingenua, uma equivalência entre aqueles que procuram construir comunidades fora do alcance da violência estatal e neonazistas (...)” (CMI Brasil, 2017)

O texto busca denunciar a ação, deixar explícito o trabalho da rede *Indymedia* e defender o anonimato. O conteúdo foi publicado pelo coletivo CMI-São Paulo, embora a postagem original tenha sido originalmente publicada pelo crimethinc.com. O link original da postagem é disponibilizado ao final da matéria.

Notícia 11	Niterói - RJ: Cinedebate 1917: A Greve Geral
Data	29/08/2017
Categoria	Educação
Valores	Solidariedade; menciona direito à greve.
Atributos webjornalismo	interatividade; hipermidialidade
Atributos colaboração	Publicado pela Iniciativa de Autogestão Estudantil (IAE); comentário.

A matéria publicada em 29 de agosto noticia o Cinedebate ocorrido no dia 25 de agosto. O encontro exibiu o documentário “1917: A Greve Geral” do cineasta Carlos Pronzato e foi realizado para arrecadar alimentos para ser distribuído a trabalhadoras/es terceirizados com salários atrasados. A notícia relata o acontecimento que contou com a presença do cineasta, mas não aprofunda no debate ocorrido. Apresenta fotos do evento e o texto funciona mais como um pós-release.

Notícia 12	Rio de Janeiro-RJ: Revolução Russa e a Tradição Libertária
Data	30/08/2017
Categoria	Trabalhadoras/es
Valores	Aborda relações sindicais; direito à greve.
Atributos webjornalismo	Interatividade; memória; hipermidialidade; multimidialidade.
Atributos colaboração	CMI-Rio; comentário.

A 12ª postagem na seção de notícias no mês de agosto é sobre a palestra sobre a tradição libertária na Revolução Russa e sobre a greve de 1917 no Brasil que aconteceu no dia 23 de agosto no Centro do Colégio Pedro II. A postagem foi feita pelo CMI-Rio no dia 30 de agosto e apresenta um vídeo de cobertura do evento. O vídeo pode ser compartilhado nas redes sociais e também apresenta o recurso de comentários.

Notícia 13	Rio de Janeiro-RJ: VI Feira da Rede de Economias Coletivas
Data	31/08/2017
Categoria	Economia coletiva
Valores	Autonomia; autogestão; cooperação; respeito à natureza; produção independente.
Atributos webjornalismo	Interatividade; hipermedialidade; multimídia.
Atributos colaboração	Publicado pela Articulação de Grupos Anônimos (AGA)

A última postagem na seção de notícias do *site* do CMI Brasil é sobre a realização da VI edição da Feira da Rede de Economias Coletivas, no dia 12 de agosto. A matéria traz fotos do eventos e procura fazer um panorama de como funciona a feira e descreve como foi e quem participou da última edição. Publicada no site do CMI Brasil 18 dias após a realização da Feira, a matéria funciona como registro e também como apresentação da Economia Coletiva. Ao final do texto é mencionado o apoio do CMI e do Movimento Passe Livre de Niterói ao evento.

Artigo

Artigo	Três semanas na Venezuela: Diário de uma carioca na República Bolivariana
Data	07/08/2017 - 10/08/2017
Categoria	Política de Estado
Valores	Evidências sobre a realidade política, econômica e social.

Atributos webjornalismo	Interatividade; hipermidialidade; memória; multimidialidade
Atributos colaboração	Colaboradora Júnia Azevedo; CMI-Rio; comentário.

O artigo foi dividido em três postagens publicadas entre os dias sete e dez de agosto. O texto é um relato da colaboradora Júnia Azevedo que saiu do Rio de Janeiro com destino à Venezuela em maio de 2017 para contribuir para uma série de notícias de um jornal espanhol.

A publicação é uma reportagem em profundidade que resultou da proposta da autora em entender o país por meio da experiência de viajar por diversas cidades venezuelanas durante três semanas. O relato descritivo, repleto de adjetivos, expõe ideias, analisa fatos e discorre sobre diversas temáticas a partir do que a autora vai encontrando à medida que avança a viagem. O governo de Maduro, a herança chavista, a crise política e econômica e o desequilíbrio social do país são os principais pontos abordados.

Pelo tom muitas vezes coloquial e, até mesmo, literário, não apresentando maior rigor de investigação, o texto se assemelha ao gênero crônica, que é um texto “em prosa cuja função social e/ou comunicativa é fazer refletir através da análise ou do relato de episódios, subjetivamente, por intermédio de um autor-narrador (...)” (FERREIRA, 2005, p.131).

O texto, por ser extenso, foi dividido em três postagens e, embora apresente fotos, elas são poucas e muitas em tamanho reduzido, sem a possibilidade de ampliação. Não apresenta vídeos ou qualquer outro recurso multimídia.

Eventos

As 14 publicações que anunciam marchas, atos e ações não são classificadas em nenhuma das categorias do *website*, embora noticiem e tragam informações a respeito de intervenções que se tornaram pautas posteriormente noticiadas. Destas publicações, oito continham apenas o título e especificações como local, data e horário. São elas:

Chamada	Data da Postagem	Data e horário do Evento	Comentário
Rio de Janeiro - RJ: Ato em frente ao Instituto Municipal	02/08/2017 - 22:21	2 Agosto, 2017 13:00	A postagem foi feita pelo CMI-Rio após a realização do ato.

Phillippe Pinel			Não apresenta nenhum texto, nota ou cobertura do evento.
Rio de Janeiro - RJ: Reinauguração da Vila Olímpica do Alemão	02/08/2017 - 22:22	3 Agosto, 2017 08:00	Anuncia um evento que vai acontecer no dia seguinte. Também enviado pelo CMI-Rio, não apresenta qualquer texto ou informação. O título não evidencia o local exato do evento.
Rio de Janeiro - RJ: Ato em defesa do SUS na Cinelândia	02/08/2017 - 22:23	3 Agosto, 2017 10:00	Anuncia o ato no dia seguinte, mas sem qualquer tipo de texto na postagem também feita pelo CMI-Rio.
Rio de Janeiro - RJ: Ato das clínicas da 2.2 na Praça Saens Pena	02/08/2017 - 22:23	3 Agosto, 2017 17:00	a postagem anuncia o ato, mas sem qualquer tipo de contextualização ou informação. Também foi enviada pelo CMI-Rio.
Rio de Janeiro - RJ: Assembleia geral dos trabalhadores da saúde em frente a Prefeitura	02/08/2017 - 22:24	4 Agosto, 2017 15:00	A postagem foi feita com dois dias de antecedência e não foi atualizada com informações ou cobertura da Assembleia. Também foi enviada pelo CMI-Rio.
Rio de Janeiro - RJ: Assembleia AMFAC e ABEFACO no SINDMed	02/08/2017 - 22:26	5 Agosto, 2017 14:00	Postagem enviada pelo CMI-Rio. Não possui texto e informação sobre a Assembleia.
Rio de Janeiro - RJ: Reunião do Conselho Municipal de Saúde no 8. andar	02/08/2017 - 22:27	8 Agosto, 2017 14:00	Evento também enviado pelo CMI-Rio. Não apresenta maiores

da prefeitura			informações.
Rio de Janeiro - RJ: Ato do conselho nacional de saúde no auditório da Escola Nacional de Saúde Pública - ENSP	02/08/2017 - 22:28	9 Agosto, 2017 09:00	Evento anunciado também sem texto. Apresenta somente o título e as especificações de data e hora. Enviado pelo CMI-Rio.

Os oito eventos da tabela acima apresentam apenas o título que em sete chamadas especificou o local. Hora e data foram apresentadas e todos os eventos. Embora tenham aparecido na seção “Calendário” também não apresentaram outras informações importantes para um navegador não familiarizado com a navegação e com as próprias pautas. Além disso, nenhum dos eventos acima aparece como notícia ou como postagem de cobertura realizada por algum coletivo ou colaborador. A data das postagens acima foi a mesma, evidenciando que houve uma atualização de eventos do mês, ao início dele. No entanto, não houve desdobramentos.

Nos seis últimos eventos divulgados pelo *website* do CMI-Brasil houve algum texto e/ou material de divulgação, conforme especificado abaixo:

Chamada	Data da Postagem	Data e horário do Evento	Comentário
Rio de Janeiro - RJ: Marcha Pela Liberdade de Rafael Braga: Habeas Corpus	02/08/2017 - 22:32	7 Agosto, 2017 - 16:30	A chamada apresenta um texto com informações e contextualização sobre a pauta da Marcha. Embora anteriormente tenha sido publicada uma notícia sobre a negação do <i>Habeas Corpus</i> a Rafael Braga, não há

			nenhum atributo que remeta à ela. O texto apresenta <i>hashtags</i> , mas não tem recursos multimídia.
Niterói - RJ: XII operação + pão - opressão	02/08/2017 - 22:35	12 Agosto, 2017 - 15:00	A chamada apresenta um texto que nos parece ter sido um e-mail ou mensagem encaminhado ao CMI-Rio para que fosse divulgado no <i>site</i> . Contudo, não há informações sobre isso, apenas orientações sobre como as pessoas podem contribuir e sobre a data e local. Não existem atributos expressivos de webjornalismo.
Rio de Janeiro-RJ: VI Feira da Rede de Economias Coletivas	06/08/2017 - 18:14	12 Agosto, 2017 - 10:00	A convocação para a feira foi enviada pela Articulação de Grupos Autônomos (AGA) e o texto traz um breve histórico sobre o evento, bem como data, local e horário. É bem similar ao que foi

			posteriormente publicado como notícia (nº13). Porém, não há atualização com o <i>link</i> para tal notícia em que consta a cobertura do evento.
A Liga de Defesa das Mulheres (LDM) convida: A Luta da Mulher Indígena - Roda de Conversa	09/08/2017 - 22:20	Dia 19 de Agosto à partir das 14h.	Encaminhado pelo coletivo Ação Anarquista, o evento é divulgado por meio de um texto convocatório, mas também explicativo sobre o que é o LDM. Informa sobre as palestrantes e divulga imagens que remetem à luta e resistência das mulheres. A publicação apresenta <i>tags</i> que relacionam o conteúdo com feminismo e anarquismo.
Porto Alegre-RS: 8ª Feira do Livro Anarquista	13/08/2017 - 23:50	28 Outubro, 2017 - 10:00 até domingo, 29 Outubro, 2017 - 22:00	A chamada é um convite a participação e colaboração para a Feira do Livro

			Anarquista. O texto, enviado pelo CMI-Brasil, não apresenta o(s) autor(es), mas parecem ser da própria organização da Feira, pelo uso de primeira pessoa do plural. O texto possui tom de embate e redireciona, por meio de um <i>link</i> , para o site do evento,
Ação anarquista em solidariedade ao Coletivo feminista Revolução Materna	22/08/2017 - 00:07	22 Agosto, 2017 - 11:00	O texto divulga dois eventos distintos, embora a chamada não deixe explícito. A ação em solidariedade no dia 21 e a intervenção artística no dia 22. O evento foi divulgado pelo coletivo Ação Anarquista, mas a organização da ação e intervenção foram feitas pelo coletivo Revolução Materna. O texto possui um link de direcionamento para

			o evento no <i>Facebook</i> , em que se pode ter acesso a outras informações e discussão.
--	--	--	---

4.4 RESULTADOS DA ANÁLISE

A percepção a qual resultou o estudo do atual *website* e da estruturação de conteúdo do CMI Brasil, embora tenha sido possibilitada a partir da análise de um *corpus* de conteúdo e de estrutura demarcados, também é verificada em uma breve visualização pelos demais arquivos no *site*. Pelo fato deste site ser relativamente novo (está “no ar” desde outubro de 2013), foi possível verificar o número de publicações em cada mês desde o início. Verificamos que o mês analisado é o que possui não só o maior número de postagens em 2017, mas em relação a todos os anos desde 2013. Existem expressiva variação no número de postagens por mês, no entanto, a média de publicações vem crescendo desde o primeiro ano de atuação do CMI Brasil no *site* atual, conforme gráfico abaixo.

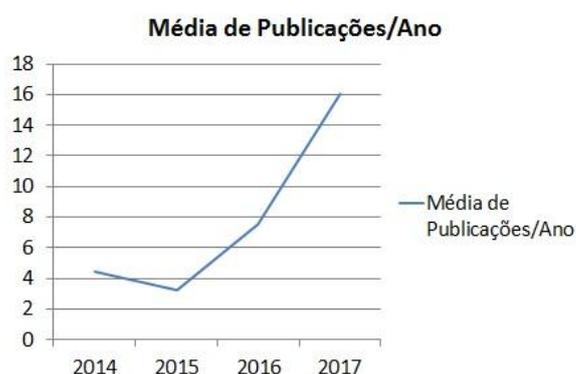


Gráfico 2 – Elaborado a partir da média de publicações/ano no atual *website* da CMI Brasil

Contudo, os resultados evidenciados a partir da análise, demonstram que o aumento do número de publicações não vem acompanhado de uma maior estruturação, organização e

apuração dos conteúdos.

Na análise das “seções” do *website* existem diversos atributos que o caracterizam como uma plataforma voltada para a produção de conteúdo informativo. Visualmente, o atual *site* é mais agradável e receptivo do que o anterior; as informações são melhor distribuídas e organizadas em seções específicas e explícitas, conforme apresentado. Outra facilitação para a navegação do usuário é a interface disponibilizar a possibilidade dos conteúdos serem apresentados por categorias o que, analogamente, seriam os cadernos ou editorias de jornais ou *webjornais*. Ainda que as categorias não contemplem todos os conteúdos produzidos, as notícias são todas organizadas por meios delas, embora não exista uma produção periodizada para cada uma.

A página inicial é bastante visual e os conteúdos destaques são apresentados em *slideshow* com uma barra abaixo de “informe”, em que todas as notícias podem ser acessadas rapidamente. Essa visualização também é possível na interface móvel do *site* que, embora não apresente, dentre todas as funções de navegação, a função “categorias”, é possível ter acesso às notícias por meio dos “informes”.

Dentre as 31 publicações analisadas em cada categoria que apresentou postagens no mês de agosto de 2017, nove tinham colaboradores externos ao coletivo CMI-Brasil e/ou participantes de outros movimentos. O recurso comentário como complemento da informação apareceu somente uma vez. As outras duas vezes foram em tom de apoio à causa noticiada. Nesse sentido, percebemos que a colaboração no CMI-Brasil ainda é algo restrito a movimentos sociais combativos e que, de alguma forma, possuem certa organização. Essa restrição não é imposta, mas percebemos que os colaboradores mais atuantes no *site*, possuem esse perfil, muito porque já estão habituados a se oporem à grande mídia. A colaboração individual apareceu apenas duas vezes: na notícia três e no artigo.

Em relação aos atributos de webjornalismo a maioria das publicações analisadas não os apresentou significativamente. Em todos os conteúdos organizados em matérias, artigo e eventos, a maior parte de informação vinha em texto e apenas seis postagens tinham recursos multimídia. Os *hiperlinks* e/ou as *tags* apareceram de uma forma ou outra em todas as publicações, ora como localizador de organização e busca de conteúdos, ora como correlacionador destes. Nesse sentido, a caracterização da plataforma do CMI Brasil se assemelha mais ao que é estabelecido por Palácios (1999) do que por Canavilhas (2014) em relação às características que apresenta do webjornalismo. Mas, diante de tais resultados, podemos classificar a atuação do coletivo CMI Brasil como uma iniciativa de webjornalismo? Se formos caracterizar a partir de suas fases e, reconhecendo sua atuação enquanto nativo

digital, mas com uma adequação de produção para a internet ainda incipiente, a produção do CMI Brasil se reconhecera em qual geração?

Por outro lado, a partir do que é explicitado na Política Editorial e conforme verificado no *corpus* de análise, todas as publicações contemplam pautas de movimentos sociais, minorias e discussão sobre a mídia a partir de um grupo – ou de grupos- que se denominam “mídia” ou o que seria uma contraposição ao que chamamos de mídia tradicional. Dessa forma, a manifestação, a crítica e o tom combativo dos comentários e dos conteúdos compartilhados refletem a preocupação e uma posição ativista de um coletivo que utiliza a mídia, também, como ação direta.

Assim, o CMI Brasil, observado do ponto de vista da produção de conteúdo alternativo que contemple pautas que deem oportunidade para que qualquer pessoa em concordância com a Política Editorial, cumpre o papel de facilitador da produção colaborativa, muito embora tal atuação no *site* envolva um limitado grupo de colaboradores que atuam frequentemente. No entanto, o coletivo ainda extrai muito pouco do que o ciberespaço e do que a rede pode possibilitar. Mesmo havendo uma tentativa em apresentar um texto que preserve certa linguagem jornalística que legitime o grupo enquanto mídia, percebemos a superficialidade de técnicas fundamentais à prática jornalística como, por exemplo, a apuração. Desse modo, caracterizar a iniciativa como webjornalismo colaborativo, seria pretencioso uma vez que não se consolida os atributos totais de cada expressão e não se organiza e constitui a prática, das prerrogativas indispensáveis que reivindica este fenômeno. Trata-se, acima de tudo, de um grupo que responde a numa nova prática de mídia que busca, de modo direto, agir e colaborar para uma produção independente que, mesmo apresentando hiatos, possibilita a manifestação e validação de inauditas vozes.

CONSIDERAÇÕES

Examinar, investigar e compreender as mudanças no campo da comunicação social que reverberam em suas diversas áreas é tarefa minuciosa, instável e constante dada a fugacidade e transitoriedade das redes de telecomunicações. No campo do jornalismo, embora aconteçam de modo mais compassado, as alterações e transformações, especialmente nas práticas jornalísticas, geram debates e dissentimentos no campo, justamente pelo papel de mediador do debate e interesse público incorporado ao jornalismo ao longo de sua história. Contudo, com o computador como extensão emocionante do poderio humano (MURRAY, 2003) e com as condições sociais e tecnológicas que viabilizaram a emergência da escrita coletiva de notícias a partir de formatos de webjornalismo, os discursos sobre a livre circulação de informação noticiosa manifestaram-se.

Pensar o webjornalismo colaborativo a partir das reflexões dos conceitos explorados e da análise empreendida nos leva a algumas considerações categóricas. A primeira delas, em acordo com as iniciais definições das locuções, é em relação ao jornalismo colaborativo (*i*) e à sua prática quanto a produção de conteúdo. Ainda que seja de expressiva adesão e tenha êxito em sua consolidação e produtividade, as iniciativas de jornalismo colaborativo ainda são incipientes e pairam na superficialidade de uma produção que, embora possibilite que sujeitos destaquem-se na tradução do mundo e de suas realidades, ainda possui lapsos e fragilidades em suas práticas e formatos a partir da visão mais pragmática do jornalismo.

A segunda consideração é relativa ao webjornalismo colaborativo (*ii*) enquanto uma reconfiguração do jornalismo colaborativo na *web* (suporte). Há de se concordar com o evidente vácuo deixado pela mídia tradicional empresarial que, muitas vezes, barra e manipula informação. Nesse sentido, coletivos nativamente digitais e alternativos à mídia hegemônica passam, como visto, à cooperação *on-line* na produção de conteúdo noticioso e valem-se da *web* para amplificar e coadjuvar na elaboração do que seria uma “materialidade digital” que possibilita uma construção e interação reativa e mútua com os colaboradores e usuários. Entretanto, se por um lado ainda existem poucos estudos voltados para compreensão e postulação do fenômeno webjornalismo colaborativo, por outro, as iniciativas e coletivos de mídia ainda extraem muito pouco do ciberespaço em que se manifestam.

No caso do objeto de estudo deste trabalho, o CMI Brasil tenta preservar algumas normas verificadas a partir da análise, como por exemplo, uma linguagem jornalística que, de certa forma, busca legitimar o coletivo enquanto mídia produtora de conteúdo informativo. No entanto, o grupo ainda explora poucos atributos de webjornalismo e das possibilidades em

criar novas narrativas e linguagens para circularem nestas plataformas. Ademais, como evidenciado pela análise, os conteúdos publicados no *website* não apresentaram elaborada estruturação, organização, curadoria e apuração das matérias.

Na perspectiva do webjornalismo colaborativo (ii) e, não só, mas dos projetos de mídia permeados pela *internet*, o conteúdo noticioso fica suscetível a vulnerabilidades e incredibilidade em relação às suas informações. Na cooperação *on-line* isso fica mais evidente dada a autonomia que cada colaborador tem ao contribuir para os projetos e a possibilidade do anonimato. Assim, a propagação de *fake-news*, por exemplo, encontra estímulos. Por outro lado, os materiais têm a possibilidade de adquirir novos formatos e alcançar públicos que, até então, não identificam os tradicionais conteúdos à sua realidade.

Outro ponto que deve que merece atenção e reflexão é o fato de que as mídias alternativas, na maioria das vezes são formadas por coletivos sociais de mídia que, geralmente, atuam como ação direta, ou seja, de forma ativista ou militante

O ativismo, tal como o conceito é explorado por esses movimentos, é entendido muitas vezes como um modo de se perceber no mundo, em uma auto-reflexividade constante. Ao contrário da militância, que seria uma atitude diante do mundo. O fato é que essas duas perspectivas não se anulam, ao contrário, se complementam. (ALMEIDA, 2006, p. 153).

Nesse sentido, como pensar a o webjornalismo colaborativo como um meio de maior visibilidade e desenvolvimento de pautas sociais e de minorias, a partir de um modelo de gestão em rede que, muitas vezes, abre mão da apuração profunda e precisa, sem que se abra mão das práticas que legitimam o jornalismo?

Percebemos, portanto, que as iniciativas alternativas ao *mainstream* passam pelo processo de apropriação do significado de jornalismo para de alguma forma ressignificá-lo. Desse modo, não seria essa ressignificação uma busca pela legitimidade das reconfigurações do jornalismo, justamente por aspirar da prática jornalística a autenticidade social e a fundamentação para mediação do debate público?

O fato do webjornalismo colaborativo admitir que cidadãos comuns façam parte da elaboração de discursos informativos esbarra em posicionamentos que, por um lado, criticam o mito da competência profissional por acreditarem que esse pensamento “barra mais que a censura econômica” (PRIMO E TRÄSEL, 2006) e em outros que enxergam com maior cautela essa participação do cidadão-repórter na colaboração e nos formatos que ela admite: envio de conteúdos e materiais; elaboração *on-line* de conteúdo informativo e/ou noticioso.

O que este trabalho procurou desenvolver foram reflexões, análises e propor contrapontos em relação aos formatos de jornalismo admitidos com o surgimento da *internet*. O debate sobre o webjornalismo colaborativo ainda está aberto e longe de se concluir. Para compreender os novos gêneros e narrativas, precisamos olhar além dos formatos impostos e pensar os ambientes digitais como procedimentais, participativos, espaciais e enciclopédicos (MURRAY, 2003). De tal modo, pensar as reconfigurações do jornalismo no atual contexto requer que, antes, o reconheçamos enquanto um dos agentes de tradução do mundo, capaz de potencializar e cruzar compreensões, histórias e interpretações.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Ana Caroline. **Centro de Mídia Independente**: a mídia como ação direta. 183 p. Dissertação – Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco, 2006.
- AMARAL, Roberto; BALDESAR, Maria José; Lapolli, Mariana; SPANHOL Fernando. **Jornalismo colaborativo**: produção de notícias do cidadão repórter no iReport.com da CNN. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba-PR. Anais, 2009.
- BARDIN, Laurence; trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. *Análise de Conteúdo*. Lisboa, 2008: Ed. 70, 2008. 288 p.
- BRAMBILLA, Ana Maria. **A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source**. Sessões do imaginário. 2005. Disponível em <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/reconfig.pdf>. Acesso em 17 maio. 2017
- _____, Ana Maria. **Jornalismo open source em busca de credibilidade**. In: Intercom 2005 – XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO INTERDISCIPLINAR DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 09, 2005, Rio de Janeiro, 2005
- BRITTES, Juçara. **A revitalização da esfera pública habermasiana pela comunicação ciberespacial**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. 2007. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/britttes-juçara-revitalizacao-esfera-publica.pdf>. Acesso em 17 maio. 2017.
- BRUNS, Axel. **Gatekeeping, Gatewatching, realimentação em tempo real**: novos desafios para o Jornalismo. *Brazilian Journalism Research*. Vol. 7, N. 2. Brasília: SBPJor, 2011.
- CANAVILHAS, João. **Do gatekeeping ao gatewatcher**: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. II Congresso Internacional Comunicación. Universidade de Salamanca, 2010. Disponível em <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>. Acesso em 15 ago. 2017.
- _____, João. **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. - Livros LabCom. Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014. Disponível em http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf. Acesso em 11 de ago. 2017.
- CASTELLS, Manuel; trad. Roneide Venâncio Majer; atualização para 6ª ed.: Jussara Simões. *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CENTRO DE MÍDIA INDEPENDENTE. Disponível em <https://midia independente.org/?q=arquivo/201708>. Acesso em ago. de 2017.
- FERREIRA, Simone Cristina Salviano. **A crônica**: problemáticas em torno de um gênero. 158 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Instituto de Letras e Linguística, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2005. Disponível em

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0:** Desing Patterns and Business Models for the Next Generation of Softwares. O'Reilly Publishings, 2005.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias.** Contracampo (UFF), 2006. Disponível em <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>. Acesso em 17 maio. 2017.

SANTAELLA, Lucia. **Da Cultura da Mídias à Cibercultura:** O advento do pós-humano. Revista FAMECOS nº 22. Porto Alegre, 2003

SANTI, Vilso Junior Chierentin. O processo de apuração no Webjornalismo de quarta geração. ECO-Pós, v.12, n.3, 7 dez de 2009, p. 181-194.

SCHUDSON, Michael; trad. Denise Jardim Duarte. **Descobrimo a notícia:** uma história Social dos Jornais nos Estados Unidos.– Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. (Coleção Clássicos da Comunicação Social)

SILVA, Fernando Firmino da. Jornalismo Móvel. Salvador: EDUFBA, 2015. 53 p. – (Coleção Cibercultura/ Lab404).

SILVA, Marcello. **O que é Jornalismo Colaborativo?** Um estudo de caso: The Guardian. 62 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Jornalismo) - Escola de Comunicação de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

SOUSA, Jorge Pedro. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo, Porto, 2008.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. 5ª edição. Lisboa. Ed. Presença, 1999. 272p.