

# **JORNALISMO E INTERATIVIDADE NA WEB 2.0: A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PELO PÚBLICO EM REDES DIGITAIS**

SILVEIRA, Stefanie Carlan da. Especializanda em Comunicação e Projetos de Mídia. Centro Universitário Franciscano – UNIFRA, RS.

## **RESUMO**

O objetivo deste trabalho é mostrar algumas das principais mudanças que ocorrem no jornalismo praticado em redes digitais a partir de uma maior participação do público na produção de conteúdo, motivada pelo desenvolvimento da Internet. Sendo assim, explica-se como se apresenta a interatividade nas redes digitais e, além disso, faz-se uma discussão acerca das características da segunda geração da Internet, ou *web 2.0*. Este estudo caracteriza-se inicialmente por uma pesquisa bibliográfica. Posteriormente, são abordados aspectos da produção de conteúdo participativo, através de uma amostra de publicações que funcionam com a participação do público, sendo elas: OhMyNews, Slashdot, Digg, Linkk, VozDiPovo, sosperiodista, Brasil Wiki e Wikinews. Discutem-se características ligadas aos processos de seleção e edição de conteúdo nos sites e são apresentadas algumas das mudanças que ocorrem na prática jornalística recente das redes digitais.

Palavras-chave: interatividade; jornalismo; web 2.0; participação.

## **INTRODUÇÃO**

A interatividade é uma das características do jornalismo praticado em redes digitais que mais apresenta potencial de desenvolvimento na *web 2.0*. A segunda geração da Internet está baseada no princípio da construção coletiva, no incentivo do caráter colaborativo e na valorização da participação dos sujeitos. Nesse sentido, potencializam-se a construção social do conhecimento e a livre produção, troca e circulação de informações.

Dentro desse contexto, a interatividade é ampliada a ponto de o público produzir conteúdo de interesse noticioso para publicações presentes na Internet. Surgem sites que se autodenominam jornalísticos e são compostos por informações enviadas por colaboradores que não são, necessariamente, jornalistas com formação profissional. Aumenta o número de publicações produzidas por cidadãos-comuns e reduzem-se as etapas de distribuição da informação. Sendo assim, essas transformações acabam por gerar mudanças nas formas de jornalismo praticadas em redes digitais.

Partindo desse pressuposto, este trabalho objetiva mapear algumas transformações ocorridas no jornalismo praticado em redes digitais. Para que isso seja concretizado, pretende-se, no decorrer do trabalho, explicar como se apresentam os processos interativos na rede; reunir discussões sobre a segunda geração da Internet ou *web 2.0*; e, apresentar exemplos de publicações participativas observando, a partir deles, características da produção de conteúdo de interesse noticioso. Para ilustrar as transformações ocorridas, são utilizados, oito exemplos de publicações: OhMyNews, Slashdot, Digg, Linkk, VozDiPovo, sosperiodista, Brasil Wiki e Wikinews.

## **INTERATIVIDADE**

Definir interatividade no âmbito do jornalismo de redes digitais é uma tarefa difícil não só pela complexidade do processo, mas também pela constante modificação e evolução da plataforma onde ele está inserido. No entanto, este trabalho busca apontar para o fato de que, neste contexto, a interatividade tem caráter eletrônico-digital e, é baseada em processos multi-interativos de características mútua e reativa, simultaneamente.

De acordo com Lemos (1997), a noção de interatividade que se tem hoje está diretamente ligada aos meios digitais. Sendo assim, o termo se refere a uma forma de interação técnica, de cunho digital, diferente da analógica presente inicialmente nos veículos de comunicação tradicionais como, por exemplo, cartas, fax entre outros. Logo, pode-se delimitar interatividade como uma ação dialógica entre o homem e a técnica. O autor propõe a diferenciação dos termos interação social e interação técnica para uma melhor compreensão da interatividade. A primeira estaria ligada à relação homem-homem, presente no dia-a-dia de qualquer um. A segunda estaria relacionada à relação homem-técnica, caracterizando assim a interatividade, mediada através da máquina. Dentro da interação-técnica, tem-se ainda, em se tratando de redes digitais, a caracterização de uma interatividade eletrônico-digital que, segundo o autor, permite a interação com o conteúdo presente na interface gráfica. Com isso, o usuário interage não apenas com a máquina, mas com o conteúdo acessado através dela. A interatividade digital proporciona uma superação de barreiras físicas entre homens e homens e também entre homens e máquinas, levando a uma interação maior com as informações.

Podemos compreender a interatividade digital como um diálogo entre homens e máquinas (baseadas no princípio da micro-eletrônica), através de uma “zona de contato” chamada de “interfaces gráficas”, em tempo real. A tecnologia digital possibilita ao usuário interagir, não mais apenas com o objeto (a máquina ou a ferramenta), mas com a informação, isto é, com o “conteúdo” (LEMOS, 1997, p. 3).

Para delimitar a discussão em torno dos múltiplos processos que envolvem o interagente<sup>1</sup>, em relação ao jornalismo de redes digitais, este trabalho adota o termo multi-interativo, proposto por Mielniczuk (1998). Segundo a autora, numa situação em que se tem uma pessoa diante de um computador ligado à Internet, esta estabelece relações com a máquina, com o conteúdo da publicação através da interface e, ainda, com outras pessoas.

As muitas maneiras de interação que ocorrem nas redes digitais são diferenciadas através dos conceitos de interação mútua e reativa propostos por Primo (2000). A primeira é composta por um sistema aberto e a outra por um sistema fechado. Um sistema é formado por objetos ou entidades que se inter-relacionam. No aberto há o caráter da globalidade, ou seja, os elementos são interdependentes, quando um muda, o todo será afetado. Também nele, existem trocas entre o sistema e o contexto do ambiente. O inverso ocorre na interação reativa. Nela, os agentes têm pouca ou nenhuma possibilidade de alterar o que lhes foi proposto, possuem relações lineares e preestabelecidas e não efetuam trocas com o contexto do ambiente.

Portanto, pode-se afirmar que a interatividade encontrada no jornalismo das redes digitais pode ser tanto mútua quanto reativa. Ou seja, as interações podem coexistir e ser simultâneas. Como exemplo, tem-se uma enquete com uma pergunta e determinadas opções de resposta. Esse tipo de interação pode ser classificado como do tipo reativa, pois não é dada ao leitor a opção de mudança ou interferência na enquete. De outro lado, os sistemas dotados de interação mútua possuem uma interface virtual<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Dentro da produção de conteúdo feita pelo público na *web*, não cabe a utilização de palavras como usuário ou internauta, é necessário definir de outra maneira aqueles que fazem parte do ciberespaço atual, como sujeitos ativos da comunicação. O termo usuário designa alguém que utiliza a interface proposta para manipulação, sem causar transformações nesta. Adota-se, neste trabalho, o termo interagente. Segundo Primo (2003), a palavra remete a significados mais próximos de interação e ação. “Interagente, pois é aquele que age com outro” (p. 8). Brambilla (2006) afirma o termo descreve o sujeito que interfere na esfera digital, age na informação através da negociação e, muitas vezes, modifica-a. Para a autora, é necessário referenciar os elementos humanos que fazem parte da comunicação, utilizando o termo interagente, que foca no sujeito envolvido na interação.

<sup>2</sup> O autor utiliza o termo interface virtual para caracterizar um ambiente, onde interagem dois ou mais agentes, que produzem atualizações e mudanças na comunicação em curso. O contrário seria a interface potencial, onde os roteiros a serem seguidos pelos agentes estariam pré-programados e pré-testados para receberem apenas determinadas respostas.

Ou seja, conectam dois ou mais agentes ativos com possibilidade de mudança da ação e da reação. A interface virtual permite liberdade entre os roteiros propostos inicialmente, ou seja, “nada pode garantir que sempre os mesmos estímulos garantirão as mesmas respostas” (PRIMO, 2000, p. 10).

Nesse sentido, Fontcuberta (2006) afirma que a interatividade é a capacidade de um sistema conversar com seus leitores e isso adiciona uma mudança no jornalismo, a de entregar ao leitor o controle do que ele consome. O desafio é que o diálogo exista realmente no sistema e o conteúdo seja criado cooperativamente. Para a autora, quando se fala em interatividade no jornalismo de redes digitais remete-se a uma responsabilidade compartilhada.

A interatividade é vista, tanto por Primo (2003) quanto por Fontcuberta (2006), como uma conversa entre leitores e também produtores de uma publicação. Caracteriza-se aí, um diálogo que gera mudanças nos próprios interlocutores e também no contexto em que eles estão inseridos. Ao oferecer ao interagente a possibilidade de produzir conteúdo na rede, abre-se a ele a oportunidade de dialogar mais amplamente com outros interagentes. Com a participação do público na escrita do conteúdo noticioso presente na *web*, tomada como realidade possível e existente em diversos sites, pode-se afirmar que uma das mudanças decorrentes da potencialização da interatividade na rede passa a ser a maior interferência no produto jornalístico, incluindo, até mesmo, a sua produção e edição.

## **A SEGUNDA GERAÇÃO DA INTERNET OU *web* 2.0**

A concepção do termo *web* 2.0 ocorreu durante a preparação de uma conferência, encabeçada pelas organizações *O'Reilly Media* e a *MediaLive International*, em outubro de 2004. Inicialmente, a idéia proposta era que, após a “bolha ponto com”<sup>3</sup> de 2001, novas aplicações e sites estariam dando maior enfoque ao coletivo de pessoas que forma a Internet. Essas mudanças poderiam, então, receber o

---

<sup>3</sup> A “bolha ponto com” é a expressão utilizada para indicar o período entre 1995 e 2001 quando os mercados capitais do Ocidente viram os valores das ações de empresas ligadas à Internet, aumentarem muito rapidamente, devido à ação do capital especulativo. Como as ações cresceram a um nível insustentável, a bolha foi seguida de uma rápida queda nos preços, o que causou a falência de várias empresas ligadas ao setor.

nome de *web 2.0*. Em seu *blog*, o idealizador do termo, Tim O'Reilly, oferece uma definição simples do termo:

A *Web 2.0* é a revolução dos negócios na indústria dos computadores, causada pelo movimento em direção à internet como uma plataforma e também é uma tentativa de entender as regras para o sucesso nesta nova plataforma. A regra chefe é: construir aplicações que façam proveito dos efeitos da rede para que elas se tornem melhores, à medida que mais pessoas as utilizem (O'REILLY, 2006).<sup>4</sup>

É importante destacar que a segunda geração da Internet não é um salto que ocorre isolado no tempo, mas sim um caminho percorrido pela tecnologia e pelas aplicações existentes desde o início da rede, ou seja, as mudanças acontecem gradualmente. O termo *web 2.0* foi lançado para indicar o resultado de aplicações e serviços oferecidos na Internet que deram certo e se consolidaram do início até hoje.

A segunda geração da Internet, no âmbito do jornalismo, consolida a idéia de que as publicações jornalísticas, presentes na *web*, não podem ser uma cópia ou simples transposição de conteúdos já existentes em mídias tradicionais. Diferente daquilo que se tinha no início da *web*, páginas estáticas e sem possibilidade de intervenção do sujeito, a geração atual trabalha com a idéia de interagente e entende que um site pode criar uma comunidade e tornar-se uma plataforma de relacionamento entre seres humanos.

Existe uma grande diversidade de opiniões acerca do termo *web 2.0*. Muitos autores afirmam que a palavra é uma jogada de marketing para tornar a Internet novamente atrativa aos investidores e anunciantes. No entanto, este trabalho não busca discutir a diversidade de opiniões ou afirmar quem está certo ou errado. O objetivo é apresentar o desenvolvimento da Internet e demonstrar como a interatividade é potencializada com esse processo.

O'Reilly (2005) indica um modelo de design da *web 2.0* a partir de sete características. Apresenta-se aqui um apanhado geral desses aspectos propostos pelo autor. Inicialmente, ele afirma que a Internet deve ser vista como uma plataforma. De uma maneira simplificada poderia se dizer que plataforma “é o lugar onde rodam os programas”. Essa função era, tradicionalmente, ocupada pelo próprio computador. Com

---

<sup>4</sup> Tradução da autora deste trabalho. Citação original: “*Web 2.0* is the business revolution in the computer industry caused by the move to the internet as platform, and an attempt to understand the rules for success on that new platform. Chief among those rules is this: Build applications that harness network effects to get better the more people use them” (O'REILLY, 2006).

a evolução da rede, o objetivo é que as aplicações permaneçam alocadas na Internet e se comportem de uma maneira similar às aplicações do *desktop* do computador pessoal.

Um exemplo que ilustra a rede como plataforma é o *Google Docs & Spreadsheets*<sup>5</sup>. Esse serviço funciona como um editor de texto e também possibilita a criação de planilhas eletrônicas. A aplicação funciona totalmente online e os documentos criados podem ser armazenados na rede, bastando, para isso, que o interagente possua uma conta do *Google*<sup>6</sup>. Uma das facilidades deste aplicativo é que o documento gerado nele pode ser acessado e modificado de qualquer lugar do mundo.

No entanto, é necessário entender que a Internet funciona como uma plataforma que gerencia dados. Dessa maneira, as aplicações e serviços nada seriam sem a quantidade infinita de informação presente na rede. Na *web 2.0*, o valor está na informação. Para O'Reilly (2005), toda aplicação presente na *web*, atualmente, está apoiada em uma base de dados especializada, como: *Google*, *Yahoo*<sup>7</sup>, *Amazon*<sup>8</sup> e *eBay*<sup>9</sup>.

Com a grande quantidade de dados e a necessidade de armazenamento, seleção e organização dessas informações surge uma nova forma de lucrar com a Internet. Será comum encontrar, num futuro próximo, uma grande variedade de empresas que atuam no armazenamento e no gerenciamento do conteúdo presente na rede. Uma companhia se especializa em ter e outra em entregar as informações.

Outra característica da segunda geração da Internet é o "beta perpétuo". A expressão indica que os *softwares* na *web 2.0* já não são mais tratados como produtos, e sim como serviços. Dessa maneira, as operações de atualização precisam se tornar uma competência do núcleo dessas aplicações, ou seja, o software precisa se manter atualizado diariamente, de acordo com a base de dados a que está conectado. O beta perpétuo indica que o público não precisa mais esperar pelo lançamento de versões remodeladas e com erros corrigidos dos programas que mais utiliza, na *web 2.0* o aprimoramento nos *softwares* é constante.

Considerando-se que os *softwares*, atualmente, são tidos como serviços, uma grande quantidade de aplicações leves e fáceis de serem usadas já está disponível na Internet. O'Reilly (2005) aponta algumas lições significativas para essa característica da

---

<sup>5</sup> <http://docs.google.com>

<sup>6</sup> <http://www.google.com>

<sup>7</sup> [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)

<sup>8</sup> [www.amazon.com](http://www.amazon.com)

<sup>9</sup> [www.ebay.com](http://www.ebay.com)

*web 2.0*. São elas: a) apoiar modelos de programação que permitam sistemas acoplados livremente, b) pensar em sindicalização e não em coordenação e, c) usar o design para ser *hackeado* e remixado. A primeira propõe que através do uso de programação leve os serviços possam atingir mais pessoas. Falar em sistemas acoplados livremente significa permitir que outras pessoas reutilizem dados e serviços do seu site.

A segunda lição trata sobre a “*syndication*” ou sindicalização em tradução literal que está ligada à tecnologia *RSS*. Falar sobre esse termo significa permitir que os dados se externalizem sem o controle do que acontece depois que eles chegam ao seu destinatário. A tecnologia *RSS* se tornou um dos serviços da *web* mais amplamente utilizado, devido a sua facilidade e leveza. Os sites que atualizam o seu conteúdo regularmente oferecem *feeds*<sup>10</sup> para que o público possa se inscrever e receber diversas informações de várias páginas, sem precisar visitá-las uma a uma.

A terceira lição, acerca do design para *hackear* ou remixar, significa que as barreiras, para utilizar e reutilizar o conteúdo de um site, devem ser extremamente baixas. Muitos dos atuais *softwares* de navegadores permitem que o público copie sites alheios, veja apenas o conteúdo que deseja e tenha acesso ao código de programação. Esse tipo de serviço permite o desenvolvimento de interfaces mais ricas e funcionais, indo ao encontro da idéia do “*desktop online*”.

Ainda para que se aproveite o potencial da Internet como uma plataforma deve-se entender que os serviços não são mais limitados ao computador pessoal. O’Reilly (2005) cita como exemplo dessa característica o *iTunes*. Essa aplicação vai de um dispositivo portátil até a *web*, com o computador funcionando como estação de controle. Segundo o autor, essa área da *web 2.0* é uma das quais se espera uma grande mudança, à medida que mais e mais dispositivos estejam conectados à plataforma da Internet, gerando mais participação do público na construção da rede.

O aspecto de aproveitamento da inteligência coletiva pode ser considerado como chave da segunda geração da Internet no que diz respeito às mudanças provocadas pela tecnologia na produção de conteúdo na rede. Isto porque a valorização da inteligência coletiva é um fator relevante na potencialização da participação do público, uma vez que admite a importância da troca de conhecimento num modelo todos-todos. Para O’Reilly (2005), o princípio central por trás de empresas que nasceram com a Internet e

---

<sup>10</sup> Arquivos de agregamento de conteúdo pré-selecionado pelo público.

se mantêm vivas até hoje, é que elas abraçaram o poder que a rede tem de tirar proveito da inteligência coletiva.

A idéia de inteligência coletiva foi levantada por Pierre Lévy, que afirma que o ciberespaço é o receptáculo dessa inteligência. Segundo o autor, a rede pode potencializar a circulação do saber, culminando na inteligência coletiva. Para Lévy (2003), o ciberespaço é o ambiente do saber, onde circulam informações, discussões, conhecimento e troca de experiências. O desenvolvimento da rede faz com que os laços que se criam nela gerem uma coletivização de saberes. Alguns exemplos, citados por O'Reilly (2005), esclarecem determinadas funções da inteligência coletiva na rede:

- o sucesso do *Google* como ferramenta de busca: esta liderança se deve à introdução do *PageRank* para determinar o saldo das buscas. Esse método utiliza a estrutura de *links* da *web* para definir qual site vai aparecer primeiro no resultado gerado pelo serviço, ou seja, quanto mais visitada uma página for, mais chances ela terá de ser o fruto de determinada busca feita no *Google*;
- *Amazon*: o diferencial do site de vendas da *Amazon* está no fato de que a empresa utiliza a participação do público para gerar mais negócios. Os interagentes podem recomendar produtos e, além disso, a ferramenta de busca do site oferece os resultados mais populares para a sua procura.
- *Wikipedia*: esta enciclopédia *online* é aberta para qualquer um que quiser adicionar, editar ou apagar o conteúdo existente na página. O site é inteiramente escrito de forma colaborativa e sem edição prévia de moderadores. A “garantia” de credibilidade está na confiança da inteligência coletiva, isto é, os criadores da enciclopédia afirmam que assim como existem muitas pessoas para quebrar o serviço, também há uma série de fiscais para colaborar no processo.
- *social bookmarking* e “*folksonomia*”: sites como *del.icio.us*<sup>11</sup> e *Flickr*<sup>12</sup> são pioneiros nesses dois conceitos. *Social bookmarking* indica uma espécie de “favoritos” coletivo, ou seja, o interagente pode registrar no site os seus *links* favoritos e disponibilizar essa lista para toda a *web*. O que diferencia esse serviço de uma simples lista é o fato de ele utilizar *tags*<sup>13</sup> para referenciar o material ali presente. No uso de *tags*, ao invés do público catalogar o material

---

<sup>11</sup> <http://del.icio.us/>

<sup>12</sup> <http://www.flickr.com>

<sup>13</sup> *Tag* é uma espécie de palavra-chave atribuída a um tipo de informação com o objetivo de descrever ou classificar o dado. A *tag* é, geralmente, gerada pelos interagentes.

por data, local ou autor, os interagentes são livres para escolher qualquer palavra que considerem relacionada ao tema que estão catalogando, para referenciá-lo no sistema. Esse tipo de categorização é utilizado também no *Flickr*, onde as fotos podem ser classificadas por palavras que o público considere associadas.

Outro efeito que enfatiza a importância da inteligência coletiva é a “longa cauda”, ou o poder coletivo dos pequenos sites que formam uma rede de contatos e o volume de conteúdo presente na *web*. A expressão “longa cauda” significa que os serviços que utilizam os dados presentes na rede não devem focar-se apenas no centro, mas também nas bordas, isto é, não somente na cabeça, mas também na cauda. Dessa maneira, é possível alcançar a rede toda e propagar informações com maior e melhor efeito.

## **AS MUDANÇAS NA PRÁTICA JORNALÍSTICA**

A potencialização da interatividade na segunda geração da Internet gera mudanças na prática jornalística presente na rede. Lara (2004) afirma que o acesso massivo aos novos meios de produção e o desejo do público de se tornar parte ativa nos processos de comunicação, geram uma participação que exige uma maior integração entre os cidadãos e a construção da notícia. Neste contexto, Silva Jr. (2002) assegura que a Internet pluraliza as informações que compõem a produção da notícia e faz surgir práticas jornalísticas desvinculadas daquelas presentes nos meios tradicionais. O público passa a ter maior espaço dentro das publicações e este espaço denota-se de várias maneiras, como enfatiza Leal (2003), quando diz que o público interfere, agora, em diversos momentos da produção da notícia, seja na sugestão de pauta, na discussão, no acompanhamento e/ou na produção.

A partir disso, entende-se que esta construção participativa exige um debate em torno das rotinas produtivas do jornalismo tradicional, confrontadas com aquelas que se apresentam atualmente na Internet. Para Bowman e Willis (2003), o jornalismo sempre teve que responder às mudanças sociais e tecnológicas. O desenvolvimento das tecnologias de comunicação traz um contexto de transformações, afetando o jornalismo à medida que as informações passam a ser produzidas e publicadas por fontes de informação “não tradicionais”.

Expõe-se, neste momento, algumas das mudanças que ocorrem no jornalismo praticado em redes digitais, em função da participação do público na produção de conteúdo. São observadas as seguintes publicações: OhMyNews International, Slashdot<sup>14</sup>, Digg<sup>15</sup>, Wikinews<sup>16</sup>, VozDiPovo<sup>17</sup>, Linkk<sup>18</sup>, Brasil Wiki<sup>19</sup> e sosperiodista<sup>20</sup>. Estas foram escolhidas por formarem uma amostra heterogênea, uma vez que são observados sites de caráter global, da América do Norte, da América Latina, da África e do Brasil. Além do caráter geográfico, reúne-se uma amostra de publicações que possuem equipe editorial de jornalistas, que utilizam os interagentes como editores e que não utilizam nenhum tipo de edição. A comparação entre as publicações é feita abordando as características “Seleção”, “Equipe Editorial” e “Edição”.

Os aspectos foram escolhidos a partir dos parâmetros propostos por Wolf (2003), quando tem-se como elementos principais da organização do processo informativo, numa visão geral e comum à maioria dos órgãos de comunicação, a recolha do material, a seleção e a edição. Em função de que todas as publicações, recebem o conteúdo a ser publicado diretamente dos seus colaboradores, não se aprofunda a discussão no aspecto da recolha do material. Ainda de acordo com o autor, a seleção do material que chega até o veículo de comunicação é a separação do que vira notícia e do que não é utilizado. A seleção é feita com relação aos critérios de noticiabilidade da publicação, mas não é somente isso que define o processo. Para o autor, a seleção é uma tarefa complexa que permeia toda a produção dentro de um veículo de comunicação. Os valores-notícia estão presentes desde o contato com as fontes até a produção da matéria. O processo precisa ser eficiente, já que o tempo de produção é escasso, por isso acaba influenciando todas as etapas da rotina jornalística.

O fato da seleção se caracterizar na divisão entre o que é ou não notícia é comum tanto à produção de conteúdo tradicional quanto à participativa. No entanto, nessa última, não há, necessariamente, jornalistas profissionais envolvidos no processo. Dentre os sites que utilizam jornalistas profissionais para atuar na seleção de material, estão apenas o OhMyNews International e o Brasil Wiki. Nesses, os critérios de

---

<sup>14</sup> <http://slashdot.org>

<sup>15</sup> <http://www.digg.com>

<sup>16</sup> <http://en.wikinews.org>

<sup>17</sup> <http://www.vozdipovo-online.com>

<sup>18</sup> <http://www.linkk.com.br>

<sup>19</sup> <http://www.brasilwiki.com.br>

<sup>20</sup> <http://www.sosperiodista.com.ar/>

noticiabilidade estão relacionados às rotinas produtivas tradicionais e à proposta da publicação. O OhMyNews possui uma ampla política editorial acessível no site, solicita um cadastro rígido dos colaboradores e, ainda, pede que junto à matéria que se deseja publicar, se enviem informações relativas às fontes consultadas para a produção do texto. No Brasil Wiki, o interagente que colabora deve concordar com o termo de uso exposto pelo site. Nele, há uma explicação sobre a necessidade de utilizar o serviço de boa-fé e corretamente, além de esclarecimentos quanto à publicação de conteúdo protegido por direitos autorais, ao envio de *spams* e informações ofensivas.

No site Slashdot, a seleção é feita por uma equipe formada por oito pessoas envolvidas na gestão da publicação. Esses editores recebem o material e decidem o que será publicado. A seleção é feita a partir de critérios próprios do site, incluindo fatores técnicos e editoriais. Nos sites Digg e Linkk, não há uma equipe de jornalistas, nem mesmo um grupo que selecione o material que será publicado. Todo o conteúdo enviado é publicado na seção “*Upcoming Stories*”, no caso do Digg, e “Novas notícias”, no caso do Linkk. Os próprios interagentes votam nas notícias enviadas e decidem qual a mais relevante, as que recebem mais votos aparecem na página inicial da publicação.

O Digg oferece informações sobre que tipo de conteúdo que pode ser enviado ao site e como o interagente procede para disponibilizar informações. O colaborador deve concordar com os termos de uso e privacidade da publicação. Já o Linkk não oferece um guia de estilo e nem uma política editorial que deva ser respeitada pelos colaboradores.

O Wikinews é o caso de maior diferença entre os outros. O site não seleciona o material que é publicado, simplesmente tudo vai ao ar. Além de não ser selecionado, o conteúdo também não é hierarquizado de acordo com sua importância, os fatos aparecem na página inicial conforme a ordem cronológica. Segundo a definição presente no site, o Wikinews não contém artigos que sejam comentários ou opiniões pessoais, para isso, a publicação sugere que se use a ferramenta dos *blogs*.

Nos sites VozDiPovo e sosperiodista, a seleção do material recebido é feita por uma equipe editorial formada por membros criadores dos sites. No caso do VozDiPovo, que se auto-declara uma Organização Não-Governamental (ONG), a edição é feita pelos membros da diretoria da publicação. O site deixa explícito quem são essas pessoas, qual sua função dentro da publicação e qual sua formação. Já no site sosperiodista, não fica claro quem são os responsáveis pela seleção do material e quais suas funções.

A edição é o segundo aspecto tido como principal na organização do processo informativo. Para Wolf (2003), a edição é o processo de preparação e apresentação das informações, além de basear-se no ato de colocar o conteúdo no formato em que deve ser apresentado, corrigir erros, checar informações e, ainda, “anular os efeitos das limitações provocadas pela organização produtiva, para restituir à informação o seu aspecto de espelho do que acontece na realidade exterior [...]” (p. 244).

Assim como Wolf, Medina (1987) também coloca a edição como uma das etapas fundamentais na organização do processo informativo. Para a autora, entre as principais funções do editor estão a articulação do conteúdo presente na matéria e a angulação das informações. Dessa maneira, o editor deve estar ciente da política da publicação, pois a angulação feita por ele é o que torna o material publicável.

O Brasil Wiki e o OhMyNews possuem uma equipe de jornalistas profissionais para atuar na seleção, checagem e edição da informação enviada por interagentes. No primeiro, enquanto é avaliado, o material fica na sessão “Pendentes”, se a checagem confirmar a possibilidade de publicação, ele vai para a sessão sugerida pelo colaborador no momento do envio do conteúdo. No OhMyNews, enquanto é checado e editado, o material não aparece na publicação. Conforme Brambilla (2006), no site, a edição inclui uma checagem minuciosa das informações. Tanto no Brasil Wiki quanto no OhMyNews, os interagentes não podem mudar o conteúdo já publicado e a posição das informações na página inicial é definida pela equipe de jornalistas.

No Wikinews, a edição pode ser feita por qualquer um. Assim como todo conteúdo enviado é publicado, todo conteúdo publicado pode ser editado por qualquer pessoa. Além disso, algum material considerado ofensivo também pode ser retirado do ar pela equipe de programadores, através de alguma denúncia recebida de colaboradores. A posição das notícias na página inicial da publicação é orientada apenas pelo caráter cronológico da informação.

Nos sites Slashdot, Digg e Linkk, não há uma equipe para edição do material. Em caso de algum erro na informação ou de algum tema considerado ofensivo, os interagentes podem fazer a denúncia desse conteúdo para a equipe de programadores do site que retira a informação do ar, porém depois de publicadas, as informações não podem ser modificadas pelos colaboradores.

Nos sites VozDiPovo e sosperiodista, assim como a seleção, a edição também é feita por equipes editoriais formadas pelos administradores do site antes da publicação do conteúdo. Também são as equipes que decidem quais os conteúdos que vão estar presentes na página principal da publicação. Antes que seja editado e avaliado, o material não aparece em nenhuma seção do site. Os interagentes não são autorizados a mudar o que já foi publicado.

Através da discussão empregada até aqui, pode-se entender que o processo de edição que ocorre em publicações participativas da Internet é, em sua maioria, bastante diferente daquele presente na rotina de produção jornalística tradicional. Propõe-se que a edição mais próxima do modelo é aquela onde há uma equipe de jornalistas profissionais atuantes que leva em conta critérios de noticiabilidade, para interferir na forma de apresentação do conteúdo. Um modelo intermediário seria a edição feita por uma equipe formada por colaboradores ou membros da coordenação do site, onde são feitas mudanças estruturais no texto e também se analisa se o conteúdo é pertinente à política editorial da organização. O nível de edição que poderia ser equiparado a uma ruptura no processo tradicional seria aquele onde não há nenhum tipo de edição do conteúdo, ou quando essa pode ser feita por qualquer pessoa, uma vez que o material esteja disponibilizado.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com o propósito de discutir algumas mudanças que ocorrem no jornalismo praticado em redes digitais, através deste trabalho pode-se entender que o processo de produção de publicações participativas das redes digitais é bastante diferente daquele visto em meios de comunicação tradicionais. Antes, os níveis de seleção e edição eram praticamente imutáveis na sua função de regular as informações publicadas. No entanto, observou-se que muitos sites não selecionam o conteúdo que recebem e também não o editam.

Tem-se, então, que as mudanças que ocorrem na prática recente do jornalismo fazem parte de uma potencialização da interatividade e um aumento na participação do público, na produção de conteúdo em redes digitais. Embora não tenha sido abordada no trabalho, pode-se dizer que a apropriação das ferramentas interativas da rede pelo público, é, em muitos momentos, motivada por questões culturais ou políticas. Um dos

fatores geradores da mudança na produção jornalística é a insatisfação com a qualidade do jornalismo praticado pelas grandes redes de comunicação.

No jornalismo de modelo comercial, como é praticado hoje, percebe-se que muitos veículos de comunicação assumem posturas ideológicas que impedem um tratamento correto da informação. Além disso, os jornalistas profissionais estão cada vez mais submetidos às pressões do mercado e também políticas. Na tentativa de manter o emprego, o profissional submete-se a ideologias mercantilistas e defesas de propósitos políticos que agradam aos “empresários da comunicação”. Sem contar todos esses obstáculos, o jornalista ainda tem que correr contra o tempo e contra a falta de recursos operacionais. Dentro do modelo tradicional de jornalismo, o público pode muito pouco contra isso.

A potencialização da participação do público não vem para substituir a função do jornalista, mas para agregar. O público não vem para dividir, mas sim para multiplicar. A participação é uma conquista, um processo ativo que cresce a partir de um sentimento de insatisfação. Ela surge como resposta ao trabalho mal-feito, verificado em diversos veículos de comunicação. Sendo assim, da mesma forma como é importante compreender que a segunda geração da Internet não ocorre como um evento isolado no tempo, também deve ser entendido o jornalismo praticado em redes digitais. Paraphrasing Palacios, a constituição de novos formatos midiáticos não é um processo linear de superação e substituição dos suportes anteriores, mas sim uma articulação de diversos formatos jornalísticos que podem conviver e se complementar, caracterizando continuidades e potencializações no jornalismo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. **We Media, how audiences are shaping the future of news and information**. 2003. Disponível em: <<http://www.mediacenter.org>>. Acesso em: 20 jun. 2006.

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo open source: discussão e experimentação do OhMyNews International**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Porto Alegre Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.

LARA, Tiscar. Weblogs y periodismo participativo. **Pauta Geral**, n. 6, p. 217-239, 2004.

LEAL, Ana Regina Barros Rego. Webjornalismo brasileiro de referência. **Comunicação e Espaço Público**, ano VI, n. 1 e 2, 2003.

LEMOS, André. Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais. **Revista Tendências XXI**. Lisboa, Portugal. 1997. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>>. Acesso em: 20 set. 2004.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma Antropologia do Ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2003.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda**. São Paulo: Ática, 1987.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo on line e os espaços do leitor**: um estudo de caso do NetEstado. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1998.

O'REILLY, Tim. **What is web 2.0**. 2005. Disponível em: <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 21 maio 2006.

\_\_\_\_\_. **Web 2.0 compact definition**: trying again. 2006. Disponível em: <[http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web\\_20\\_compact.html](http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web_20_compact.html)>. Acesso em: 20 dez. 2006.

MILLEIRO, Andrés. **Entrevista a Jose Luis Orihuela**. 2006. Disponível em: <<http://www.andresmilleiro.info/blog/entrevista-a-jose-luis-orihuela>>. Acesso em: 7 jan. 2007.

PALACIOS, Marcos. **Fazendo jornalismo em redes híbridas**: Notas para a discussão da Internet enquanto suporte midiático. 2003. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/jol/producao2003.htm>>. Acesso em: 04 jan. 2007.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo. **Revista da Famecos**, Porto Alegre: PUCRS, n. 12, p. 81-92, jun. 2000.

\_\_\_\_\_. Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva. **Fronteiras**: estudos midiáticos, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003.

SILVA JUNIOR, José Afonso da. A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso. GT – Estudos de Jornalismo, XI Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. **Anais...** Rio de Janeiro, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2002.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.  
This page will not be added after purchasing Win2PDF.