

Colaboração e a economia das dádivas: um estudo sobre o jornalismo de código aberto no Brasil

Caroline Santana Pereira*

Índice

1	Introdução	1
2	Idéias inovadoras	2
3	Overmundo	3
4	Vc no G1	4
5	Vc repórter	5
6	Urbanos- Multishow: um exemplo de colaboração na tv	6
7	Quem garante a verdade?	7
8	A ação dos gatekeepers em meio a colaboração	8
9	O jornalismo colaborativo veio para matar os demais?	9
10	Considerações finais	10
11	Referências Bibliográficas	11

Resumo

O presente trabalho pretende, num primeiro momento, fazer uma breve reflexão a respeito das práticas colaborativas no jornalismo on-line. Em seguida, analisa como tais rotinas de participação ativa dos indivíduos podem influenciar também a produção de programas da mídia audiovisual. Em

*Pós-graduanda em Comunicação Jornalística pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero-Brasil.

suma, o estudo deseja avaliar como a colaboração está cada dia mais presente no mundo da informação e do entretenimento.

1 Introdução

Assim como Caio Túlio Costa questiona “por que a nova mídia é revolucionária”¹, pergunta-se por que esse debate sobre o Open Source Journalism² torna-se relevante? A tradicional relação entre o emissor e o receptor no processo comunicacional está nitidamente caminhando para uma troca de papéis no meio digital. A posição de emissor de mensagens pode ser ocupada por qualquer usuário da internet, graças a liberdade e o estímulo a produção e distribuição livre, fomentada no ambiente de redes. Pierre Levy, em seu livro *Cibercultura*, afirma que esses são os tempos em que todos buscam, avidamente, experimentar novas formas de comunicação de maneira coletiva, diferente do que se via até então. Não é em vão que Manuel Castells compara o impacto da tecnologia da informação ao impacto da eletricidade na Era Industrial. Ambas impulsionaram o

¹Artigo publicado na revista *Líbero*, Ano IX, número 18, dezembro de 2006

²Jornalismo de Código Aberto

homem a avançar seus limites e sua capacidade de agir.

Levy aponta também que existem muitos serviços gratuitos, sem fins lucrativos, contrariando a lógica comercial de certas empresas de mídia. Nesse processo, os usuários almejam preservar a diversidade e a transmissão livre e individual. Além disso, Costa reafirma a importância de um ambiente de interação e inter-relacionamento para que a chamada “nova mídia” não caia no comum, ou seja, que o conteúdo publicado não seja uma réplica do que já foi veiculado e transmitido anteriormente pelas mídias tradicionais. A impressão que se dá é que a experiência é a mesma, com a mesma imagem, o mesmo texto, na lógica do ctrl c+ ctrl v. Para ele, assim como a televisão se inovou, a internet, que possui uma grande riqueza a ser explorada, deve estimular a interação e a criatividade.

O poder de colaboração do indivíduo comum ultrapassou as barreiras da seção de cartas ao leitor, publicadas nas páginas do jornalismo impresso. Foi muito mais longe, além dos fóruns de discussão e o espaço para comentários nos sites. Ou seja, como explica Levy, “o termo interatividade ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação”. E completa que “a possibilidade de reapropriação e recombinação material da mensagem por seu receptor é um parâmetro fundamental para avaliar o grau de interatividade de um produto”.

2 Idéias inovadoras

Lucilene Breier, que estudou o site colaborativo Slashdot, relembra que um dos primeiros sites a colocar em prática as diretrizes do Jornalismo de Código Aberto

(Open Source Journalism) foi o Wired News (www.wired.com), que apostou na colaboração em 1999 e deu certo. Hoje, além de fornecedor de notícias, o usuário é também editor do conteúdo publicado, quando convocado para tal iniciativa. Opina, por exemplo, no título de uma reportagem, fato possível somente no ambiente de rede. Ou será que algum leitor conseguiria comunicar a algum editor de revista ou jornal que aquela manchete poderia ser mudada?

O centro do estudo de Lucilene é o Slashdot³, um site criado por um estudante de Ciências da Computação em 1997, e que hoje pertence a Open Source Development Network, embora o projeto ainda seja desenvolvido pelo próprio autor, Rob Malda. Chamado de *news for nerds*, o conteúdo publicado no Slashdot é segmentado, ou seja, preocupa-se em discutir temas relacionados a tecnologia. Possui usuários que contribuem para o site e milhões de leitores comuns.

É importante observar que qualquer um pode enviar seu comentário ou material a ser publicado. Todo o noticiário do Slashdot possui como fonte os seus usuários que, ao se depararem com algum material em outro site relacionado aos assuntos que discutem, repassam aos slashdooters. Por isso Lucilene lembra que “não simplesmente pelo sistema de comentários, mas pela possibilidade de noticiar que é dada aos interagentes é que consideramos uma subversão dos papéis tradicionais de quem produz e quem consome as informações veiculadas a partir de características técnicas da comunicação mediada por computador”.

Apesar de ser, sem sombra de dúvidas, um

³www.slashdot.org

site parâmetro para o estudo do jornalismo de código aberto, o Slashdoot possui um mecanismo de moderação dos comentários, ou seja, nem tudo que é postado vai ao ar. Lucilene Breier relata também que o criador do Slashdoot admite que os editores do site –moderadores voluntários– não checam a veracidade da informação. Esses fatores colocam em discussão alguns valores e premissas pregados no chamado “bom jornalismo” e, de certo modo, mostra também que nem toda produção livre está desobrigada de filtros, uma vez que a internet não está isenta de ruídos.

Para retomar essa discussão de maneira mais próxima da produção brasileira, torna-se interessante observar o que tem sido veiculado no país através da colaboração. Foram selecionados três sites que se autodenominam colaborativos: Overmundo, Vc no G1 (Globo) e Vc repórter (Terra). Uma breve descrição de cada site e seus mecanismos irá compor uma base sólida para essa discussão posterior sobre o valor e as principais críticas ao Jornalismo de Código Aberto.

3 Overmundo

“Ninguém ampara o cavaleiro do mundo delirante, Que anda, voa, está em toda a parte, E não consegue pousar em ponto algum”.

Esse trecho acima foi retirado do poema Overmundo, escrito pelo brasileiro Murilo Mendes em 1947. Retrata um pouco a aspiração e desejo do indivíduo conectado a explorar por todos os lados o mundo digital, sem se prender aos limites antes impostos. Mundo delirante, nesse caso, é uma perfeita descrição da internet.

De qualquer forma, o Overmundo que se pretende observar é um site colaborativo bra-

sileiro⁴, criado por Ronaldo Lemos e José Marcelo Zacchi. Interessante é que Ronaldo é advogado e representante brasileiro do Creative Commons, uma nova licença que permite o aproveitamento, reprodução e distribuição de uma determinada propriedade intelectual sem interesses comerciais, desde que a fonte seja citada. Zacchi trabalha na área de segurança pública e fundou organizações não governamentais que atuam na prevenção a violência.

Mais do que um canal de informação, o site colaborativo Overmundo possui o objetivo de servir como um espaço para a livre expressão das produções culturais, valorizando sempre suas diversidades. Sua atualização e funcionamento dependem diretamente da participação ativa dos usuários, que podem trocar conteúdo, comentar e interagir.

Como informa do próprio Overmundo⁵, a motivação de seus criadores reside no fato de que a produção de idéias no cenário brasileiro é grande, mas seu espaço para divulgação é pequeno. Afirmar também que os jornalistas profissionais não conseguem cobrir e dar visibilidade nos meios de comunicação a tantas informações, acontecimentos e desdobramentos. Por isso, o Overmundo convoca pessoas a colaborarem para o site e beneficiar o conjunto de usuários.

Para tanto, é necessário cadastra-se para contribuir. O usuário pode propor uma publicação, que automaticamente entrará numa fila de espera, aguardando sua revisão. O autor poderá receber sugestões de edição, e poderá acatá-las ou não. O outro passo é o processo de votação. O texto, produto cultural,

⁴www.overmundo.com.br

⁵http://www.overmundo.com.br/estaticas/sobre_o_overmundo.php

seja o que for, precisa receber um número de votos para ser publicado, os overpontos. Caso não atinja esse valor mínimo, o material ficará arquivado no perfil do seu criador. Ou seja, nada se desmancha no ar⁶.

As chamadas editoriais ou seções oferecidas pelo site são: Overblog (textos, críticas, artigos, audiovisuais), Banco de Cultura (músicas, fotografia, artes, estudos, etc), Guia (atrações cotidianas) e Agenda (calendário de eventos).

Para ilustrar melhor a dinâmica do site, alguns conteúdos servirão como exemplo para análise. Visitando o site no dia 16 de janeiro de 2008 (10:45 horas), o destaque da página é um material publicado pelo usuário X, na editoria Overblog⁷. Para conhecê-lo, basta clicar em seu nome e conhecer seu perfil. Sua contribuição foi um texto sobre o filme brasileiro *Tropa de Elite*. Logo abaixo, os usuários fazem seus comentários.

O material, para atingir essa visibilidade, obteve 45 overpontos e, mesmo assim, pode conseguir mais votos ao longo de sua publicação. No lado direito da página, o Overmundo disponibiliza outros conteúdos similares ao que está em exposição na tela principal, o que chamamos em jornalismo de “notícias relacionadas”.

No mesmo dia, em Agenda, a primeira matéria (a que recebeu o maior número de overpontos) comunica um evento no estado do Espírito Santo⁸, uma tradicional festa. O autor, além de oferecer detalhes sobre a

⁶Menção ao dito marxista de que tudo o que é sólido desmancha no ar, tudo que é sagrado é profanado.

⁷<http://www.overmundo.com.br/overblog/ronda-de-elite>

⁸<http://www.overmundo.com.br/agenda/festa-de-sao-benedito-e-sao-sebastiao-balneario-de-nova-almeida-serra-es>

programação, informa também a origem dos festejos. Percebe-se que mais do que um convite, o material fornece uma informação.

De qualquer forma, apesar de fazer uma leve crítica as limitações do trabalho jornalístico, o Overmundo não deixa de ser um site segmentado, ou seja, abriga produções relacionadas a Cultura- o que não quer dizer que seja superficial, inválido ou irrelevante. Além de tudo, a veracidade da informação dependerá diretamente do caráter e da ética de seus colaboradores, pois em nenhum momento existe o processo de verificação e checagem da verdade. Perante esse risco, o Overmundo possui suas regras de boa convivência, chamadas de regras editoriais. Tudo o que for caracterizado como prática de spam, violência, provocação e outros não deve ser publicado, desde conteúdos até comentários. Além disso, como comentado anteriormente, o site conta com a ética e fidelidade de seus colaboradores.

Aquele que violar as normas e regras autorais poderá ser advertido e, até mesmo, ser convidado a se retirar do cadastro de usuários. Qualquer colaborador pode comunicar falhas e erros a administração do site, que é o Núcleo de Idéias Movimento. A instituição é a chamada moderadora do site, ou seja, preza pela imagem e pelo que é publicado. Vale a pena lembrar também que o Overmundo recebe patrocínio da estatal Petrobrás.

4 Vc no G1

As organizações Globo criaram, recentemente, o seu portal informativo, denominado como G1⁹. Atentos as novas tendências, abriram também um espaço para colabora-

⁹www.g1.com.br

ção de seus leitores, não somente em forma de comentários, mas de publicação de conteúdo noticioso, denominado Vc no G1. A abreviação da palavra você (vc)- assim como de outras- é uma ferramenta bastante utilizada em chats de rede, ou seja, já pelo título o leitor “sente-se em sua casa”.

Ao contrário do Overmundo e do Slashdot, a página não é segmentada, ou seja, publica conteúdo de qualquer categoria/ editoria: política, economia, cultura, lazer, internacional, casos de polícia, seja o que for. A primeira vista, parece a primeira página de um portal noticioso, ou até mesmo a primeira página de um jornal. São várias informações ordenadas e que dividem espaço com seções um tanto curiosas. Por exemplo, o G1 oferece aos internautas a possibilidade de comparar-se a alguma celebridade, e convida-os a divulgar sua foto. No fim das contas, uma imagem pública é colocada no site ao lado de seu “sósia”.

Para se ter uma idéia, visualizando a página no dia 28 de janeiro de 2008, o destaque é “Leitores mostram semelhanças com BBs”(participantes do reality show da Rede Globo Big Brother)¹⁰. A usuária X enviou ao site um pequeno texto explicando que se identificou com uma personagem do programa e uma imagem para divulgação.

Alguns críticos considerariam essa forma de noticiar como fait-divers, ou seja, opção por notícias com tons bizarros que despertam curiosidade instantânea, e que as vezes possuem tom apelativo, sem possuir relevância e utilidade pública.

Felizmente, o site, apesar de ter dado grande destaque ao conteúdo, publicou, no mesmo dia, notícias que possuem os valo-

¹⁰<http://g1.globo.com/VCnoG1/0,,8491,00.html>

res jornalísticos, ou seja, as características que tornam um fato noticiável. Por exemplo, o Vc no G1 lançou na página a manchete “Longa estiagem comprometem famílias no Ceará”¹¹. As fotos possuem boa qualidade e total relação com tema e texto. Apesar de não ser uma notícia quente (inédita), traz a discussão mais uma vez um problema enfrentado por aquela região há tempos, fato esse que pode ser encontrado nas pautas das mídias tradicionais.

Abaixo das notícias não existem espaço para comentários, mas sim um esquema de votação em cinco estrelas. O site fornece uma média da votação, um parâmetro para avaliar a repercussão da notícia no meio. A matéria sobre a estiagem no Ceará recebeu quatro estrelas.

A intensa quantidade de notícias encaixadas numa mesma página inicial pode ser justificada pelo fato que nem todo o portal G1 é colaborativo, ao contrário dos sites analisados anteriormente. Somente a página VC no G1 recebe a contribuição dos usuários. Além disso, não existe um perfil específico de cada colaborador, como no caso do Overmundo. Talvez esse seja um ponto negativo do site, já que se autodenomina colaborativo. Sabe-se que num ambiente como esse, mais do que colaborar, os usuários pretendem interagir.

5 Vc repórter

“A sua é virar notícia? A sua é o vc repórter do Terra! Já pensou que a sua foto, vídeo ou áudio de um flagrante de notícia pode virar manchete? E também seu depoimento sobre

¹¹<http://g1.globo.com/VCnoG1/0,,MUL269795-8491,00-LONGA+ESTIAGEM+COMPROMETE+VIDA+DE+FAMILIAS+NO+CEARA.html>

um fato importante? A partir de agora suas fotos, vídeos, áudios e depoimentos enviados ao Terra podem se transformar em notícia".(chamada do site vc repórter do Terra)

O Vc repórter¹² é um espaço dado pelo portal Terra aos seus internautas. Seu objetivo, conforme definição da página, é permitir que os indivíduos colaborem com os demais visitantes do portal. O diferencial desse é que não existe uma página exclusiva com notícias e informações provenientes de terceiros, ao contrário, a colaboração é migrada para alguma seção/editoria do Terra e, dependendo do fato, ganha até destaque na capa.

Para ilustrar essa dinâmica, retoma-se um caso ocorrido no dia 11 de outubro de 2007¹³. Quem visitou o portal Terra naquela tarde conferiu a notícia de um incêndio na Rua Augusta, em São Paulo. O fato ganhou destaque na página principal, e a foto utilizada foi enviada por um indivíduo que estava próximo ao local e que, de certa forma, foi um dos primeiros a "cobrir" e presenciar o desenrolar do ocorrido.

Não precisa ser especialista em arte fotográfica para perceber que a foto enviada pelo internauta foi captada por uma câmera de celular. Ao fim da matéria, o site dá créditos aos seus colaboradores, bem como os créditos ao "fotógrafo".

Pierre Levy comenta que o progresso e avanço tecnológico das interfaces (aparatos materiais que permitem a interação entre o universo da informação digital e o universo ordinário)- nesse caso o celular, que antes atendia as necessidades da fala- permitem

que os modos de comunicação e distribuição da mesma sejam facilitados e prevê que "a maioria dos aparelhos de comunicação trarão, de uma forma ou de outra, interfaces com o mundo digital e estarão interconectadas (...)" e ainda: "A diversificação e a simplificação das interfaces, combinadas com o progresso da digitalização, convergem para uma extensão e uma multiplicação dos pontos de entrada no ciberespaço". Ou seja, um aparelho telefônico está contribuindo para a democracia no ciberespaço, bem como para a colaboração e distribuição da informação.

O Vc repórter também possui usuários cadastrados, e todo o conteúdo colaborativo é enviado via e-mail. No acordo e termo de autorização- que deve ser lido antes do cadastro- a equipe informa que o material é analisado pela equipe editorial do Terra, ou seja, nem tudo que é enviado é necessariamente publicado.

Assim como o VC no G1, os usuários não possuem perfis em outro tipo de contato entre si. Para conhecer o que já foi publicado de modo colaborativo no site, o internauta precisa acessar um determinado espaço com uma lista de notícia, ou seja, o vc repórter não possui uma página exclusivamente colaborativa (como o G1, por exemplo).

6 Urbanos- Multishow: um exemplo de colaboração na tv

Assim como jornais e revistas já chegaram a conclusão que precisam, de uma maneira ou de outra, integrarem-se a dinâmica da rede, seja para reproduzir seus conteúdos- já disponíveis no meio impresso- ou para promover fóruns, agora é a vez da televisão acordar para essa realidade. Já diria Caio Túlio Costa

¹² www.terra.com.br/vcreporter

¹³ <http://noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI1982752-EI8139,00.html>

que quando um produto da mídia tradicional é transposto para a nova, acontece uma simples réplica, cópia, sem nenhuma adaptação nas imagens, por exemplo. Para ele, a experiência é a mesma, não traz a discussão algo novo, e em alguns casos, despreza-se o inter-relacionamento.

Numa relação tradicional entre o emissor e o receptor na transmissão televisiva, existe sim a possibilidade de escolha do indivíduo. Como bem ressalta Levy, seria um erro afirmar que o espectador é totalmente passivo. Ele reage ao tipo de informação, pois precisa antes decodificá-la. Além disso, possui um controle remoto em mãos, e pode escolher o canal que deseja sintonizar. Porém, o que não existia- até agora- é a possibilidade de interferir no conteúdo da programação.

Para os que pensam que isso só será possível graças a digitalização da transmissão televisiva (de rede analógicas centralizadas para digitais protocoladas), estão em parte enganados. A internet proporciona um espaço para o debate, para a discussão, até a chegada de um consenso. Jornalisticamente falando, existe hoje uma reunião de pauta na web. O Multishow¹⁴, um canal pago e pertencente às organizações globo, oferece programas de entretenimento e voltada para o público jovem. Mais do que meros espectadores, esses jovens (aqueles que Pierre Levy nomeia como ávidos por experimentar novas formas de comunicação) são convidados a se reunirem no site do canal, com data e hora marcada, para decidirem o que vai ser apurado e apresentado no próximo programa. A reunião de pauta do *Urbanos* acontece todas as quintas-feiras, as 20 horas. Dependendo do tema, os usuários opinam sobre o

¹⁴<http://globosat.globo.com/multishow/>

que pode ser abordado, quais as possíveis entrevistas, com base em suas experiências de vida. O resultado é visto na telinha da televisão.

7 Quem garante a verdade?

Desse debate, podem surgir muitas críticas. Uma delas pode ser a questão da veracidade. Será que um fato noticiado por um indivíduo na web e publicado por um site é checado antes de sua divulgação? Até que ponto a colaboração é confiável?

Lucilene Breier comenta em seu estudo sobre uma pesquisa feita por Paulo Gomes Junior, que analisa as rotinas de produção do site Terra. Uma de suas conclusões é que com a frenética ordem imposta de que a internet age pela rapidez e agilidade, muitos sites vêm-se obrigados a produzir uma quantidade “industrial” de notícias. Por isso, o jornalista de web não se vê forçado a descartar fatos com muita frequência. Assim, a checagem da informação é dispensada em nome da velocidade e quantidade publicada na rede (Breier apud Gomes, 2003).

Admite-se então que a crítica feita não deve ser feita somente aos sites colaborativos, e também aos chamados oficiais. O erro cerca qualquer uma das áreas de jornalismo, nem mesmo a imprensa está imune, por mais que a lógica do tempo seja menos rígida com ela. Porém, como diria Caio Túlio Costa, “ninguém coloca em questão a credibilidade criada pela velha mídia para si própria”, e muitos são os casos em que jornais e revistas, mesmo com o tempo que dispõem para checar e “investigar”, erraram, e feio. Vide exemplo da Escola Base.

De fato um ambiente colaborativo está também sujeito ao erro, pois sua essência

é mais livre e menos manipulada. Embora exista uma moderação –que pode filtrar algum ruído–, os que pensam em construir e participar de um projeto coletivo não buscam dinheiro ou um ambiente para criar mentiras. Quando um sujeito é posto em um ambiente de rede que lhe garante construir uma comunicação diversa, livre e pronta para explorar todo potencial, percebe-se que seu objetivo não é só trocar mensagens, mas compartilhar idéias, fatos e se relacionar, de uma forma ou de outra. É nesse contexto que nasceu o Overmundo e não atoa recebeu o Oscar da internet¹⁵.

Além disso, os colaboradores estão mais interessados em buscar reputação. Como afirma John Perry Barlow, “para idéias, fama é fortuna. E nada mais torna você famoso do que uma audiência que distribuir seu trabalho de graça”. Barlow também comenta que a ética pode estar associada a qualquer tipo de produção na internet. “Num ambiente de conexão densa, onde muito do que fazemos e dizemos é registrado, preservado e facilmente descoberto, o comportamento ético se torna menos uma questão de virtude auto-imposta e mais uma questão de pressão social e horizontal”. Ou seja, uma das bases da coletividade é o comportamento ético.

Breier ressalta que o próprio criador do Slashdoot admite que as notícias enviadas para publicação no site não são verificadas. Suas palavras são “we don’t [verify the accuracy of Slashdoot stories]. You do!”. De qualquer forma, a coletividade está atenta aos conteúdos extraordinários ou duvidosos. Mas essa não é a preocupação maior, pois a maioria dos colaboradores entendem de tec-

nologia, e os comentários estão a postos para debater o assunto.

8 A ação dos gatekeepers em meio a colaboração

Nos casos descritos, pode-se perceber que as notícias são, em sua maioria, selecionadas por alguns agentes, moderadores, editores, seja como for. Essa ação foi analisada também no estudo de Breier, que comenta a ação dos gatekeepers no seu objeto de estudo, o Slashdoot.

Assim como os valores-notícias (conjunto de características que tornam um fato noticiável) são aplicados no jornalismo tradicional, o jornalismo colaborativo também não escapa de alguns filtros. Porém, tais recortes não são, necessariamente, negativos, uma vez que a web não está imune a uma série de ruídos, presente também nessa forma de comunicação menos hierarquizada.

De acordo com a definição de Nelson Traquina, o termo gatekeeper “refere-se a pessoa que toma uma decisão numa seqüência de decisões”, ou seja, em meio a uma enxurrada de notícias, alguém tem que optar por divulgá-las ou não.

Para Traquina, o processo de produção da informação é concebido em meio a um fluxo de notícias que passam por diversos gates (portões), ou seja, o gatekeeper é quem escolhe o que vai ou não para o ar, o que é ou não noticiável, não somente em termos pessoais, mas em relação ao já mencionados valores da notícia.

Breier afirma que o Slashdoot possui mais estruturas de gatekeeping do que os sites noticiosos (Terra, UOL, etc). O efeito gatekeeper desses últimos está baseado nos va-

¹⁵<http://www.aec.at/en/prix/winners.asp>

lores notícia, organização da empresa e, até mesmo, em valores comerciais (a notícia é rentável e atrai publicidade?). Por outro lado, o esquema de ranqueamento de um site colaborativo (como no caso do Overmundo), mostra que os gates também são compostos por preferências, gostos pessoais.

Colaboração direta é, portanto, uma expressão ambígua.

9 O jornalismo colaborativo veio para matar os demais?

Em seu estudo, Caio Túlio Costa apresenta uma manchete interessante, publicada no dia 26 de agosto de 2006 no “The Economist”, que questionava: “Quem matou os jornais?”. Caso isso aconteça, alguns poderiam comentar que o jornalismo de código aberto poderia ser um dos agentes dessa morte, juntamente com as demais possibilidades de comunicação e informação da internet.

Fala-se até mesmo em jornais eletrônicos, ou seja, a morte da impressão em papel comum, e a substituição por um dispositivo carregável- como o celular-, que traria ao leitor todas as manchetes e matérias em “tempo real”, retirando-lhe a obrigação de comprar e acumular jornais.

Por mais que se especule, a internet não possui esse poder bélico e nem nasceu para isso, ao contrário, ela oferece a mídia tradicional a possibilidade de integrar-se a ela, para não cair em declínio. Declínio esse já visto e presenciado nos dias atuais. Há tempos a mídia não sobrevive de vendas, mas de publicidade. Porém, a propaganda buscará sempre o ambiente de maior audiência para expor seus anúncios. “A indústria do jornal não está condenada a morrer, mas está desti-

nada a parar de crescer, a não ser que domine a plataforma da nova mídia”, prevê Caio Túlio Costa.

De qualquer forma, ele alerta que muitos já estão integrando-se a nova mídia, mas ainda de maneira errada. Inserem os mesmo conteúdos para exibição e apreciação, sem explorar as possibilidades interativas. E nesse caso, o jornalismo de código aberto acertou, e bem. Deu aos seus usuários a possibilidade de ser leitor, editor, jornalista, fotógrafo, produtor de filmes, comentarista e a parte de um todo. Isso trouxe grandes benefícios aos internautas, que desenvolvem cada dia mais essas potencialidades. “O desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação é capaz de alterar continuamente o ambiente, e exige que se compartilhe o poder da comunicação com o consumidor. Não pode ser visto como capaz de anular as capacidades humanas e delegá-las apenas a mídia, como sempre fez a mídia”, completa Costa.

O jornalismo aberto também não pretende matar o trabalho de apuração do profissional da redação, nem a verdade de seus fatos, mas abriu uma opção que não era dada ao leitor, ao ser comum. Como ressalta Levy, qualquer grupo ou indivíduo pode comunicar-se, com custos baixos, para um grande público, e colocar em pauta o que ele quiser, sem ter que dominar os meios técnicos, que se desenvolvem e simplificam o manuseio. “Qualquer um (grupo ou indivíduo) pode colocar em circulação obras ficcionais, produzir reportagens, propor suas sínteses e sua seleção de notícias sobre determinado assunto”, declara Levy.

A distribuição dessa possibilidade criativa também não aniquilou o trabalho dos profissionais. Não podemos comparar a criatividade e arte de um bom fotógrafo ao cap-

tar de uma câmera de celular. Ambos possuem seus méritos. O grande problema é que a aceleração e desenvolvimento da técnica possuem um tom ameaçador, como se as tecnologias caminhassem por si só. Como bem coloca Levy, “a técnica em si não é responsável por um impacto positivo ou negativo. Devemos buscar isso nas origens, nas relações de dominação ou nos que conceberam e executaram os instrumentos”. Isso só é um reflexo do que o homem procurou e procura a cada dia.

Um exemplo que foge um pouco a discussão mas possui os seu valor é o caso do execução de Sadam Hussein. Cinegrafistas, fotógrafos, jornalistas e outros foram barrados, ou seja, não foram autorizados a registrar o momento. Porém, um determinado indivíduo gravou com seu celular a enforcamento do político e, no mesmo dia, as imagens já estavam na rede, foram parar na televisão e afins. Não cabe julgar se foi ético ou não agir dessa forma, ao contrário, vale a pena ressaltar que isso só exemplifica o que o progresso, a transmissão rápida, a digitalização das mensagens e a arquitetura não centralizada de uma rede pode provocar. Além disso, o “câmera” não cobrou ou vendeu seu material, ao contrário, fez questão de jogá-lo na rede e distribuir de modo livre a todos. Foi parar nas telas de todas as partes do mundo, um dos vídeos mais acessados no Youtube.

Numa visão romântica, pode-se propor uma parceria entre os diferentes modos de comunicação, como bem aconteceu no caso acima. De acordo com o dito popular, “se não pode vencer teu inimigo, junte-se a ele”.

10 Considerações finais

Muito poderia ser dito sobre a colaboração da internet e sobre o jornalismo aberto. Mas uma breve reflexão sobre esse fato- ou fenômeno- já demonstra o quanto o desenvolvimento da internet e das interfaces produz uma revolução nos meios de comunicação e informação. Isso ocorre devido a uma busca constante do homem de aperfeiçoar suas técnicas e utilizá-las de maneira aberta e distribuída, uma das razões de ser e existir da coletividade.

Desse modo, não podemos analisar a internet e seus produtos de maneira fria, como se houvesse uma nítida separação entre um mundo real e outro virtual, mas deve-se de fato assumir que ela é fruto do avanço e caminhar da civilização contemporânea. Basta que ela seja usada para fins éticos e democráticos, muito bem descritos nos nove objetivos da Convenção sobre a Proteção da Diversidade das Expressões Culturais¹⁶.

Um dos exemplos do que a internet é capaz de produzir de maneira livre, coletiva e aberta a participação é o jornalismo aberto, descrito nesse estudo. Não há como negar que, nesse caso, há uma inversão dos papéis entre o emissor e o receptor de uma informação. Não existe uma cadeia única, um fluxo unitário, mas as fronteiras de participação do leitor/ espectador foram liberadas para a participação dos indivíduos, seja para produzir informação, entretenimento ou discussão.

Cabe ressaltar que não é pelo fato de ser aberto ao público geral que não existirá, nesses meios, a intervenção de agentes, da própria comunidade ou não. Como bem co-

¹⁶www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/diversidade_cultural/a_convencao/index.php?p=24174&more=1&c=1&pb=1

loca Lucilene Breier, a expressão colaboração direta não seria a mais adequada. Nem mesmo o jornalismo aberto está isento de filtros a seleção, e possui muito mais editores do que um site noticioso. Entretanto, isso não o torna menos digno de ser apreciado, pois sua possibilidade de interação é infinitamente maior.

De qualquer forma, muitos sites colaborativos aqui citados ainda precisam desenvolver mais caminhos largos para seus usuários e promover um intercâmbio entre eles. De fato, os internautas brasileiros possuem gosto por comunidades, edição de perfis na internet e trocas mútuas. Por isso, a colaboração não deve ficar restrita ao ato de enviar conteúdo e visualização na página, mas pode propor um ambiente de debate, edição e discussão inteligente. Numa aposta, o Overmundo poderia ganhar muitos pontos a favor como um bom exemplo de jornalismo colaborativo.

A ação dos gatekeepers colaborativos demonstra que existe uma busca por qualidade em alguns sites abertos a participação. Os moderadores estão mais preocupados em prezar pelo bom andamento do site e a diversidade dos conteúdos do que por uma atualização rápida, constante, hard news dos sites noticiosos. Existe nos quatro cantos do país e do mundo- uma super redação e, é claro, alguém tem que ordenar tudo isso. Ruídos estão por todas as partes, mas não conseguem obstruir os conteúdos.

Acredita-se também que o jornalismo tradicional ainda possui força e credibilidade, mas poderá alçar melhores vôos se integrar sua potencialidade com a do ambiente de rede, sem digitalizar seu conteúdo pronto e transportá-lo para a web, mas estendendo sua grade de programação na internet e dando ao

seu leitor mais opções de interação, como no caso do programa Urbanos (Multishow).

Assim como o cinema não matou o teatro, a televisão não matou o rádio, a internet não aniquilará nenhum meio de comunicação, assim como o trabalho do jornalista, do fotógrafo, do editor não será substituído pela produção em massa. Porém, fica o alerta: formas menos excludentes de produção sempre são bem aceitas na sociedade.

11 Referências Bibliográficas

- BARLOW, John Perry. *Economia de idéias*. Disponível no site <http://3pontozero.net/2007/01/26/economia-de-ideias/>
- BREIER, Lucilene. *Slashdot e os filtros do Open Source Journalism*. Disponível no site: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/breier-lucilene-slashdot.html>
- CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora 2003
- COSTA, Caio Túlio. *Por que a nova mídia é revolucionária*. São Paulo: Revista Líbero, ano IX, n 18, 2006
- LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999
- TRAQUINA, Nelson. *O jornalismo português em análise de casos*. Lisboa: Caminho Nosso Mundo, 2001