UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

MARCIA APARECIDA SILVA BLASQUES

Navegar é preciso

Jornalismo, autoria e colaboração

São Paulo
2010

MARCIA APARECIDA SILVA BLASQUES

Navegar é preciso

Jornalismo, autoria e colaboração

Tese apresentada à Escola de
Comunicações e Artes da Universidade de
São Paulo para obtenção do título de
Doutor em Ciências da Comunicação

Área de Concentração: Teoria e Pesquisa
em Comunicação
Orientadora: Profa. Dra. Cremilda Celeste
de Araújo Medina

São Paulo
2010

AUTORIZO A REPRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO TOTAL OU PARCIAL DESTE TRABALHO, POR QUALQUER MEIO CONVENCIONAL OU ELETRÔNICO, PARA FINS DE ESTUDO E PESQUISA, DESDE QUE CITADA A FONTE E QUE NÃO TENHA FINS LUCRATIVOS E/OU COMERCIAIS.

FICHA CATALOGRÁFICA

Blasques, Marcia Aparecida Silva

Navegar é preciso – Jornalismo, autoria e colaboração / Marcia Aparecida Silva Blasques; orientador: Cremilda Celeste de Araújo Medina. – São Paulo: ECA/USP, 2010.
220 f.

Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.
Inclui anexos e bibliografia.

1. Epistemologia do jornalismo. 2. Internet. 3. Autoria. 4. Colaboração. 5. Comunicação. I. MEDINA, Cremilda Celeste de Araújo. II. Universidade de São Paulo. Escola de Comunicações e Artes. Doutorado em Ciências da Comunicação. III. Título.

Nome: BLASQUES, Marcia Aparecida Silva

Título: Navegar é preciso – Jornalismo, autoria e colaboração

Tese apresentada à Escola de Comunicações e
Artes da Universidade de São Paulo para
obtenção do título de Doutor em Ciências da
Comunicação

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Ao Eduardo, companheiro de todas as jornadas.

À Bia, à Mariana e ao Lorenzo, que trilharão os caminhos que traçamos hoje.

Agradecimentos

À Cremilda Medina, amiga e orientadora há quase duas décadas, pelo apoio, confiança e carinho sempre demonstrado.

A Eduardo, pela paciência infinita, pela força pétrea e pela ajuda contínua em todos os momentos.

Às amigas que me acompanham desde sempre e que estão aí para o que der e vier: Alessandra, Juliana, Pat Pat e Pat Giu.

À Katuscia, amiga querida, pelas longas conversas conceituais e pelo papel fundamental que teve nesta pesquisa.

A Marcelino e Leandro, por uma vida de fraternidade de sangue e de sentimentos.

Aos meus pais, por me fazerem quem sou.

Resumo

Com o advento da internet e, principalmente, com o surgimento e crescimento das ferramentas da web 2.0, marcadas pela possibilidade de cooperação e compartilhamento, novos desafios são colocados no cotidiano da prática jornalística. Entre eles está o papel do repórter como autor e mediador social.

Nesta tese, tento encontrar pistas que levem a perceber o lugar do jornalista-autor nos meios colaborativos – em especial blogs e wikis –, considerando aspectos como a criação de comunidades, a função-autor e a capacidade do mediador social de garantir a polifonia e a polissemia nas narrativas da contemporaneidade que produz.

Palavras-chave: epistemologia do jornalismo, internet, autoria, colaboração, comunicação.

Abstract

With the emergence and growth of the tools of Web 2.0, with possibility of cooperation and sharing, new challenges are placed in daily journalistic practice. Among them is its role as author and social mediator.

In this thesis, I'm looking for clues to find the place of the journalist-author in collaborative media – especially blogs and wikis – considering issues as creation of communities, the author-function and capacity of social mediator to ensure polyphony polysemy at the narratives of contemporary.

Keywords: epistemology of journalism, internet, authoring, collaboration, communication.

SUMÁRIO

Introdução.....	2
Capítulo 1.....	15
Capítulo 2.....	33
Capítulo 3.....	52
Capítulo 4.....	73
Capítulo 5.....	103
Considerações finais.....	155
Referências bibliográficas.....	160
Anexos.....	168
Anexo 1 – Íntegra da entrevista com o jornalista Milton Jung.....	168
Anexo 2 – Íntegra da entrevista com o jornalista Luis Nassif.....	182
Anexo 3 – Íntegra da entrevista com o jornalista Luiz Carlos Azenha.....	196
Anexo 4 – Íntegra da entrevista com o editor da Wikinews Vander Marcovecchio...	208

INTRODUÇÃO

A tracajá – pequena tartaruga amazônica ameaçada de extinção – atravessa a tela com seu lento caminhar. A artista nos adverte: aquele é um espaço de refúgio, de aconchego, de acolhimento. Teias brotam por todos os cantos e formam a rede: nós que se intercomunicam, formam nexos, transformam o caos em cosmo a partir de pequenos fragmentos.

O “Livro das telhas” (CARVALHO, 2008), obra de Josely Carvalho, é uma instalação digital formada por pequenos blocos de conteúdo. Cada um destes blocos – que pode ser uma imagem, um link ou um texto – é uma “telha” e é resultado de contribuições feitas tanto por Josely quanto por outras pessoas que passeiam pelo site. Nas palavras da artista, o “Livro das telhas” é um projeto interativo que “permite a multiplicidade de vozes organizada por um processo de banco de dados para coletar a narrativa não-linear das experiências pessoais, dos mitos, dos eventos históricos, imagens, animações e sons”.

Dessa “multiplicidade de vozes”, nasce a obra de arte. Josely não inseriu grande parte dos conteúdos que compõem o site. Mas uma coisa é inegável: a artista é autora do “Livro das Telhas”, seja pela concepção do projeto, seja pela maneira como interconecta cada nova telha que surge. Josely, maetrina de uma obra que se faz e se refaz diante de cada visitante, cria nexos entre as várias telhas, permitindo que cada pessoa, independentemente do caminho percorrido, entre na atmosfera desejada, mergulhe no conceito do trabalho:

“Evocando o ganho ou a perda – psicológico, sociológico, emocional e físico – do abrigo, por conta de guerras, desastres naturais, razões econômicas, novos endereços virtuais, migrações e outros eventos históricos –, [o “Livro das Telhas”] recupera, assim, nossa necessidade fundamental de ser acolhido. A artista trabalha com o conceito de que a arquitetura é parte da história pessoal de todos nós e o abrigo é a extensão do corpo de cada um” (CARVALHO, 2008: Preface).

Não é de hoje que a arte explora a plenitude de caminhos que a comunicação social apenas começa a trilhar. O uso de blogs¹, redes sociais como Orkut ou Facebook², wiki³, Twitter⁴, entre outras ferramentas da web 2.0⁵, tenta trazer para o cotidiano do jornalismo o diálogo possível, numa interação quem

1 Segundo definição do dicionário Aurélio, blog é um “serviço que permite ao internauta criar e manter uma página em que as informações são apresentadas em ordem cronológica reversa (as mais recentes aparecem primeiro), tendo cada publicação sua data e hora de inserção, e também um espaço onde outros internautas podem incluir comentários associados. [inicialmente foi usado como diário, mas com a popularização tornou-se também um meio para publicação de notícias, divulgação de ideias etc.]”.

2 O Orkut (www.orkut.com) e o Facebook (www.facebook.com) são conhecidos exemplos de redes sociais na internet – ou seja, sistemas que permitem relacionamentos entre pessoas mediados por computador. Esses sistemas possibilitam a criação de perfis, nos quais os usuários cadastrados armazenam informações pessoais e/ou profissionais. Cada perfil pode ser conectado a outros, formando uma rede de relacionamentos e compartilhamento de dados, informações e outros tipos de interações (fóruns, bate-papos, criações colaborativas etc.).

3 Os termos wiki e WikiWiki são usados para identificar um tipo de software colaborativo usado para criar páginas na web. Esses programas permitem que os documentos sejam editados por múltiplos usuários, por meio de um navegador web. Segundo a definição de wiki, na Wikipédia, “o que faz o wiki tão diferente das outras páginas da internet é certamente o fato de poder ser editado pelos usuários que por ele navegam. [...] Desse jeito, é possível corrigir erros, complementar ideias e inserir novas informações. Assim, o conteúdo de um artigo se atualiza graças à comunidade. Os problemas que se podem [sic] encontrar em wikis são artigos feitos por pessoas que nem sempre são especialistas no assunto, ou até vandalismo, substituindo o conteúdo do artigo. Porém o intuito é, justamente, que a página acabe por ser editada por alguém com mais conhecimentos”.

4 O Twitter é um serviço de micro-blogging, lançado em 2006. O micro-blogging é uma forma de publicação em blog (ou seja, em ordem cronológica) que permite aos usuários fazer atualizações breves de texto (em geral com menos de 200 caracteres. No caso específico do Twitter, os textos têm, no máximo, 140 caracteres) e publicá-las para que sejam vistas publicamente ou por um grupo restrito. Estes textos podem ser enviados por SMS, mensagens instantâneas, e-mail, MP3 ou pela web.

5 Web 2.0 é o termo utilizado para descrever o que seria a “segunda geração” da internet – um ambiente que reforça o conceito de troca de informações e colaboração entre os usuários, com sites e serviços virtuais. Com a web 2.0 vieram os blogs, os fotoblogs, os wikis e as redes sociais.

sabe mais “real” e profunda com o leitor/ouvinte/espectador – que também, cada vez mais, assume para si o papel de interator⁶.

Em 2006, quando iniciei essa pesquisa, algumas experiências internacionais já se destacavam nesse sentido (BRAINARD, 2006). A revista científica norte-americana *Scientific American*, por exemplo, aventurava-se pela primeira vez no que ficaria conhecido como “wiki-jornalismo”.

Em setembro daquele ano, um grupo de cientistas, liderado pelo paleoantropólogo Zeresenay Alemseged, anunciou os resultados do estudo do esqueleto de 3,3 milhões de anos de um *A. afarensis*. Apesar de ser cerca de 100 mil anos mais velho do que a famosa “Lucy”, o esqueleto analisado – de uma criança de três anos – ficou conhecido como “Bebê de Lucy”. O artigo seria publicado na revista *Nature*, em uma data posterior ao fechamento da edição impressa da *Scientific American*. Como a matéria só poderia sair no mês seguinte, os editores resolveram inovar. “Imediatamente soubemos que queríamos fazer mais do que o usual”, lembrava a então editora da *SciAm Online*, Kate Wong.

Um dia antes da publicação do artigo de Alemseged, Wong colocou no site da revista uma pequena notícia descrevendo a descoberta e o significado do trabalho dos cientistas para o entendimento da evolução humana. Ao lado da nota, um convite: “Participe da nossa experiência editorial”. A nota explicava que uma nova reportagem sobre o tema seria publicada na edição de dezembro da

6 Pesquisadores que estudam a internet estabelecem três classificações para aquela figura que os teóricos da comunicação mais tradicionais chamam de “receptor” e, ao longo desta tese, os três serão utilizados, considerando-se as seguintes definições: o internauta é um conceito comum no início da internet, e utiliza a metáfora do navegador, daquele que explora mundos ainda desconhecidos. A ideia de internauta ainda está muito ligada ao conceito de “receptor”, uma vez que é a pessoa que senta diante do computador, navega pela rede e “recebe” os conteúdos nela existentes. O usuário é figura que surge a partir de 2001, quando a internet se organiza em um sistema organizado: é a pessoa que, diante do computador, interage com o sistema, “utilizando” os serviços oferecidos pela rede: compras, pagamentos de contas etc. Em 2006, com a configuração da web 2.0, surge o interator. O interator é a “evolução” do usuário, uma vez que continua utilizando o sistema, mas não mais apenas como consumidor/receptor. Ele é, agora, produtor de conteúdos e informações que também alimentam esse sistema. Todos nós assumimos esses três papéis em diferentes momentos, dependendo do tipo de ação que pretendemos fazer na rede: simplesmente procurar um artigo no Google e lê-lo (internauta), fazer check-in online no site de uma companhia aérea (usuário) ou criar um blog para discutir determinado assunto (interator).

revista impressa e solicitava comentários dos leitores sobre que informações o material deveria conter. Um link dava acesso a um blog, no qual os interessados podiam postar sugestões e questões. A editora também contatou vários especialistas em paleoantropologia e em evolução humana para solicitar contribuições.

Em menos de dois meses, mais de 100 leitores e seis pesquisadores postaram comentários e sugestões no blog. A partir daí, Wong fez a reportagem e criou sua narrativa, incluindo vários elementos que ela, como repórter, não havia pensado inicialmente. “Eu não tinha tão claro que havia várias coisas que os leitores podiam querer saber”, comentou a jornalista, ao final da nova edição. “E eu não acho que teria, por conta própria, incluído vários detalhes que o público julgou relevantes.”

A história final apresentava não apenas a nova reportagem, mas também a explicação de como o texto final havia sido feito. A nota do editor, intitulada “O velho bebê na nova mídia”, afirmava: “Wikis, redes sociais e outros exercícios de autoria coletiva abriram nossos olhos para novos meios de criar conteúdo de qualidade”.

Um ano antes da *Scientific American*, o *Los Angeles Times* fizera uma experiência de criação colaborativa talvez ainda mais ambiciosa. No dia 17 de junho de 2005, o jornal publicou um editorial, intitulado “War and Consequences”, sobre a guerra do Iraque, e, ao mesmo tempo, disponibilizou um “Wikitorial” – ou seja, um editorial para ser escrito em parceria com os leitores, em plataforma wiki – com o título “Dreams about war and retribution”, que poderia ser editado por qualquer usuário que se registrasse no site e tivesse mais de 13 anos de idade.

O texto de introdução ao primeiro Wikitorial apontava os riscos da empreitada, mas lançava o desafio:

Quanto você gosta do nosso editorial? Muito? Obrigado! Nem tanto? [...] o que fazer a esse respeito? Você pode nos mandar um e-mail (ou mesmo uma carta, se encontrar um selo). Mas hoje você tem uma nova opção: reescreva o editorial você mesmo, usando uma página web conhecida como wiki, em latimes.com/wiki.

Wikis estão entre as mais novas formas de comunicação que surgiram na web. [...] Quando você acessa uma wiki, o que você vê é uma página que reflete todas as mudanças feitas nela. Você também pode checar as versões intermediárias. E pode inserir ou adicionar suas próprias alterações. O resultado é uma constante e envolvente colaboração entre os leitores em uma busca comunitária pela verdade. Ou essa é a teoria.

Isso parece excêntrico. Mas o exemplo mais conhecido funciona desconcertantemente bem. É a Wikipédia, a enciclopédia online construída a partir da colaboração de milhares de leitores (sob mínima supervisão da equipe do site). Leitores são também checadores de informação.

É claro, enciclopédias e editoriais de jornais são formas literárias muito distintas. Contribuintes da Wikipédia compartilham em geral o compromisso com a acurácia. Por contraste, fortes divergências de opinião estão entranhadas no conceito de editorial. Muitos céticos previram obstáculos; como uma velha senhora com artrite que olha para a pista de dança, eles dizem, o Los Angeles Times vai quebrar o quadril antes de conseguir aplausos. Nós admitimos essa possibilidade.

Apesar disso, nós seguimos adiante. Nós chamamos isso de "versão beta" [...]. Um termo melhor talvez fosse "experimento". Começaremos com um único wikitorial. Talvez, daqui a um ano, o link "Wiki esta página" seja tão comum na web como "Imprimir esta página" ou "Envie esse artigo por e-mail". Ou talvez não.

Isso depende em parte de você. Você pode nos ajudar, participando e evitando comportamento hostil de outros

leitores. [...] Também contamos com você para sugerir melhorias.

Quem sabe onde isso vai nos levar? Talvez para o lixo das falhas embaraçosas. Ou, quem sabe, para uma nova forma de jornalismo de opinião, que reflita a posição de todos aqueles que resolveram participar. (LOS ANGELES TIMES, 2005, tradução minha)

Um razoável grupo de leitores não demorou a responder ao pedido do jornal. Mas enquanto alguns se engajaram na proposta, outros – mais motivados, talvez – se reuniram para vandalizar⁷ o texto com conteúdos fora do tema (conhecidos na web como *off topic*) e até pornográficos. Quarenta e oito horas após a publicação, o *Los Angeles Times* decidiu tirar o Wikitorial do ar. Uma sucinta explicação substituiu o material original:

Infelizmente, nós tivemos que remover este conteúdo, pelo menos temporariamente, porque alguns poucos leitores inundaram o site com material inapropriado.

Nosso agradecimento e nossas desculpas para as milhares de pessoas que participaram com o espírito correto. (LOS ANGELES TIMES, 2005b, tradução minha)

Exitosos ou fracassados, esses exemplos – por seu caráter experimental – contrastavam com o que era visto no cenário brasileiro na mesma época. Sites e blogs de notícias se multiplicavam exponencialmente, mas, de modo geral, seguiam um modelo de menor interação direta com o leitor: o jornalista-autor publicava o texto, os visitantes comentavam. Tais intervenções podiam ou não suscitar respostas do jornalista-autor, mas em geral a discussão permanecia entre

7 Nas comunidades wikis, os vândalos são pessoas que querem tumultuar o ambiente de colaboração e executam ações prejudiciais, como a eliminação de informações importantes, a inclusão intencional de erros, o acréscimo de dados inconsistentes com o tema etc.

os leitores. O conteúdo original raramente era alterado em sua estrutura – eventuais mudanças, em geral, eram feitas para corrigir ou acrescentar alguma informação *a posteriori*.

Algumas iniciativas desse período, no entanto, deram origem a experiências que atualmente apontam para novos caminhos, nos quais o jornalista começa a aprofundar o diálogo com o leitor e estabelecer uma relação mais próxima com ele. Essas experiências – pelo menos as nacionais, que serão estudadas com mais detalhes ao longo desta tese – reforçam, no entanto, a figura do jornalista enquanto autor e enquanto mediador social, capaz de “orquestrar” as várias vozes que se colocam no ambiente web.

É um ambiente ainda novo⁸ e em constante mutação, que permite não apenas outras formas de interação com o público – rompendo antigos paradigmas de emissão-recepção, a partir do qual os comunicadores sociais aprenderam a pensar – como também maneiras distintas de mediação, de narrativa e – por que não? – de autoria.

**

Lutando contra a tendência natural do pesquisador que se envolve com o objeto de pesquisa e a cada dia se encanta com um novo ângulo possível de estudo, limitarei este trabalho a um recorte bem específico: me focarei na figura do jornalista, considerando seu papel de autor-mediador e sua relação com o público/interator. Não abordarei outros comunicadores sociais – apesar de ter a intuição de que muita coisa de alguma maneira poderia ser extrapolada para outras áreas – e me centrarei em casos brasileiros. Experiências internacionais

⁸ Tanto os blogs quanto os wikis surgiram na segunda metade da década de 1990. Mas só começaram a se tornar populares a partir de 1999, quando o público começou a ter acesso a softwares que automatizavam a publicação dos conteúdos. Isso possibilitou que qualquer pessoa – mesmo sem conhecimento técnico – criasse e alimentasse seu blog ou um site com wiki.

serão citadas e comentadas, mais a título de curiosidade e para estabelecer alguns parâmetros de análise.

Meu ponto central de discussão será a questão da autoria – a partir, é claro, da premissa de que o jornalista é, antes de mais nada, um mediador social e um narrador da atualidade. E a pergunta para a qual procurarei uma resposta – provavelmente o mais correto seria dizer “pistas” – é: o jornalista continua autor de seu trabalho, considerando as possibilidades de interação e criação colaborativa proporcionadas web 2.0? É possível falar em “autoria” – e, se sim, qual sua relevância – num mundo em que qualquer pessoa pode publicar o que quiser na rede?

Minha hipótese é a de que a autoria não vai desaparecer. Pelo contrário: vai ganhar relevância, mesmo que se dê em dimensões distintas das quais estamos acostumados. Quero dizer: o papel do jornalista enquanto mediador social tende a se potencializar e sua marca autoral poderá ser, cada vez mais, o “selo de garantia”, ou filtro que o leitor/interator busca para separar o joio do trigo entre as informações disponíveis na rede. A autoria, nesse sentido, se daria em quatro aspectos:

- na consistência do texto,
- na legitimidade/credibilidade da informação,
- na relação com a complexidade do real,
- na sensibilidade.

Testarei a hipótese seguindo dois caminhos que, ao meu ver, se complementam: buscando o relato de jornalistas que atualmente se destacam naquilo que conhecemos como “blogosfera” e realizando uma experiência de criação colaborativa em ambiente wiki.

A busca do discurso não científico como prática epistemológica já é longamente utilizada por sociólogos como Boaventura de Souza Santos (2000), que propõe o reencontro da ciência com o senso comum. É ele quem nos recorda:

1. que todo conhecimento é em si uma prática social, cujo trabalho específico consiste em dar sentido a outras práticas sociais e contribuir para a transformação destas;
2. que uma sociedade complexa é uma configuração de conhecimentos, constituída por várias formas de conhecimentos adequadas às várias práticas sociais;
3. que a verdade de cada uma das formas de conhecimento reside na sua adequação concreta à prática que visa constituir;
4. que, assim sendo, a crítica de uma dada forma de conhecimento implica sempre a crítica da prática social a que ele se pretende adequar;
5. que tal crítica não se pode confundir com crítica dessa forma de conhecimento, *enquanto* [grifo do autor] prática social, pois a prática que se conhece e o conhecimento que se pratica estão sujeitos a determinações parcialmente diferentes. (SANTOS, 2000: 47)

Tentarei, portanto, realizar o que autor chama de “dupla ruptura epistemológica”⁹, trazendo a fala dos protagonistas (senso comum) ao diálogo com a teoria estudada (discurso científico), estabelecendo um “anarquismo metodológico” (2000: 109) que privilegia o qualitativo em detrimento do quantitativo. Não pretendo, nesta tese, traçar panoramas ou mesmo criar novas

9 (...) a dupla ruptura epistemológica manifesta-se na resposta a duas perguntas: como se faz ciência? (primeira ruptura); como é que a ciência se confirma ao transformar-se num novo senso comum? (segunda ruptura). (SANTOS, 2000:50)

taxonomias a partir de dados numéricos. Busco, isso sim, a compreensão de um quadro que se delineia e, para isso, é necessário escapar da frieza do cientista e deixar-se contaminar pelo calor das ruas e da realidade. Ainda citando Boaventura:

Uma comunidade científica pautada pela dupla ruptura epistemológica é maximamente intersubjetiva e tolerante. O conhecimento que produzirá não será “insensível” a esse fato. Será um conhecimento edificante, mais formativo do que informativo, tanto na contemplação, como na transformação do mundo, criador e não destruidor da competência social dos não cientistas, um conhecimento envolvido emocionalmente no alargamento e no aprofundamento da “conversação da humanidade”. (2000:118)

Uma mistura inextricável de *sapiens* e *demens*. Assim o sociólogo francês Michel Maffesoli (2007:92) descreve a vida social. Para ele, só é possível imaginar uma abordagem compreensiva do mundo que contemple rigor e poesia, razão e paixão, lógica e mitologia. Dividir o mundo em preto e branco, certo e errado, bem ou mal, é um dualismo que, na visão do autor, precisa ser superado pelo cientista. E isso implica, entre outras coisas, o não distanciamento entre o pesquisador e seu “objeto de pesquisa”. “(...) o pensador, ‘aquele que diz o mundo’, não deve ser motivo de abstração; ele faz parte daquilo que descreve e, situado no plano interno, é capaz de manifestar certa visão de dentro, uma autêntica ‘intuição’” (MAFFESOLI, 2007:31)

E o sociólogo vai além. Ele propõe o desenvolvimento de uma sociologia compreensiva, baseada em três aspectos: numa senso comunologia – ou seja, que o pesquisador trabalhe com os dados encontrados na vida cotidiana –, na observação dos dados sociais no presente e na empatia. Balizando minha pesquisa nesse tripé, apresentarei uma experiência na qual me coloco, enquanto

pesquisadora, como parte do exercício proposto. Ao delinear uma situação de criação colaborativa de uma narrativa da contemporaneidade, coloco-me no lugar do jornalista-autor, na tentativa de vislumbrar o local da autoria nesse novo contexto.

**

Meu percurso começa pela investigação do ambiente que estamos tratando, a internet. No capítulo 1 – *Navegar é preciso* – começo falando um pouco do surgimento da rede mundial de computadores e o seu rápido avanço até as ferramentas da web 2.0¹⁰. Alguns dados sobre o uso da internet no Brasil (considerando total de internautas e os principais usos da rede) serão relevantes para contextualizar o público que interage com o jornalista nas várias redes sociais. Tratarei também de questões como a cultura da internet, o que nos dá algumas pistas para compreender a ação das pessoas em rede.

O capítulo 2 – *Viver também é preciso* – aborda a questão das comunidades (virtuais e reais) e discute um pouco a internet enquanto espaço público. Tratarei de aspectos da atuação das pessoas em rede, seja no aspecto da criação – e aí é impossível não falar, mesmo que brevemente, em *commons* – seja na “economia da informação”. Termino falando sobre os pontos fracos das criações colaborativas – a chamada Tragédia dos *Commons* – e também sobre experiências que deram resultados positivos, entre elas a Wikipédia.

O jornalismo e, mais especificamente, papel do jornalista são os pontos centrais do capítulo 3 – *Quem quer passar além do Bojador...* Traçarei um breve quadro da imprensa online brasileira, abordando aspectos que nos levam a considerar uma crise tanto de paradigma quanto de modelo de negócio. Tratarei

¹⁰ Vale destacar que pretendo tratar das relações humanas na rede e que explicações técnicas ou tecnológicas serão evitadas na medida do possível – vou tratar de pessoas, não de máquinas.

também da questão da convergência de mídias, com o relato de experiências na área, e, é claro, do UGC (user-generated content, ou conteúdo gerado pelo usuário). Verificação de dados, independência, compromisso público e hiperlocalismo serão alguns dos conceitos tratados, além, é claro, da relação que esses interatores estabelecem com os jornalistas e vice-versa.

Considerando que a web 2.0 permite novas maneiras de interação com o público, tentarei colocar em discussão as novas competências e responsabilidades que o jornalista precisa ter, tanto na relação com a fonte e com o público, quanto na própria construção da narrativa. A criação de histórias multi-autorais não lineares é um desafio para o comunicador social do século XXI, que, cada vez mais, circula em cidades reais e se relaciona com comunidades virtuais.

O que é ser autor em veículos digitais e colaborativos? Essa é a questão central do capítulo 4 – *Tem que passar além da dor*. Para tentar compreender um pouco esse tema, abordarei experiências concretas na área, contando alguns casos de jornalistas que estão envolvidos com a criação colaborativa de reportagens, mas sem abrir mão de sua autoria.

O capítulo 5 – *Deus ao mar o perigo e o abismo deu...* – traz o relato da experiência realizada em ambiente wiki. E, finalmente, no capítulo 6 – *... mas nele espelhou o céu* – apresento as considerações finais de todo esse trajeto. Encontrarei o caminho? Talvez essa questão permaneça sem resposta. Talvez seja necessário mais do que uma vida de pesquisas para tentar vislumbrar o que se esconde nesse emaranhado de nós que chamamos verdade.

Para a realização desse trabalho, entrevistei três jornalistas-autores e um editor do site Wikinotícias que mantém blogs de sucesso. Estas conversas apresentam vários elementos interessantes que, apesar de não serem totalmente aproveitados nesta tese, podem servir como dado ou fonte de inspiração para

outros pesquisadores interessados no tema. Por isso, optei por publicar esse material na íntegra, nos *Anexos*.

E agora, convido o leitor que já caminhou até aqui a se aventurar no restante deste percurso comigo.

CAPÍTULO 1

Tudo vale a pena...

No canto do estacionamento do hipermercado, os computadores da pequena lan house passam quase despercebido das pessoas que entram e saem apressadas com seus carrinhos de compra. Mas para quem olha com atenção é fácil perceber que, diante de cada tela, olhos fixos revelam desejos, sonhos e – por que não? – saudades.

A jovem auxiliar de escritório aproveita a hora do almoço para olhar os recados que os amigos deixaram no Orkut. “É o único tempo que tenho. E, em casa, a internet é de linha discada. Demora uma vida...” Ao seu lado, o senhor de uma certa idade atualiza seu currículo numa conhecida agência de empregos online. “Já fui chamado para algumas entrevistas. E tenho amigos que conseguiram trabalho assim”. Já o rapaz, sentado bem no canto, aproveita o local quase escondido para teclar com três meninas. Responde para uma, chama a atenção da outra, começa uma briga com a terceira. E em meio a isso tenta fazer o download da última música de sua banda preferida e checa seus e-mails. “São dois reais a hora. Tem que aproveitar o tempo pra não gastar muito dinheiro”.

Nossos personagens integram uma considerável parcela dos 56 milhões de brasileiros¹¹ que navega na internet, mas que, sem acesso em casa ou no trabalho,

11 Dado da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio 2008 (PNAD 2008), divulgado pelo IBGE em dezembro de 2009. Esse total representa 34,8% da população com 10 anos ou mais.

busca inclusão digital por meio das lan houses¹². Segundo dados da PNAD 2008 (IBGE, 2010), os internautas se conectam principalmente para se comunicar com outras pessoas (83,2%), para atividades de lazer (68,6%) e para fins educacionais e de aprendizado (71,7%).

Pesquisa semelhante, organizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (2009), com dados relativos a 2008, mostra que as principais atividades desenvolvidas pelos usuários brasileiros na internet estão relacionadas à comunicação (90%), ao lazer (86%) e ao treinamento e educação (72%). Apenas 20% dos lares brasileiros possuem acesso à internet, dos quais 31% ainda se utilizam de conexões por linha discada. Apesar disso, 43% dos brasileiros declaram já ter acessado a internet alguma vez – sendo que desses, 54% o fazem diariamente. Sobre as atividades mais comuns do internauta brasileiro¹³, temos:

Gráfico 1: Atividades desenvolvidas na internet – Comunicação

12 As lan houses são, atualmente, o segundo lugar onde mais se acessa a internet no Brasil. O primeiro é o ambiente doméstico (57,1%) e o terceiro, o trabalho (31%) (PNAD 2008). As lan houses são, também, o local de acesso mais comum das classes mais baixas: enquanto o rendimento per capita das pessoas que acessam a internet em casa ou no trabalho é mais alto (respectivamente R\$ 1.336,00 e R\$ 1.523,00), o rendimento per capita dos usuários dos centros públicos de acesso gratuito e das lan houses é mais baixo (respectivamente R\$ 825,00 e R\$ 536,00).

13 Os resultados apontados na pesquisa do Comitê Gestor da Internet no Brasil, especificamente sobre o uso da rede pelos brasileiros, vão ao encontro do que é visto em outras sociedades. Estudos realizados pelo Censo dos Estados Unidos e pela Universidade da Califórnia mostram que mais de 80% dos usuários de internet daquele país utilizam a rede para troca de e-mails e mensagens instantâneas e para coleta de informações em geral (SHNEIDERMAN, 2003: 95).

Gráfico 2: Atividades desenvolvidas na internet – Busca de informações e serviços online

- Procurar informações sobre diversão e entretenimento
- Procurar informações sobre bens e serviços
- Procurar informações relacionadas à saúde ou a serviços de saúde
- Buscar emprego / enviar currículo
- Procurar informações sobre viagens e acomodações
- Procurar outras informações

Gráfico 3: Atividades desenvolvidas na internet – Lazer

- Assistir filmes ou vídeos (ex. YouTube)
- Ler jornais e revistas
- Jogar jogos online
- Ouvir rádio (em tempo real)
- Fazer download de filmes, músicas ou softwares
- Fazer download de jogos
- Assistir televisão (em tempo real)
- Divulgar filmes ou vídeos (ex. YouTube)
- Fazer/atualizar blog ou fotoblog
- Participar de ambientes de realidade virtual
- Outras atividades de lazer

Ainda que o problema da exclusão digital seja grande no país¹⁴, a penetração da internet vem aumentando. Segundo o Comitê Gestor da Internet:

Desde seu início, as taxas de crescimento da rede no Brasil foram bastante altas. O “número mágico” para a internet estava perto de 20% nesses últimos anos. Ou seja, os principais indicadores referentes às atividades do brasileiro via rede mostraram uma taxa de crescimento próxima de 17% ao ano.

- Em 2008, quase metade dos brasileiros já havia tido acesso à rede de alguma forma.
- O crescimento dos que têm acesso à rede em banda larga é maior do que os que têm acesso via linha discada, o que mostra uma migração para a conexão permanente, especialmente nos centros metropolitanos. Notemos que há uma mudança radical na postura do internauta quando este passa a se despreocupar com o tempo de acesso à rede e torna-se, virtualmente, uma presença permanente.
- Entre os que usam a rede, 16% já fizeram transações comerciais via internet. [...]
- A participação do governo, através de ferramentas que permitam o acesso a serviços e sistemas via rede, foi importante desde o começo. Basta citar o impressionante (em termos mundiais!) uso da internet para entrega de declarações de Imposto de Renda e a disponibilidade de serviços públicos pela rede. (2009:51-52)

Os números se tornam ainda mais expressivos se considerarmos o pouco tempo de história que a internet tem. Não é foco desse trabalho fazer uma

14 O PNAD 2008 aponta que apenas 31,2% das residências brasileiras possuem microcomputador. O número é baixo, apesar do crescimento em relação ao dado de 2007 (26,5%). Já a Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil 2008 destaca que além do custo elevado para a posse do computador e da conexão à internet, a falta de habilidade com a tecnologia é uma das principais barreiras para o uso da internet, apontada por 61% dos entrevistados. “Essa também foi a justificativa apresentada por 29% dos entrevistados que nunca utilizaram computador em seu domicílio. Esses dados mostram que, apesar dos avanços conquistados nos últimos anos na alfabetização dos brasileiros, a ainda precária formação de parte dos nossos cidadãos continua um fator relevante para que eles estejam excluídos desse processo”. (COMITÊ GESTOR DA INTERNET, 2009:45)

reconstituição histórica, nem sou especialista na área para tanto. Porém, algumas datas e um breve panorama podem ajudar a contextualizar toda a discussão que se seguirá.

Temos que retroceder até a década de 1950, plena Guerra Fria. A fim de mobilizar recursos de pesquisa – e, de certa forma, cooptar o mundo universitário – para garantir superioridade tecnológica militar em relação à União Soviética, em 1958 o Departamento de Defesa dos Estados Unidos criou a Advanced Research Projects Agency (Arpa – Agência de Projetos de Pesquisa Avançada). Vale lembrar que no ano anterior, os russos haviam lançado o primeiro Sputnik, acirrando a disputa entre os dois países.

Um dos departamentos da Arpa era o Information Processing Techniques Office (IPTO – Escritório de Técnicas de Processamento de Informação), que resolveu desenvolver um pequeno projeto chamado Arpanet. O principal objetivo do Escritório era fomentar pesquisas em computação interativa, e a Arpanet permitiria que os vários centros de computadores e grupos de pesquisa que trabalhavam na Arpa compartilhassem tempo de computação online.

Essa rede interativa de computadores foi montada com uma tecnologia então revolucionária na transmissão de telecomunicações, a comutação por pacotes. Segundo Castells (2003:14), o projeto “de uma rede descentralizada, flexível, foi uma proposta que a Rand Corporation fez ao Departamento de Defesa para a construção de um sistema militar de comunicações capaz de sobreviver a um ataque nuclear, embora esse nunca tenha sido o objetivo por trás do desenvolvimento da Arpanet”.

Os primeiros “nós” da rede, em 1969, estavam na Universidade da Califórnia em Los Angeles, na Universidade da Califórnia em Santa Bárbara, no Stanford Research Institute e na Universidade de Utah. Dois anos mais tarde, a rede já contava com 15 nós, a maioria em centros universitários de pesquisa.

Castells conta que o passo seguinte foi conectar a Arpanet a outras redes, criando um novo conceito: uma rede de redes. “Em 1973, dois cientistas da computação, Robert Kahn, da Arpa, e Vint Cerf, então da Universidade de Stanford, escreveram um artigo delineando a arquitetura básica da internet.” (2003: 14)

Para que as diversas redes pudessem “conversar” entre si, era necessário adotar protocolos¹⁵ de comunicação padronizados. Isso foi possível em 1973, com o desenvolvimento do que ficaria conhecido como “protocolo de controle de transmissão”, ou TCP. Cinco anos mais tarde, um grupo de pesquisadores da Universidade da Califórnia do Sul – entre eles Cerf – dividiu o TCP em duas partes, “acrescentando um protocolo intra-rede (IP), o que gerou o protocolo TCP/IP, o padrão segundo o qual a internet continua operando até hoje” (CASTELLS, 2003: 15).

Em 1975, a Arpanet foi transferida para a Defence Communication Agency (DCA – Agência de Comunicação de Defesa), órgão que criou a Defense Data Network, rede que operava com o protocolo TCP/IP e tornava a comunicação por computadores disponível para os diferentes ramos das forças armadas. Temendo falhas de segurança, o Departamento de Defesa resolveu criar, em 1983, uma rede independente para usos militares e a Arpanet foi dedicada exclusivamente à pesquisa. No ano seguinte, a Arpanet tornou-se parte da NSFNET, rede criada pela National Science Foundation (NSF).

¹⁵ Em computação, os protocolos são convenções que controlam e possibilitam a conexão, a comunicação e a transferência de dados entre dois sistemas. Um protocolo pode ser definido como uma “regra” que guia a semântica, a sintaxe e a sincronização da computação.

Se por um lado militares e universidades criavam a Arpanet, por outro, estudantes e pesquisadores dedicados à ciência da computação desenvolviam sua própria tradição de formação de redes de computadores. Em 1974, o Unix, um sistema operacional desenvolvido pelos Laboratórios Bell, foi liberado para as universidades norte-americanas. Seu código-fonte foi aberto e, em pouco tempo, o sistema tornou-se a “língua oficial” da maior parte dos departamentos de ciências da computação. Os estudantes tornaram-se peritos em sua manipulação.

Quatro anos mais tarde, Bell distribuiu o programa UUCP (Unix-to-Unix Copy), que permitia que os computadores copiassem arquivos uns dos outros. Com base nesse protocolo, quatro estudantes da Carolina do Norte desenvolveram um programa para comunicação entre computadores Unix – e uma versão aperfeiçoada do software foi distribuída gratuitamente entre usuários Unix em 1980. Era criada, dessa maneira, a Usenet News, uma rede fora da Arpanet, mas que ampliava consideravelmente a prática de comunicação entre computadores.

Ainda em 1980, estudantes de pós-graduação da Universidade da Califórnia em Berkley – cujo departamento de computação também era um nó da Arpanet – resolveram fazer um programa que unisse as duas redes. “Dali em diante, a Usenet ficou vinculada à Arpanet, as duas tradições gradualmente se fundiram e várias redes de computadores passaram a poder se comunicar entre si” (CASTELLS, 2003: 17).

Na mesma época, o Departamento de Defesa decidiu comercializar a tecnologia da internet, financiando fabricantes de computadores nos Estados Unidos para incluir o TCP/IP entre os protocolos de suas máquinas. Mas o que permitiu à internet sair dos redutos dos cientistas da computação e ganhar o mundo dos usuários leigos foi o desenvolvimento da www – uma aplicação de compartilhamento de informação desenvolvida em 1990, por um programador

inglês, Tim Berners-Lee, que trabalhava no Laboratório Europeu para a Física de Partículas (CERN), em Genebra.

[Berners-Lee] definiu e implementou o software que permitia obter e acrescentar informação de e para qualquer computador conectado através da internet: http, mtml e uri (mais tarde chamado URL). Em colaboração com Robert Cailliau, Berners-Lee construiu um programa navegador/editor em dezembro de 1990, e chamou esse sistema de hipertexto de world wide web, a rede mundial. [...] Muitos hackers do mundo inteiro passaram a tentar desenvolver seus próprios navegadores a partir do trabalho de Berners-Lee. [...] Dessas versões modificadas da www, a mais orientada para o produto foi o Mosaic [...] Eles [os desenvolvedores] incorporaram ao Mosaic uma avançada capacidade gráfica, tornando possível captar e distribuir imagens pela internet, bem como várias técnicas de interface importadas do mundo da multimídia. (CASTELLS, 2003:18)

Em 1990, já tecnologicamente obsoleta, a Arpanet foi retirada de operação e a rede mundial de computadores ficou totalmente livre do ambiente militar. Em 1995 a NSFNET foi extinta, o que abriu caminho para a operação privada da internet. Esse período (1990-1994) é chamado, por muitos pesquisadores, de pré-história da internet.

No Brasil, em setembro de 1988 uma conexão internacional dedicada e perene liga as então incipientes redes acadêmicas brasileiras ao restante do mundo. Os usuários – pesquisadores, professores e alunos – passaram a ter acesso ao correio eletrônico¹⁶, a bases de dados no exterior e também a outras redes mundiais. A internet só chegaria aqui em 1991, mas continuaria restrita a

¹⁶ O correio eletrônico surge antes da internet, como um sistema de troca de mensagens de texto, disponível ainda nas primeiras redes de computador. Com a Arpanet, no entanto, ele ganha destaque e seu uso torna-se corriqueiro. Em 1971, um programador da Arpanet, Ray Tomlinson, definiu o uso do @ (at, em inglês) para separar os nomes dos usuários e da máquina no endereço de e-mail, formato que usamos até hoje.

acadêmicos, alguns órgãos do governo e umas poucas ONGs. Em 1994, porém, surgem os primeiros provedores de acesso nacionais, o que permite uma migração maciça das antigas BBSs brasileiras para a rede mundial de computadores e o acesso do público em geral à internet. Em maio de 1995, é criado o Comitê Gestor da Internet no Brasil, entidade responsável por administrar os recursos centrais desta rede altamente descentralizada e colaborativa.

Na “primeira era” da internet (1994-2000) ocorre a “explosão” da chamada “internet comercial”, fora do controle da academia ou dos militares. Nos Estados Unidos, a primeira pizza é encomendada pela internet (e é entregue) em 1994. Em terras brasileiras, um fato curioso torna o cenário favorável à entrada de novatos na rede: os primeiros provedores de acesso eram ligados a importantes órgãos de informação e usavam conteúdo como forma de atrair o público. “Assim, proviam não apenas acesso à rede, mas, também, conteúdo em língua portuguesa. A internet no Brasil nascia sob promissora estrela e o conteúdo em português floresceu rapidamente, eliminando a barreira de entrada que o uso do inglês – a língua franca da rede – representaria” (COMITÊ GESTOR DA INTERNET, 2009:50).

O encantamento das pessoas com o novo meio era grande. John Perry Barlow, um dos criadores da Eletronic Frontier Foundation¹⁷, chegou a considerar a internet “a maior inovação tecnológica desde o fogo”. O crescimento exponencial do número de páginas na rede, no entanto, trouxe um problema sério: como encontrar alguma coisa da qual não se conhecesse o endereço? Para resolver isso, nascia o Yahoo! (Yet Another Hierarchical Officious Oracle), desenvolvido por dois estudantes, David Filo e Jerry Yang, inicialmente um diretório de sites, que organizava os endereços disponíveis por

17 A EFF é uma entidade sem fins lucrativos, com sede na Califórnia, que luta pela proteção do direito de liberdade de expressão no contexto digital.

categorias. Três anos mais tarde, sistemas como Yahoo!, AltaVista, Excite e Infoseek, entre outros, já ofereciam mecanismos de busca capazes de encontrar um determinado site a partir de uma palavra-chave – mas eram incapazes de dizer se a informação era ou não relevante para o usuário. Esse cenário mudou em 1998, com o surgimento do Google.

O sistema de buscas que seria o início do Google começou a ser desenvolvido em 1996, por dois estudantes de ciência da computação da Universidade de Stanford, Larry Page e Sergey Brin. Quando o sistema ficou pronto, foi rebatizado como Google¹⁸. A inovação vinha do fato de que as respostas das buscas do usuário eram classificadas por um algoritmo chamado “PageRank”. Esse algoritmo baseia a relevância ou importância de uma determinada página na soma de páginas relevantes que dão link para ela. Quer dizer, quanto mais referenciada é uma determinada página na rede, mais ela é considerada relevante para um determinado termo de pesquisa.

Ao longo da década de 1990, os aplicativos e usos da internet não pararam de crescer: fóruns de discussões, sites que promovem encontros amorosos, blogs, redes sociais, comércio eletrônico. Empresas “ponto com” surgiam diariamente, tanto no Brasil quanto no exterior. Em 2000, a agitação chegou ao auge: as ações das “ponto com” atingiam patamares estratosféricos, valendo mais pelo “potencial de futuro” do que pelo lucro gerado. Nos Estados Unidos, papéis de empresas como AOL, Amazon e Yahoo! atingiam alta de 80% ao ano na Nasdaq, contra apenas 22% da Dow Jones.

No mês de abril daquele ano, a situação mudou drasticamente com o “estouro da bolha da internet”. A Nasdaq apresentou seu pior resultado, com ações de algumas empresas perdendo mais de 90% do valor. Várias delas

¹⁸ Google é uma brincadeira com a palavra “googol”, um termo matemático para o número representado pelo numeral 1 seguido de 100 zeros. O uso desse termo (GOOGLE, 2010) refletia a missão de organizar uma quantidade quase infinita de informação na web.

acabaram fechando suas portas (e seus sites) e as “ponto com” passaram a ser associadas à volatilidade.

Depois do fracasso comercial, a internet entrou no que os especialistas chamam de “segunda era”. A rede mundial de computadores deixava de ser vista como exclusivamente um meio em si, tornando-se aos poucos mais convergente com o mundo offline. Surgiam as primeiras discussões sobre as relações pessoais na web, que abriam caminho para a terceira era, ou web 2.0. As redes sociais começavam a ganhar força, assim como o caráter colaborativo do meio e seu relacionamento com a comunicação social.

É claro que a história da internet não pára por aqui. Ela se faz e se refaz a cada dia, seja no lançamento de um novo serviço, seja no desenvolvimento de um novo aplicativo. Mas esse relato fica suspenso aqui, pois é a partir desse ponto que a nossa história realmente começa...

**

O processo de inclusão e permanência na rede é, para alguns pesquisadores, um processo irreversível. Ben Shneiderman (2003: 24-25), por exemplo, fala em uma “nova informática”, em contraponto a uma “informática antiga”. Para o autor, enquanto os usuários da antiga informática valorizavam seus *gigabytes* e *megahertz*, na nova informática as pessoas se vangloriam do número de e-mails que enviam, da quantidade de blogs que visitam, dos vídeos que compartilham no YouTube¹⁹.

A antiga informática se referia ao domínio das tecnologias, a nova informática se refere ao apoio às relações humanas. A

¹⁹ O YouTube é um site (<http://www.youtube.com>) que permite o compartilhamento de vídeos no formato digital. Foi criado em 2005, adquirido pelo Google em 2006 e é, atualmente, um dos mais populares sites do tipo.

antiga informática formulava comandos para banco de dados, a nova informática participa de comunidades de conhecimento. [...] A segunda transformação da nova informática é a mudança da automação centrada na máquina para serviços e ferramentas centrados no usuário (SHNEIDERMAN, 2003:25).

No lugar da máquina fazer o trabalho, a ideia é permitir ao usuário fazer um trabalho melhor. Se robôs que limpam casas ainda pertencem ao mundo da ficção científica, hoje somos capazes de baixar programas de música e criar um álbum de família digital para ser disponibilizado pela rede. Cada vez mais os computadores vêm com ferramentas poderosas e ao mesmo tempo simples de utilizar, permitindo aos usuários experimentar sua criatividade e propagar seus projetos pela internet. Isso não quer dizer que as tecnologias da informação e comunicação (TICs) estão mudando ou mudarão o ser humano. As necessidades e os valores das pessoas continuam, basicamente, os mesmos. A tecnologia, no entanto, pode facilitar a realização de tarefas cotidianas, como ler um jornal, comunicar-se com um parente distante, fruir uma obra de arte, planejar uma viagem etc.

Manuel Castells (2006: 40) fala de um novo sistema de comunicação baseado em uma língua universal digital que promove a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens da nossa cultura, ao mesmo tempo em que os personaliza segundo os gostos das identidades e humores dos indivíduos. Segundo o autor, para começar a compreender o momento em que vivemos, é necessário entender um novo paradigma que nos é colocado: o paradigma da tecnologia da informação, que representa a base material da sociedade da informação.

A primeira característica desse paradigma, como não podia deixar de ser, é o fato de sua matéria-prima básica ser a informação. “São tecnologias para agir sobre a informação, não apenas informação para agir sobre a tecnologia, como

foi o caso das revoluções tecnológicas anteriores”, esclarece o autor (2006: 108). A segunda característica é relacionada com a penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias. “Como a informação é uma parte integral de toda atividade humana, todos os processos de nossa existência individual e coletiva são diretamente moldados (embora, com certeza, não determinados) pelo novo meio tecnológico” (2006: 108).

A terceira característica do novo paradigma é a lógica de redes, aplicável em qualquer sistema ou conjunto de relações. Para Castells, a morfologia da rede parece bem adaptada à “crescente complexidade de interação e aos modelos imprevisíveis do desenvolvimento derivado do poder criativo dessa interação” (2006:108). A configuração da rede é aplicável, atualmente, a todos os tipos de processos e organizações, graças às TICs.

A questão das redes nos leva à quarta característica: a flexibilidade. “Não apenas os processos são reversíveis, mas organizações e instituições podem ser modificadas, e até mesmo fundamentalmente alteradas, pela reorganização de seus componentes” (CASTELLS, 2006: 109). Essa capacidade de reorganização é um aspecto decisivo, em especial numa sociedade marcada por constantes mudanças e pela fluidez organizacional.

E, finalmente, uma quinta característica diz respeito à convergência crescente de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado. “As telecomunicações agora são apenas uma forma de processamento da informação; as tecnologias de transmissão e conexão estão, simultaneamente, cada vez mais diversificadas e integradas na mesma rede operada por computadores” (2006: 109).

Os vários modos de comunicação desenvolvidos pelo ser humano estão cada vez mais integrados em uma rede interativa. Pela primeira vez temos um

único sistema que reúne as modalidades de comunicação escrita, oral e visual. Isso, para Castells, muda de forma fundamental o caráter da comunicação:

E a comunicação, decididamente, molda a cultura porque, como afirma Postman²⁰, “nós não vemos [...] a realidade [...] como ela é, mas como são nossas linguagens. E nossas linguagens são nossos meios de comunicação. Nossos meios de comunicação são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo de nossa cultura”. Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo. [...] O surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura.” (2006: 414)

Em entrevista a esta pesquisadora, Jacques Marcovitch²¹, ex-reitor da Universidade de São Paulo e professor titular da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA/USP), comparou a revolução causada pela internet à mesma causada pela invenção da imprensa, por Gutenberg. “De um momento para o outro, o conhecimento tornou-se mais acessível para uma parcela muito maior da população. É necessário um tempo para perceber e entender todas as mudanças que um fato como esse pode causar”.

Castells, no entanto, lembra que a internet tem tido um índice de penetração mais veloz do que qualquer outro meio de comunicação na história: “[...] nos Estados Unidos, o rádio levou trinta anos para chegar a sessenta

20 Postman, Neil. *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. Nova York: Penguin Books, 1985. p.15.

21 Entrevista concedida à esta autora em 11 de julho de 2006.

milhões de pessoas; a TV alcançou esse nível de difusão em 15 anos; a internet o fez em apenas três anos após a criação da teia mundial” (2006: 439). E também destaca que, ao contrário da televisão, os “consumidores” de internet também são produtores, pois fornecem conteúdo e ajudam a moldar a teia. E é exatamente por isso que adverte: “Assim, o momento de chegada tão desigual das sociedades à constelação da internet terá consequências duradouras no futuro padrão de comunicação e da cultura mundiais” (2006: 439). Afinal, ainda que os meios de comunicação tenham se interconectado ao redor do planeta e as mensagens circulem em uma rede que é mundial, “não estamos vivendo em uma aldeia global, mas em domicílios sob medida, globalmente produzidos e localmente distribuídos” (2006:426).

Dessa maneira, os países que têm o acesso à rede mais “democratizado” e “universal” teriam uma espécie de vantagem na formação e transformação de vários aspectos da vida em rede, inclusive do que o autor chama de “cultura da internet”.

Segundo Castells (2003), a cultura da internet se caracteriza por uma estrutura em quatro camadas: a cultura tecnomeritocrática, a cultura hacker, a cultura comunitária virtual e a cultura empresarial. Juntas, essas camadas contribuem para uma “ideologia da liberdade”, amplamente disseminada na internet:

Essas camadas culturais estão hierarquicamente dispostas: a cultura tecnomeritocrática especifica-se como uma cultura hacker ao incorporar normas e costumes a redes de cooperação voltadas para projetos tecnológicos. A cultura comunitária virtual acrescenta uma dimensão social ao compartilhamento tecnológico, fazendo da internet um meio de interação social seletiva e de integração simbólica. A cultura empresarial trabalha, ao lado da cultura hacker e da cultura comunitária,

para difundir práticas da internet em todos os domínios da sociedade como meio de ganhar dinheiro. (CASTELLS, 2003: 34-35).

Vale lembrar que as raízes da internet, tanto na Arpanet quanto nas redes de cientistas da computação, têm a mesma origem: o ambiente das universidades. Por isso, não é de se estranhar que cultura tecnomeritocrática seja enraizada na academia e na ciência. Trata-se de uma cultura que acredita no bem inerente ao desenvolvimento científico e tecnológico como um elemento fundamental no progresso da humanidade. “Nessa cultura, o mérito resulta da contribuição para o avanço do sistema tecnológico que proporciona um bem comum para a comunidade de seus descobridores” (CASTELLS, 2003: 36).

Antes de falar da cultura hacker, é importante fazer uma ressalva sobre o termo, que até hoje causa mal-entendidos: o hacker – ao contrário do que é normalmente difundido nos meios de comunicação – não é uma pessoa mal intencionada, empenhada em quebrar códigos, entrar ilegalmente em sistemas ou criar caos no tráfego de informações por computadores: esses são “crackers”. A palavra hacker vem do verbo *to hack* (cortar algo com precisão) e, como bem lembra o professor Sérgio Amadeu da Silveira (2007: 24), “no mundo da computação, qualifica pessoas que possuem grande habilidade em desenvolver códigos, ou seja, experts em programação e, particularmente, em segurança de sistemas informacionais”. Os hackers, em geral, possuem um código de ética baseado na liberdade do conhecimento e no compartilhamento de códigos de programação.

Para Castells, a cultura hacker desempenha um papel fundamental na construção da internet, servindo de “vaso comunicante” entre o conhecimento gerado na cultura tecnomeritocrática e os produtos que são difundidos pela cultura empresarial. Assim, “[...] a internet foi originalmente a criação da cultura

tecnomeritocrática; depois tornou-se a base para sua própria atualização tecnológica através do *input* fornecido pela cultura hacker, interagindo na internet” (2003: 38).

Além dos valores dos inovadores tecnológicos, a cultura da internet também é formada pelas interações sociais. Desde o início, a internet está intimamente relacionada às comunidades virtuais. Castells conta que as comunidades online tiveram origens muito semelhantes às dos movimentos da contracultura e dos modos de vida alternativos que despontaram nos Estados Unidos na década de 1960. Essas conexões com a contracultura, no entanto, se tornaram mais fracas à medida em que essas comunidades se expandiram. Apesar disso, até hoje mantém duas características fundamentais comuns: “a primeira é o valor da comunicação livre, horizontal. A prática das comunidades virtuais sintetiza a prática da livre expressão global, numa era dominada por conglomerados de mídia e burocracias governamentais censoras” (2003: 48). O segundo valor compartilhado é o que Castells chama de “formação autônoma de redes”. Isto é: “a possibilidade dada a qualquer pessoa de encontrar sua própria destinação na Net, e, não a encontrando, de criar e divulgar sua própria informação, induzindo assim a formação de uma rede” (2003: 49).

Dos tecnólogos, dos hackers e das comunidades virtuais, a internet se espalhou para o resto do mundo, incluindo pessoas com pouco ou nenhum conhecimento de informática. Isso foi resultado da ação de empresários, a partir da década de 1990. Firms comerciais foram a força propulsora da expansão da rede mundial de computadores e, com isso, a internet como a conhecemos hoje foi moldada em grande parte em torno dos usos comerciais.

Mas Castells ressalva: por ter como base as elites tecnológicas, a cultura comunitária e os hackers, a internet manteve valores e usos que garantem que ela não seja mais determinada pelos negócios do que outros aspectos da nossa vida

em sociedade. “De fato, mais significativo que a dominação da internet pelos negócios por volta da virada do século [20] é o tipo de empresa que a internet ajudou a desenvolver. Não seria fantasioso dizer que a internet transformou as empresas do mesmo modo, se não mais, que as empresas transformaram a internet” (2003: 49).

Nesse contexto, nada mais natural do que a emergência de uma economia da informação em rede. Os preços decrescentes dos computadores, das ferramentas de comunicação e das formas de armazenamento de informação possibilitaram os meios materiais para que uma parte significativa da população mundial – alguns autores citam números na casa de um bilhão – criasse e difundisse conteúdo.

Desde meados do século 19, a comunicação ao redor do globo já era uma realidade – fosse por meio da circulação de impressos, do telégrafo, do telefone, do rádio e da televisão –, mas isso sempre significou investimentos de grande escala, tanto de dinheiro quanto de meios físicos. O surgimento de um ambiente de comunicação em rede, mediado por computador, mudou esse quadro. É o que veremos no capítulo a seguir.

CAPÍTULO 2

... se a alma não é pequena

Heber Dias de Sousa é conhecido no Twitter pelo pseudônimo @prosapolitica²². Ele costuma divertir seus “seguidores” com seus comentários sobre a situação política, a economia e o cotidiano. Em outubro de 2009, Heber resolveu sugerir aos amigos, pela ferramenta de micro-blogging, que doassem um livro no Natal. Um amigo passou a mensagem para outro, o outro para seu grupo de conhecidos e a história se espalhou. A professora de química mineira Laura Furquim Xavier, @doeumlivro, recebeu a mensagem de um conhecido e achou interessante, uma vez que ela já organizava, a algum tempo, uma rede de doações em sua região.

Paralelamente a tudo isso, o professor da PUC-SP José Luis Goldfarb, @jlgoldfarb, começou um movimento semelhante entre seus amigos. E não demorou para que os três ficassem sabendo um da existência do outro e resolvessem unir esforços. Laura resolveu apresentar a ideia para o Ministério da Educação e para o Conselho de Conselho de Secretários Estaduais de Educação (Consed). O Consed não só apoiou a iniciativa como abriu as portas das Secretarias de Estados de Educação para receber os livros doados. Goldfarb, que a 19 anos é curador do Prêmio Jabuti e já tinha experiência em projetos de arrecadação de livros, resolveu entrar em contato com empresas que pudessem

²² Todos os perfis do Twitter são identificados com esse formato: @nomedousuario.

colaborar com o projeto. Graças a isso, a Droga Raia resolveu disponibilizar suas 300 filiais como pontos de coleta.

No vaivém de mensagens “retuitadas”, a cantora Maria Rita, @MROFICIAL, assídua frequentadora do Twitter, descobriu a iniciativa e resolveu apoiar, organizando um show, cujo ingresso saia pela metade do preço para quem fizesse uma doação. Resultado? O que começou com algumas iniciativas isoladas e locais, ganhou corpo na rede e arrecadou mais de 100 mil livros.

Esse é apenas um exemplo de como, na internet, o talento nato dos seres humanos de realizar ações em grupo encontra novas ferramentas. Para o pesquisador Clay Shirky (2008:20, tradução minha), “nós agora temos ferramentas de comunicação que são flexíveis o suficiente para irem ao encontro das nossas capacidades sociais, e estamos testemunhando o surgimento de novas maneiras de coordenar ações que tomam proveito dessa mudança [tecnológica]”.

Os seres humanos são naturalmente gregários. Vivemos em família, convivemos com a vizinhança, moramos em cidades. Para o físico Fritjof Capra (2009, tradução minha):

A rede é um padrão comum em todos os tipos de vida. Onde quer que encontremos vida, encontramos redes. É importante entender que essas redes de vida não são estruturas materiais, como uma rede de pesca ou uma teia de aranha. São redes funcionais, redes de relações entre vários processos.

Quando falamos em redes sociais, tratamos de comunicação. “Redes vivas na sociedade humana são redes de comunicação”, afirma Capra. Da mesma maneira que as redes biológicas, elas são auto-geradas, mas seu “produto”, de maneira geral, não é material. Cada comunicação na rede cria pensamentos e significados que dão impulso para as comunicações seguintes. E, nesse sentido, a

dimensão de significado é crucial para entender as redes sociais. Segundo Capra (2009, tradução minha):

mesmo quando elas geram estruturas materiais – como bens materiais, artefatos ou obras de arte – essas estruturas são muito diferentes daquelas produzidas pelas redes biológicas. Elas são, em geral, produzidas com um propósito, de acordo com algum projeto e carregam consigo algum sentido. Conforme a comunicação continua na rede social, ela forma múltiplos feedbacks que realimentam o sistema e eventualmente, produz um sistema de crenças, explicações e valores compartilhados – um contexto comum de significado, conhecido como cultura, que é continuamente sustentado por outras comunicações. Com o tempo, os participantes da rede adquirem identidades como membros da rede social, e a rede acaba gerando sua própria fronteira.

As ferramentas online permitem a atuação de grupos com custos muito mais reduzidos e de maneira muito mais rápida. Em uma época pré-internet, provavelmente a iniciativa natalina de Heber teria ficado restrita aos amigos mais próximos. Laura, se quisesse levar adiante a ideia de arrecadar livros, teria, no mínimo, que fazer panfletos, sair para distribuí-los, gastando um tempo e um dinheiro que não foram necessários pelo Twitter – e com uma abrangência espacial muito menor. E Goldfarb talvez não ficasse conhecendo os outros dois personagens dessa história e seus valiosos contatos com o mundo empresarial não teriam sido utilizados.

Para Clay Shirky (2008), o “colapso” dos custos – sejam ele monetários, de tempo ou de espaço – torna muito mais fácil para as pessoas ficar juntas e colocar em prática os desejos naturais de fazer coisas conjuntamente. E também graças a isso, esses grupos podem operar tanto na informalidade de uma festa de aniversário como com a profissionalização de uma multinacional. Essa atuação,

seja online ou offline, se dá em três dimensões: **compartilhando**, **agindo coletivamente** ou **cooperando**.

Compartilhar é a ação em grupo que exige menos dos participantes. É o que acontece, por exemplo, quando uma pessoa cria um álbum digital no Flickr²³ e publica lá as fotos das últimas férias. Essas imagens podem ser vistas e comentadas pela família, pelos amigos e por qualquer outra pessoa que acesse a página. Também compartilha conteúdo aquela pessoa que, ao atravessar uma rua alagada após mais uma chuva de verão em São Paulo, fotografa a cena e a disponibiliza online. Ou o taxista que, preso no trânsito da hora do rush, posta no Twitter um aviso de que a Marginal Tietê certamente não é uma boa opção para quem quer voltar para casa naquele momento.

Até mesmo o PageRank do Google é resultado de uma ação anônima de compartilhar: ao varrer as incontáveis páginas na web e elencar aquelas que os usuários mais referenciam, o algoritmo do buscador, na verdade, mostra a preferência de milhares de usuários da internet, declarada – ainda que inconscientemente – pelos links que cada site oferece. Partilhar é uma ação de grupo – porque quem partilha, partilha algo com alguém. Mas é a ação que demanda menos envolvimento ou comprometimento com o grupo.

Já a **ação coletiva** é justamente aquela que exige maior esforço de cada indivíduo do grupo. Isso porque requer um conjunto de pessoas comprometidas em realizar um ato específico – por exemplo, angariar 100 mil livros para distribuir nas escolas públicas no Natal –, de tal maneira que a decisão do grupo seja cumprida por cada um dos indivíduos. Todo grupo enfrenta dilemas e tensões, mas quando o objetivo é uma ação coletiva, isso se torna mais crítico, uma vez que a coesão é fator *sine qua non* para o sucesso. “Informação compartilhada produz sentimentos compartilhados entre os participantes, [...]”

23 O Flickr (www.flickr.com) é um aplicativo online de gerenciamento e compartilhamento de fotos digitais.

mas ação coletiva cria responsabilidades compartilhadas, fundindo a identidade do usuário à identidade do grupo.” (SHIRKY, 2008: 51, tradução minha)

Entre o compartilhamento e a ação coletiva está a **cooperação**. Cooperar vai além do que simplesmente compartilhar, porque exige que um indivíduo mude de alguma maneira seu comportamento para sincronizar uma ação com outras pessoas que estão mudando seus comportamentos para também agir em sincronia. “Diferentemente de compartilhar, em que o grupo nada mais é que um agregador de participantes [com interesses comuns], cooperar cria identidade de grupo – você sabe com quem você está cooperando” (SHIRKY, 2008: 50, tradução minha). Uma das maneiras mais simples e mais universais de cooperar é conversar – seja verbalmente, por e-mail, por mensageiro instantâneo ou por mensagem de texto no celular. Também é possível conversar por imagens: o YouTube, por exemplo, permite que um usuário publique um vídeo em resposta a outro vídeo publicado anteriormente por outra pessoa.

Ao mesmo tempo que cria um senso de comunidade, o ato de cooperar também traz alguns problemas que não são enfrentados por aqueles que simplesmente compartilham. É Shirky (2008: 50) quem lembra que é notoriamente difícil manter uma conversa online livre de xingamentos ou tagarelices e, até mesmo, de mantê-la dentro do assunto, sem dispersão²⁴. “Alguns grupos estão plenamente satisfeitos com esses efeitos (de fato, há comunidades na internet que se divertem com conversas pueris), mas, para qualquer grupo determinado a manter um conjunto de normas comuns, algum mecanismo que garanta a execução [dessas normas] deve existir” (SHIRKY, 2008: 50, tradução minha).

A produção colaborativa – aspecto central desta tese – é uma forma de cooperação que exige muito envolvimento pessoal para enfrentar uma certa

²⁴ Nos grupos de discussão, seja por fóruns ou lista de e-mails, os assuntos fora do tema em questão são classificados como off topic.

tensão que sempre existe entre os objetivos individuais e os objetivos do grupo. “Estruturalmente, a maior diferença entre informação compartilhada e produção colaborativa é que nesta última algumas decisões coletivas devem ser tomadas. [...] A produção colaborativa pode ser valiosa, mas é mais difícil de acertar do que simplesmente compartilhar, porque tudo que precisa ser negociado [...] consome mais energia do que coisas que somente são acrescentadas, como um grupo de fotos no Flickr” (SHIRKY, 2008: 50-51, tradução minha). Um exemplo bem sucedido de produção coletiva – e que será tratado ainda neste capítulo é a Wikipédia.

Outro aspecto importante da produção colaborativa se refere à questão dos direitos de propriedade, ou direitos autorais. Se todos os membros do grupo participam e contribuem, o produto não pode pertencer a um único indivíduo ou empresa, nem pode gerar benefício exclusivo para uma determinada parcela. Ganham espaço, então, os *commons*²⁵. Yochai Benkler (2007: 12-13) explica que os *commons* são um tipo de arranjo institucional cuja característica principal é que “nenhuma pessoa tem o controle exclusivo do uso e da disposição de qualquer recurso particular. Pelo contrário, os recursos governados pela comunidade podem ser utilizados e dispostos por qualquer um entre dado número de pessoas (mais ou menos bem definido), sob regras que podem variar desde o ‘vale-tudo’ até regras claras formalmente articuladas e efetivamente impostas”.

A partir de dois parâmetros básicos – quem pode usufruir e como – os *commons* podem ser divididos em quatro tipos, como mostrados na tabela a seguir:

25 Sérgio Amadeu da Silveira, professor titular da pós-graduação em comunicação da Cásper Líbero e estudioso das questões relativas às mídias digitais, considera que o termo *commons* dificilmente pode ser traduzido para a língua portuguesa por uma só palavra, sem perder sua força e seu sentido. Segundo o pesquisador (2007: 7), “a palavra *commons* pode significar aquilo que é comum ou os espaços e as coisas que são públicas. Em alguns casos pode ter o significado de comunidade ou da produção compartilhada entre pares”. Neste trabalho, adotarei a palavra em inglês, com o sentido aqui explicitado.

Tipo de commons	Exemplos
Aberto a todos	oceano, ar, sistema rodoviário
Aberto a um grupo definido	sistemas tradicionais de distribuição de pasto ou irrigação, em que o acesso é limitado aos membros de uma determinada propriedade
Com sistema regulado	Calçadas, ruas e rodovias, que são de uso comum, mas a partir de regras pré-estabelecidas
Sem sistema regulado	ar, conhecimento científico (especialmente o anterior ao século XX)

Estudiosos como Lawrence Lessig (2004), afirmam que os *commons* são necessários por todo o ambiente da internet – em especial naqueles formados a partir da criação colaborativa –, pois essa é a única maneira de garantir que o progresso das inovações não dependa da permissão de alguém que possa usar um eventual poder “decisório” de acordo com seus próprios planos de negócio.

O que os commons tornam possível é um ambiente em que os indivíduos e grupos são capazes de produzir informação e cultura por conta própria. Isso cria condições para um papel substancialmente maior tanto para a produção fora do mercado quanto para a produção radicalmente descentralizada. Já vemos hoje organizações sem fins lucrativos utilizando a rede mundial para oferecer informação ou pontos de troca cultural com alcance e eficácia muito maiores do que era possível anteriormente. Não menos importante foi o surgimento da produção por pares de informação e cultura – fenômenos exemplificados pelo software livre, mas que estão se expandindo para a inclusão de notícias e comentários, como se dá no Slashdot²⁶, em artes, ciências, bem como em produtos de listagem e busca, como o Open Directory Project. Juntos, esses fenômenos – o aumento da eficácia e do alcance dos atores fora

26 O Slashdot (www.slashdot.org) é um site de notícias no qual todo o conteúdo é enviado e comentado pelos usuários. Um usuário cadastrado publica um sumário de uma notícia vista em outro site. Outros usuários podem comentar a notícia, questioná-la, contribuir com novas informações etc. O site é tão popular que algumas notícias chegam a ter mais de mil comentários.

do mercado e o surgimento da produção da informação radicalmente descentralizada – oferecem um contraponto de grande importância às economias da informação industrial do século 20. (BENKLER, 2007: 16-17)

O risco que os produtos colaborativos e as ações coletivas enfrentam com mais frequência é chamado “Tragédia dos *Commons*”. Essa expressão foi criada pelo biólogo Garrett Hardin, no final dos anos de 1960, e representa a situação na qual os indivíduos são, de alguma maneira, incentivados a prejudicar o bem coletivo. Um padrão de comportamento que pode ser visto em várias situações, mas que ele exemplificou da seguinte maneira: imagine que você faz parte de um grupo de pastores de ovelhas e que todos levam seus rebanhos para o mesmo pasto comum. É claro que é do interesse do grupo todo manter todos os animais saudáveis, e para isso é importante que o pasto esteja sempre em bom estado. Uma das coisas necessárias para isso é que você não deixe seu rebanho pastar mais do que os demais. Ou seja: se ninguém for ganancioso – afinal, mais pasto representa ovelhas mais gordas –, todos se beneficiam.

E é exatamente aí que está o problema: quem vende sua ovelha é você e não todo mundo. Seu objetivo, como pastor de ovelhas, é engordar sua ovelha o mais rápido possível, para reduzir os custos e aumentar os ganhos. Todos se beneficiam do consumo moderado de pasto, mas, para você, o melhor é que seu rebanho coma todo o pasto que encontrar pela frente. Como ninguém é dono do pasto, ninguém tem o incentivo necessário para cuidar dele em detrimento das próprias ovelhas. Com muitos projetos colaborativos acontece a mesma coisa: os participantes levam em conta os objetivos individuais em vez do coletivo e a empreitada não dá certo.

Isso não quer dizer, no entanto, que todos os *commons* estão fadados ao fracasso. Benkler (2006) lembra que, desde a primeira revolução industrial, se o

copyright garantiu o desenvolvimento de muitos bens materiais, ações sem direitos autorais (ou não-proprietárias) sempre foram importante na produção de bens simbólicos. E agora, em pleno século 21, a criatividade humana e a informação – bens simbólicos por excelência – são bases na nova economia que se forma. Castells (2006: 119) define essa economia como informacional, global e em rede. Informacional porque a “a produtividade e a competitividade de unidades ou agentes [...] dependem basicamente de sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada e conhecimentos”. É global porque tanto as atividades produtivas quanto o consumo e a circulação de bens se dá em escala global. E é em rede, porque “a produtividade é gerada, e a concorrência é feita em uma rede global de interação entre redes empresariais” (CASTELLS, 2006: 119).

Benkley (2006) leva a discussão um pouco mais além e lembra que a economia da informação em rede melhora as capacidades práticas das pessoas em três dimensões:

- melhora a capacidade de cada um fazer mais por si e para si mesmo;
- reforça a capacidade das pessoas de fazer mais, conjuntamente com outros, sem ter que balizar suas relações por um sistema de preço ou em algum modelo hierárquico de organização social ou econômica;
- melhora a capacidade dos indivíduos de fazer mais em organizações constituídas fora da esfera do mercado.

Um exemplo disso é também, provavelmente, o maior e mais bem-sucedido caso de projeto colaborativo do qual se tem notícia até o momento: a Wikipédia (www.wikipedia.org). Fundada em 15 de janeiro de 2001, a Wikipédia²⁷ é uma enciclopédia online, sem fins lucrativos, operada e gerida pela

²⁷ A Wikipédia é um desdobramento de um projeto anterior, chamado Nupedia. Criada em março de 2000, a Nupedia já pretendia desenvolver uma enciclopédia livre online, mas com artigos escritos por especialistas e revisados por pares antes de serem aprovados e publicados. O projeto deixou de funcionar em setembro de 2003, com 24 artigos prontos e 74 em fase de revisão.

Wikimedia Foundation mas escrita e editada exclusivamente por colaboradores voluntários espalhados por todo o planeta. Apresentada em 262 idiomas e línguas²⁸, é atualmente o sexto site mais visitado do mundo, segundo a Alexa²⁹. A versão em língua inglesa – a mais antiga do projeto – conta com mais de três milhões de artigos. A versão em português traz 538 mil artigos.

Uma das principais características da Wikipédia é o fato de utilizar um sistema de publicação em plataforma wiki³⁰. Baseada em ambiente web, a ferramenta wiki permite que qualquer visitante (cadastrado ou não no site) altere qualquer texto publicado bastando, para isso, acessar a aba “editar” existente em

cada página. Assim que o usuário salva a página modificada o conteúdo é atualizado automaticamente no ar e esta nova versão do texto é considerada final até que haja outra edição. A ferramenta também grava o histórico de todas as

mudanças efetuadas (na aba “história”), permitindo comparações entre duas versões e possibilitando que uma versão anterior seja restaurada a qualquer momento.

A Wikipédia é também um esforço consciente e coletivo de criar conteúdo enciclopédico e partilhar conhecimento. Por isso, todos os documentos do projeto apresentados no site convidam os interatores a escrever artigos que, na medida do possível, não sejam tendenciosos e contenham

28 Todos os dados da Wikipédia apresentados nesta tese são relativos a janeiro de 2010, a menos que haja alguma indicação contrária no texto.

29 A Alexa (www.alexa.com) é uma subsidiária da Amazon.com e fornece dados relativos ao tráfego na web.

30 No idioma havaiano, wiki significa “muito rápido”. O primeiro sistema wiki foi desenvolvido em 1995 pelo engenheiro de software Ward Cunningham, e tinha como objetivo facilitar a criação e a documentação de grandes projetos de informática. A diferença do software de Cunningham para outros que propunham o trabalho colaborativo era que ele partia da ideia de que em grupos de pessoas que querem colaborar seus membros tendem a acreditar uns nos outros.

informações corretas. Todo o conteúdo gerado pelos colaboradores da Wikipédia é amparado pela Creative Commons (CC-BY-SA)³¹.

O que mais impressiona tanto os entusiastas quanto os críticos da Wikipédia é seu tamanho e a quantidade de pessoas trabalhando em colaboração. Quando Ward Cunningham desenvolveu o primeiro software wiki, tinha em mente a utilização por pequenos grupos, para fins específicos – o que facilitaria o controle do produto final. Clay Shirky, ao estudar a ação de grupos na internet, brinca: “Mas a Wikipédia não opera na escala de um jogo de pôquer entre vizinhos; opera na escala de um cassino em Vegas” (2008: 118, tradução minha).

A maioria dos empreendimentos com as proporções da Wikipédia exigiria uma estrutura administrativa, orçamento próprio³², processos de fluxos formais. Mas a enciclopédia online cresce e sobrevive sem nada disso, baseando-se em um esquema de divisão informal do trabalho. “A Wikipédia consegue agregar contribuições individuais e, em geral, pequenas, mas são centenas de milhares delas anualmente, feitas por milhares de contribuintes, todos executando diferentes funções.” (SHIRKY, 2008: 118, tradução minha)

O funcionamento da Wikipédia segue mais ou menos um padrão: alguém decide criar um determinado artigo. Essa pessoa não precisa ser especialista no assunto: ela escreve o que sabe ou o que pesquisou sobre o tema e publica. Esse texto é considerado um esboço pela comunidade (ou pelo próprio autor) e lança-se um convite para que outros colaboradores ajudem a expandi-lo. Na Wikipédia

31 A Creative Commons é uma organização sem fins lucrativos, criada por Lawrence Lessig que desenvolveu seis tipos de licenças de direitos autorais conhecidas como Licenças Creative Commons. A licença adotada pela Wikipédia desde junho de 2009 é a CC-BY-SA, o que significa que seu conteúdo pode ser utilizado desde que a fonte seja citada (BY) e que pode dar origem a outros produtos, desde que sob a mesma licença (SA).

32 A Wikimedia Foundation mantém seus projetos – entre eles a Wikipédia – em grande parte graças à colaboração financeira de milhares e doadores. Para evitar que uma só empresa, ou um grupo delas, tenha poder econômico sobre a fundação, as campanhas de doação costumam aceitar apenas valores baixos (em geral algo em torno de U\$40), pulverizando o esforço de garantir a saúde financeira dos projetos (o que inclui a manutenção dos sistemas e dos servidores) entre seus usuários. A última campanha, realizada no final de 2009, arrecadou U\$ 7,5 milhões de dólares em oito semanas.

lusófona, em janeiro de 2010, essa é exatamente a situação do artigo “Renascença carolínea”:

Esse aviso indica, tanto para a comunidade ativa da Wikipédia quanto para um visitante que entre no artigo enquanto pesquisa o assunto na internet, que aquele texto ainda está no início e que precisa ser aperfeiçoado. Outros tipos de advertência também são comuns:

Pessoas interessadas no assunto começam a contribuir: um acrescenta um pouco de texto, o outro edita o conteúdo já existente tornando-o mais agradável de ler, um terceiro acrescenta uma referência, com link para um site externo, e assim sucessivamente. Nenhuma dessas pessoas é necessariamente um historiador e nem todas elas farão contribuições positivas: ao adicionar material, um colaborador pode tornar o texto confuso, outro pode inserir uma informação equivocada (ainda que sem intenção de vandalizar o artigo). Mas, todo esse conteúdo é provisório. “A vantagem da Wikipédia vem parcialmente do fato de que as alterações ruins podem ser erradicadas mais rapidamente [do que numa enciclopédia tradicional], mas também em parte porque o conhecimento humano é provisório”. (SHIRKY, 2008: 119, tradução minha)

Um artigo da Wikipédia é um processo, não um produto, e como nunca é um resultado, jamais está terminado. “Em vez de filtrar as contribuições antes que elas estejam disponíveis para o público (processo que ajudou a matar a Nupedia), a Wikipédia assume que novos erros serão introduzidos com menos frequência do que os existentes serão corrigidos”. (SHIRKY, 2008: 119, tradução minha). Até agora, e de modo geral, essa ideia tem se mostrado correta, uma vez que os artigos da Wikipédia – ainda que sofram com vandalismos ocasionais – tendem a se tornarem melhores e mais completos com o passar do tempo.

Em entrevista a Tapscott e Willians (2007: 72-73), Jimmy Wales, o criador da Wikipédia, responde, quando é perguntado sobre as razões que levam essas pessoas a trabalharem colaborativamente: “Por que as pessoas jogam softball? É divertido, é uma atividade social”. O projeto também atrai uma série de especialistas nos mais variados temas, que simplesmente querem que o mundo conheça determinados assuntos.

Elf, uma auto-confessa viciada em Wiki, também é fanática por cães. Quando ela não está ocupada com seu trabalho de tempo integral, como treinadora de cachorros de competição, está na Wikipédia, onde ela admite que passa “bastante tempo” checando cuidadosamente os milhares de artigos que os wikipediano escreveram sobre as várias raças caninas. Como milhares de outros wikipediano, Elf mantém voluntariamente uma lista de centenas de artigos e fotos que ela monitora cada vez que uma alteração é feita. Ela ajuda a manter a acurácia das mudanças editoriais e pode rapidamente remediar um vandalismo.

Ao contrário das companhias tradicionais, em que as pessoas trabalham por dinheiro, voluntários auto-motivados como Elf são a razão do motivo pelo qual a ordem prevalece ao caos no que, de outra maneira, seria um processo editorial confuso e impossível. (...) Já houve casos de “guerras de edição”, na qual

usuários repetidamente desfaziam as alterações feitas por outros. Nesses casos raros, o staff da Wikipédia teve a palavra final (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007: 73, tradução minha)

Isso não impede, porém, que a iniciativa apresente problemas e sofra críticas. Em maio de 2005, um incidente expôs a principal fraqueza do projeto: o fato de que qualquer um pode escrever sobre qualquer coisa, mesmo sem conhecer o assunto. Um usuário anônimo criou uma biografia fictícia do então diretor editorial do *USA Today*, John Seigenthaler. Dizia o texto: “(...) foi assistente do promotor geral Robert Kennedy, no início dos anos de 1960. Por um breve tempo, pensou-se que estaria envolvido nos assassinatos dos Kennedy, tanto de John quanto de seu irmão Bobby. Ninguém nunca provou nada”. Durante os quatro meses seguintes, o artigo ficou no ar, sem que ninguém se desse conta das informações mentirosas.

A publicidade em torno do ocorrido colocou em xeque a credibilidade do site. A partir daí, Wales estabeleceu alguns critérios para a criação de novos artigos, impedindo, por exemplo, que fossem feitos por usuários não-registrados. Em 2008, a Wikipédia foi obrigada a “congelar”³³ o verbete de George W. Bush, considerado um “ímã” para vândalos e panfletagem política.

Outro caso que abalou a comunidade de colaboradores da Wikipédia foi a chamada “controvérsia Essay”. Em fevereiro de 2007, a revista *The New Yorker* publicou uma matéria sobre a Wikipédia e entrevistou um proeminente editor e administrador do site, chamado Essay. Ele se apresentava, em sua página pessoal, como doutor em teologia e lei canônica, além de professor titular em uma universidade particular. Dias depois, a revista recebeu um e-mail de um leitor, revelando que o verdadeiro nome de Essay era Ryan Jordan, um rapaz

³³ Congelar é o termo usado quando o artigo da Wikipédia é convertido em conteúdo estático, impedindo-se novas edições.

que havia passado por diversas universidades, mas não havia concluído curso superior.

A *The New Yorker* levou a fraude ao público, dando início a uma enxurrada de críticas à Wikipédia. Enquanto isso, a comunidade do site vistoriava todas as edições e artigos de Essay para verificar a exatidão das informações. Ao mesmo tempo, organizava debates para a criação de novas maneiras para aperfeiçoar o projeto, especialmente no que se refere à identificação dos colaboradores.

Fatos como esses fazem com que muitos professores desencorajem o uso da Wikipédia como fonte de pesquisa para seus alunos. Em 2007, o Departamento de História da Universidade de Middlebury, em Vermont (EUA), proibiu que os alunos citassem a Wikipédia como fonte de pesquisa em seus trabalhos, depois que várias provas replicavam erros encontrados nos artigos publicados na enciclopédia online. Na ocasião, o próprio Jimmy Wales elogiou a medida, afirmando que nenhuma enciclopédia – seja ela a Wikipédia ou a Britannica – pode ser fonte de um trabalho de pesquisa. Pode, segundo ele, no máximo, servir como ponto de partida para conhecer determinado assunto.

Já outros são mais otimistas – entre eles acadêmicos que contribuem regularmente com o projeto. Matt Barton, professor de inglês na Saint Cloud State University, em Minnesota, é um desses entusiastas. Ele não só escreve artigos na Wikipédia como anuncia o fato em seu blog e pede para que seus alunos leiam o texto e apontem eventuais problemas. “Eu posso cometer um erro e não ver. Então, ter mais pessoas olhando meu trabalho é uma coisa boa”, comenta. (TAPSCOTT; WILLIAMS: 2007, 75, tradução minha).

Em 2005, o professor Henry Smith, da Universidade de Columbia, em Nova York, pediu a seus alunos que estudassem a cultura japonesa. O resultado foi publicado na Wikipédia, gerando dezenas de novos artigos. A avaliação posterior mostrou que os estudantes aprovaram a iniciativa, uma vez que a

experiência os ensinou a disciplina da escrita e os colocou em contato com especialistas que melhoraram suas pesquisas (THE NEW YORK TIMES, 2007).

Um estudo publicado na *Nature* (GILES, 2005) sobre a qualidade do material disponível na Wikipédia comparou 42 artigos científicos da enciclopédia online com a Encyclopedia Britannica e concluiu que “a diferença na acurácia não é particularmente grande”. Depois disso, a tradicional publicação inglesa saiu a público afirmando que os erros da Wikipédia eram mais sérios do que os seus, e que as fontes usadas no estudo da *Nature* incluíam a edição júnior da enciclopédia, bem como as atualizações anuais. Estudiosos consideraram a crítica improcedente, uma vez que enquanto os erros encontrados na Wikipédia foram prontamente corrigidos, os da Britannica permaneceram.

Da mesma maneira que programadores atuam juntos para identificar e consertar erros em softwares livres como o Linux ou o Mozilla Firefox, os wikipedianos conseguem facilmente encontrar erros e corrigi-los. Um estudo realizado pelo MIT indica que uma obscenidade inserida aleatoriamente no conteúdo da Wikipédia leva, em média, 1,7 minuto para ser removida.

Atualmente, a Wikipédia conta com mais de um milhão de usuários registrados: desse, cerca de 100 mil contribuíram com dez ou mais entradas. É fácil perceber que a maioria das pessoas que visita a Wikipédia – que é o sexto site mais acessado do mundo – não é registrado e, provavelmente, jamais fará uma única alteração em um artigo. Mesmo entre a comunidade ativa, a maioria é responsável por uma única edição: a maior parte dos esforços vem de um grupo muito mais reduzido e muito mais ativo do que a média. Esse grupo central de mais ou menos cinco mil “wikipedianos” assume para si a responsabilidade de executar as tarefas necessárias para manter o projeto em funcionamento: administrar conflitos entre editores, excluir artigos que não estão de acordo com

as normas do projeto, garantir o desenvolvimento constante do software wiki³⁴ e patrulhar páginas atrás de atos de vandalismo.

Entender o grupo dos wikipedianos, no entanto, não é suficiente para entender a Wikipédia – uma vez que ele não é representativo do todo, que engloba desde pessoas que fazem uma ou outra contribuição esporádica, àquela que passa o tempo corrigindo erros de gramática dos artigos. “Para entender a criação de algo como um artigo da Wikipédia, você não pode olhar para um contribuinte representativo [do grupo como um todo], porque ele não existe. Em vez disso, você tem que mudar o foco e se concentrar não no usuário individual, mas no comportamento do coletivo” (SHIRKY, 2008: 128).

A pergunta que todo artigo da Wikipédia faz para seus usuários é: quem se importa? No caso do artigo “Renascença carolínea”, o usuário Leinad-Z se importou, a ponto de, em 3 de janeiro de 2006, publicar o primeiro esboço do texto que se encontra atualmente no ar. De lá para cá foram 42 alterações (a última data de 21 de janeiro de 2010)³⁵, entre elas uma reversão para uma versão anterior, uma vez que uma edição feita por um usuário anônimo foi considerada suspeita.

Isso explica porque tanto especialistas quanto amadores estão dispostos a contribuir – a estrutura de participação não está vinculada a recompensas extrínsecas, assim pessoas capazes de acrescentar explicações técnicas de fórmulas matemáticas complexas acabam trabalhando ao lado de pessoas que só sabem o suficiente para serem capazes de corrigir o texto e torná-lo mais agradável. (SHIRKY, 2008: 135)

34 A Wikimedia Foundation utiliza um software próprio, de código aberto e distribuição gratuita, chamado MediaWiki.

35 Artigo acessado em 28 de janeiro de 2010.

Até agora, a Wikipédia sobreviveu à Tragédia dos *Commons*, e o motivo é exatamente esse: alguém se importa. Na multidão de usuários – independentemente se são “wikipedianos de carteirinha” ou simples usuários esporádicos – uma pessoa, ou um grupo de pessoas, se importa com cada artigo publicado. “Uma wiki é um híbrido de ferramenta e comunidade. A Wikipédia e todas as wikis crescem se pessoas suficientes se importam com elas, se elas morrem ou não” (SHIRKY, 2008: 136). Essa preocupação, fundamental em qualquer projeto wiki, não é resultado do software, é resultado da ação da comunidade que usa o software. Mesmo se uma única pessoa se importar com determinado artigo, fica mais difícil causar algum dano a ele, porque aquele conteúdo estará sendo constantemente monitorado³⁶.

Quando uma página vandalizada reaparece como se nada tivesse acontecido, isso causa o oposto do sentimento “Fulano esteve aqui”³⁷ – nada é mais frustrante para um vândalo do que investir energia para alterar alguma coisa e ver seu esforço desaparecer em segundos. Há evidências de que a existência de pessoas atentas a um determinado artigo, com vontade e com as ferramentas necessárias para defendê-lo rapidamente, é o suficiente para desmoralizar a maioria dos vândalos. (SHIRKY, 2008: 136-137)

Esse talvez tenha sido o problema enfrentado pelo Wikitorial – experiência do *Los Angeles Times* narrada na introdução desse trabalho. O projeto não conseguiu criar uma comunidade que defendesse o conteúdo do editorial, e

36 O artigo “Sismo do Haiti de 2010” foi vandalizado por um usuário anônimo no dia 18 de janeiro de 2010, às 10h01. Exatamente às 10h10 do mesmo dia, o usuário Ray Chasson desfez a edição mal intencionada, retornando o texto à sua versão correta.

37 Muitas invasões de sites ou atos de vandalismo em sistemas como o da Wikipédia são feitos não para danificar ou roubar dados, mas pelo simples prazer que o invasor sente de colocar sua marca. Esse ato pode ser comparado, por exemplo, à satisfação que o pichador tem em colocar seu nome em um edifício ou em uma ponte.

muito menos que estivesse disposta a melhorá-lo. Ao contrário: o grupo mais ativo era justamente daqueles que pretendiam vandalizar o conteúdo do jornal.

A criação de comunidades em torno de projetos específicos de comunicação e a interação dos profissionais responsáveis por esses projetos com os público serão os temas abordados no próximo capítulo.

CAPÍTULO 3

Quem quer passar além do Bojador...

No dia 12 de janeiro de 2010, o Haiti foi abalado por um forte terremoto – o maior nos últimos 200 anos. A já frágil estrutura do país ruiu completamente: casas, estradas, hospitais e até mesmo o palácio do governo. Num primeiro momento, era difícil conseguir contato por telefone. Algumas pessoas, no entanto – privilegiadas em meio ao caos – conseguiam se comunicar com o mundo pela internet. Um grupo de pesquisadores da Unicamp, por exemplo, que estava no país desde os primeiros dias do ano, publicava em seu blog³⁸, uma curta mensagem:

A situação está bem complicada aqui, realmente o terremoto foi muito forte.

Todo nosso grupo está bem, todos os integrantes estão agora no centro de Port-au-Prince, juntos e sem nenhum arranhão.

Estamos nos preparando para ajudar amanhã na remoção de escombros, ou qualquer outra forma possível.

38 No blog <http://lacidadelle.wordpress.com>, os pesquisadores publicavam suas primeiras impressões sobre Porto Príncipe e detalhavam um pouco o estudo antropológico que pretendiam realizar. Após o terremoto, eles começam a relatar o dia-a-dia na cidade e as estratégias de sobrevivência das pessoas, e seus esforços para voltar ao Brasil. O retorno acontece no dia 20 de janeiro.

(Mensagem postada no blog *Pesquisadores da Unicamp no Haiti*, em 13 de janeiro de 2010³⁹)

Nos dias que se seguiram, enquanto as redes de TV e as agências internacionais destacavam a rapidez da ajuda internacional, ao mesmo tempo em que mostravam cenas de violência entre a população haitiana, que lutava por água e comida, os pesquisadores, participantes e testemunhas da cena-viva, traziam um outro lado da história:

Desde ontem a população dorme nas ruas, e períodos de silêncio são entrecortados por cânticos e clamores, sobretudo após os tremores. Em frente a nossa casa, foram erguidas barraquinhas, onde dezenas de pessoas se preparam para passar mais uma noite. Os vizinhos servem comida e água para os que se abrigam nas barracas. Há pouco tocaram a nossa campainha. Nos convidaram para dormir nas barracas, compartilhando um espaço já pequeno, e afirmando ser perigoso nossa permanência na casa. Ficaram mais tranquilos quando viram que, por trás dos muros, dormimos no jardim.
(Texto publicado em 13 de janeiro)⁴⁰

O que vemos hoje em Porto Príncipe, dois dias após o terremoto é um exemplo indescritível de civismo e ajuda. Não há o caos, como parte dos jornalistas que nos procuram querem ouvir, as pessoas não estão em desespero e nem há sinal da "barbárie imaginária" que molda o nosso preconceito sobre o Haiti.[...] "You have to show destruction" ("Você deve mostrar a destruição") foi o que ouvi de um jornalista norte americano. E de fato há sim sinais de destruição e morte, que merecem ser retratados. Mas os haitianos encontraram meios criativos e

39 Disponível em <http://lacidelle.wordpress.com/2010/01/13/terremoto-em-port-au-prince/>. Acessado em 28 de janeiro de 2010.

40 Disponível em <http://lacidelle.wordpress.com/2010/01/13/compartilhar/>. Acessado em 28 de janeiro de 2010.

cheios de civismo para contornar essa situação, que nos cabe aqui relatar.

[...] Além disso, os haitianos encontraram meios de manter a cotidiana rede de comércio, e sem alteração de preços. No Champs de Mars, centro da cidade, as “dames sara”, como são conhecidas as mulheres que constroem as redes de abastecimento “informal” da cidade, continuam na ativa e as cozinhas improvisadas funcionam à todo o vapor, fazendo frango, banana frita e macarrão. Um prato de “chen jambe” continua, impressionantemente, custando 100 gourds (2,5 dólares, aproximadamente). E isso é importante ser retratado. Nossa fotógrafa, em meio a tanto outros que buscavam somente a destruição, pegou sua câmera e, pedindo licença, fez retratos de pessoas orgulhosas com as medidas que encontraram para sobreviver.

(Texto publicado em 14 de janeiro)⁴¹

Na cidade de haitiana de Jacmel, na costa sudeste do país, um grupo de estudantes do Cine Institute resolve sair às ruas e filmar os primeiros momentos após o terremoto. Suas curtas reportagens mostram a devastação e o sofrimento das pessoas, mas também trazem imagens de fé e esperança. Publicadas diariamente no blog de notícias do instituto⁴², as narrativas chamam a atenção não só da imprensa, como da ajuda internacional. No dia da aterrissagem do primeiro helicóptero com comida, água e remédios, os estudantes não só filmam a cena como, emocionados, ajudam a descarregar o veículo.

Enquanto isso, em busca de informações sobre a catástrofe, jornalistas do mundo todo debruçavam-se na rede atrás de novas fontes. Na edição do dia 13 de janeiro, o *Bom Dia Brasil*, da TV Globo, mostrava a “sala de emergência”

41 Disponível em <http://lacitadelle.wordpress.com/2010/01/14/o-civismo-e-a-criatividade/>. Acessado em 28 de janeiro de 2010.

42 As reportagens estão disponíveis em <http://www.cineinstitute.com/news/>. Acessado em 28 de janeiro de 2010.

criada especialmente para monitorar as redes sociais. “As informações chegam desencontradas e nós contamos com a ajuda das novas tecnologias”, comentava o jornalista Renato Machado (BOM DIA BRASIL, 2010).

Já a algum tempo a mídia tradicional (jornais, revistas, TVs, rádios) vem se aproximando das chamadas novas mídias. O temor inicial, de que o meio digital representaria o fim do veículo impresso ou eletrônico, parece ter ficado em segundo plano, e os exemplos de convergência – no qual um meio se aproxima do outro para um esforço conjunto – parecem aumentar. Se a internet pautou os jornais e as TVs durante parte da cobertura do terremoto do Haiti, sites de notícias colaborativas, como o Wikinotícias⁴³, usam a imprensa tradicional como fonte de informação para seus textos.

O principal ponto com o qual os veículos de comunicação tradicionais lidam é o fato de que as ferramentas da web 2.0 permitem que qualquer cidadão, em qualquer parte do mundo – desde que tenha acesso à rede –, publique fatos, opiniões, análises sem se preocupar com questões como custos de impressão ou distribuição. Resultado disso? Se antes era função exclusiva da mídia e de seus profissionais decidir quais temas seriam publicados e quais não – baseados em critérios como relevância e, por que não?, espaço ou tempo disponível –, agora os assuntos são publicados em todas as partes e a todo momento. Se antes filtrava-se para publicar, hoje publica-se, para depois filtrar.

Falar de conteúdo gerado pelo usuário – ou UGC (User Generated Content) – é tratar de uma gama ampla de tipos de informações, que vão desde aspectos mais pessoais até aquelas de extrema utilidade pública. Isso porque a

43 O Wikinotícias (<http://pt.wikinews.org/>, ou Wikinews (<http://en.wikinews.org/>), é outro projeto da Wikimedia Foundation. Utiliza os mesmos preceitos da Wikipédia, mas seu foco são textos jornalísticos e não enciclopédicos. O site lusófono, no entanto, é muito menos ativo do que o original, em inglês. Por isso, enquanto a home da Wikinews se mostra sempre dinâmica, com várias matérias em destaque ao longo de um único dia, o Wikinotícias nem sempre é atualizado com a periodicidade que se espera de um veículo de informação na web. No dia 28 de janeiro de 2010, por exemplo, a notícia principal no Wikinews era uma conferência sobre terrorismo que aconteceria naquele mesmo dia em Londres. Já a Wikinotícias trazia a confirmação da morte de D. Zilda Arns no Haiti, notícia publicada no dia 13 de janeiro.

internet, ao contrário das demais mídias, reúne duas características fundamentais: ela transmite conteúdo (no sentido usado no inglês *broadcasting*), mas também é um meio de comunicação inter-pessoal, tal qual um telefone. Todo o conteúdo gerado na web encaixa-se, então em um desses padrões: são feitos para serem lidos por todos ou são feitos para serem lidos por alguns. Explico-me melhor: a adolescente que cria um blog para discutir as fofocas da sala de aula com as amigas usa a internet como meio de comunicação. O alunos de cinema de Jacmel utilizam o meio para transmitir conteúdos.

Para Shirky (2008: 86) a maioria do UGC não tem nada de “conteúdo”, no sentido de ser criado para consumo geral:

Dizer algo para poucas pessoas que conhecemos é muito diferente de falar algo para muitas pessoas que não sabemos quem são. [...] Antes da internet, quando falávamos sobre meios, falávamos sobre duas coisas distintas: meios de difusão e meios de comunicação. [...] Os meios de difusão são formatados, conceitualmente, como um megafone, amplificando a mensagem em mão única, de um emissor para vários receptores. Meios de comunicação, dos telegramas ao telefone e o fax, são desenhados para facilitar as conversas de duas vias. Conceitualmente, meios de comunicação são como um tubo; a mensagem colocada em uma ponta é endereçada para um receptor em particular, na outra ponta. (SHIRKY, 2009: 86)

Com a internet, meios de comunicação e de difusão tornam-se um só e o que era feito para ser comunicado, entre duas pessoas ou entre um grupo restrito, difunde-se por toda a rede – e temos a falsa sensação de que todo o conteúdo publicado está lá com o objetivo de ser visto por todos. A maioria das pessoas na internet escreve para pequenos grupos. Esse é um padrão conhecido entre aqueles que estudam comportamento de grupo: em economia, por

exemplo, diz-se que, no mercado de varejo, 20% dos consumidores são responsáveis por 80% do faturamento.

Mesmo na Wikipédia é possível observar esse padrão: considerando a imensidão de pessoas que visita a enciclopédia online, são poucos aqueles que reservam um tempo para efetivamente colaborar com o projeto – seja com a criação de um artigo ou simplesmente com a correção ortográfica de uma palavra. Um número ainda menor se engaja a ponto de poder ser considerado “wikipediano”.

Também não é a toa que algumas dezenas de blogs ao redor do mundo têm audiências de milhares de visitantes, enquanto milhares de blogs espalhados pelo planeta são feitos exclusivamente para falar com uma dezena de pessoas. O mesmo acontece em relação ao público de um blog: por mais sucesso que tenha, um post será muito mais visitado e lido do que comentado. E, entre os comentários, apenas uma parcela contribuirá realmente para a melhoria ou para o incremento do conteúdo.

Algumas vezes, um blog que era pensado como meio de comunicação, torna-se meio de difusão de informação da atualidade. É o que aconteceu com o blog *Pesquisadores da Unicamp no Haiti*. Na primeira postagem, datada de novembro de 2009, o pesquisador-chefe, o professor Omar Ribeiro Thomaz, explica que naquele espaço todos os participantes publicariam suas anotações de viagem, num estilo de caderno de campo – provavelmente para serem acessadas por pesquisadores conhecidos ou mesmo pela família, saudosa de notícias. O terremoto, porém, colocou o grupo na posição de espectadores privilegiados. E, com isso, o tipo de interação também mudou. Os poucos comentários dos posts pré-terremoto dão lugar a várias mensagens, com as mais variadas intenções.

Jornalistas pedem entrevistas, conhecidos e desconhecidos se solidarizam, outros criticam ou pedem informações sobre desaparecidos no terremoto⁴⁴:

Olá Omar, tudo bem? Sou jornalista da TV Band e gostaríamos muito do contato de vocês para conversarmos por telefone ou via skype. Precisamos atualizar as informações e ouvir relatos de quem acompanha o dia a dia dos trabalhos de resgate.

entre em contato assim que possível, por favor.

meu e-mail é PFRANCO@BAND.COM.BR
skype: PAULOBOLLA

✂ por *Paulo Franco* 14 14UTC janeiro 14UTC 2010 at 07:58

omar querido!
fiquei muito emocionada em ouvir sua voz, ainda que pela internet e tv (nos depoimentos que deu ao longo do dia).
de fato feliz em saber que estão bem. e muito emocionada quando disse que vocês decidiram ajudar aí. evidente que esperava isso de vocês, mas numa hora dessas, difícil ter a coragem de anunciar sinceramente esta decisão. o que se esperava, a partir das declarações que saem da mídia, é que os brancos, ricos, estrangeiros, saíssem correndo daí para nunca mais voltar.

força...
e estamos aqui torcendo!
(e prontos para ajudar no que pudermos)
julia (unicamp/cebrap)

✂ por *Julia Moretto Amancio* 14 14UTC janeiro 14UTC 2010 at 00:22

Depois de começar a ler esse blog, totalmente por acaso, vi que pensava como uma pessoa extremamente alienada.
Parabéns à todos vocês. Pela visão e atitude diante de toda essa tragédia.
Sem dúvida nenhuma, seus relatos estão dando "um banho" em toda a imprensa oficial. Posso imaginar o orgulho de todos seus familiares, além é claro de toda preocupação, que estão sentindo.
Torço muito por vocês e todos os haitianos.

✂ por *Cris* 14 14UTC janeiro 14UTC 2010 at 09:09

[Responder](#)

Omar,

Ficamos sabendo do blog e estamos acompanhando.
Gostaríamos de saber se é possível um contato com vocês por telefone ou mesmo e-mail para uma entrevista. Um relato sobre a situação por aí...

Meu e-mail - janaina.barros@cbn.com.br
Tels da rádio - 11 - 3826-9191/3826-5244

✂ por *Janaina* 14 14UTC janeiro 14UTC 2010 at 12:18

⁴⁴ Comentários retirados de <http://lacitadelle.wordpress.com/2010/01/13/compartilhar/#comments>, acessado em 28 de janeiro de 2010.

estamos aqui em Paris muito tristes e chocados pelo que aconteceu um amigo de trabalho esta desesperado sem noticias da mae que mora em leogane la feronnay
pode me dizer se esse local também foi atingido pelo sinistro?
muita grata e que Deus os protejam
luciana

✂ por *luciana* 14 14UTC janeiro 14UTC 2010 at 11:31

[Responder](#)

Pq ao inves de vcs ficarem andando pelos jardins e dando entrevistas criticando o trabalho da ONU, não vão para as ruas ajudar quem está precisando????

Acho q aí sim, vcs estariam fazendo algo por este povo tão sofrido. Pq até agora, acho q estão aí somente à passeio!

✂ por *fernanda* 14 14UTC janeiro 14UTC 2010 at 13:08

[Responder](#)

Absolutamente dispensável o argumento acima. Típico de quem gosta de falar mal de quem não utiliza máscaras para descrever a realidade. Como é fácil apontar o dedo no conforto da sala de estar.

✂ por *Sydney* 15 15UTC janeiro 15UTC 2010 at 18:22

[Responder](#)

Clay Shirky (2008: 91) lembra que a facilidade que a tecnologia proporciona de todos poderem se comunicar com todos é “tirada” por alguns fatores sociais: um deles é a fama. Quando alguém se torna famoso – como um blog ou um usuário do Twitter que começa a ter muitos seguidores – “qualquer potencial de interatividade é esmagada, porque a fama não é uma atitude e não é um artefato tecnológico. Fama é simplesmente um descompasso entre entradas e saídas de atenção, com muito mais setas apontando para dentro do que para fora”.

Um exemplo disso é o Blog do Nassif, que será tratado com mais detalhes no próximo capítulo: vale adiantar, no entanto, que atualmente o jornalista – que divide seu trabalho de blogueiro com várias outras atividades – recebe, em média 1500 comentários/dia, sobre os mais variados assuntos. Se antes ele lia e

respondia a cada leitor – ou pelo menos para a maioria deles – hoje ele cogita a hipótese de contratar uma pessoa para ajudá-lo na tarefa cotidiana de ler e liberar os comentários⁴⁵.

Talvez essa diferença entre *inputs* e *outputs* seja um dos fatores que leva grande parte dos sites de notícia no Brasil a subutilizar as ferramentas que possibilitam interação com o leitor. Apesar de a maioria dos grandes portais jornalísticos brasileiros – *Folha Online*, *Estadão.com*, *G1*, *Último Segundo* etc. – permitir que os leitores comentem os textos publicados, dificilmente se vê um real diálogo entre o jornalista e o usuário. Em geral, os comentários se somam do pé da reportagem, e as poucas conversas que se estabelecem acabam sendo entre os próprios leitores, que respondem uns aos outros. Nos blogs mantidos por jornalistas, algumas exceções confirmam a regra.

Outra forma de interação que começa a ganhar espaço é conhecida como “jornalismo participativo”. Para Bowman e Willis (2003: 9), jornalismo participativo é a ação de um cidadão ou de um grupo de cidadãos que tem um papel ativo no processo de coleta de informações, reportagem, análise e disseminação de notícias. A intenção do jornalismo participativo é “garantir a informação independente, correta, compreensível e relevante, necessária para a manutenção da democracia⁴⁶”.

Já Axel Bruns (2009: 23) considera o “jornalismo participativo” próximo ao que ele chama de “gatewaching”⁴⁷, em contraponto ao conceito de

45 No Blog do Nassif (<http://colunistas.ig.com.br/luisnassif/>), todos os comentários são moderados. Isso quer dizer que precisam de aprovação do responsável pelo blog para irem para o ar.

46 Os meios de transmissão são novos e intensificam a velocidade e a amplitude que as mensagens alcançam. Mas a ideia de que os próprios cidadãos devem ser capazes de gerar as informações de atualidade a partir de sua própria realidade é antiga: basta lembrar experiências de jornais de associações, impressos em mimeógrafos e distribuídos na comunidade, ou mesmo de rádios comunitárias espalhadas pelo interior do país.

47 Gatewaching é o processo pelo qual certas audiências selecionam conteúdo relevante para elas mesmas.

gatekeeper⁴⁸. E destaca o papel do “jornalismo público” ou “jornalismo cidadão”, que, para ele, é um trabalho no qual os cidadãos se utilizam de técnicas de reportagem e pesquisa do jornalismo para obter informações que reflitam com maior precisão uma vasta gama de opiniões públicas sobre questões específicas.

Nos Estados Unidos já há casos bem documentados de experiências que deram certo tanto no que se refere ao jornalismo participativo quanto no jornalismo público. Um exemplo bem conhecido do primeiro caso é o Slashdot.org (<http://slashdot.org>). Lançado em 1997, com o slogan “News for nerds, stuff that matters” (Notícias para nerds, coisas que importam), é alimentado pelos próprios usuários da seguinte maneira: um usuário publica um resumo de uma determinada notícia encontrada em algum ponto da internet, com o respectivo link para o texto original. Os outros usuários podem comentar essa notícia, acrescentando dados, apontando para links que contenham informações contrárias etc.

Os textos, em geral, referem-se a assuntos de interesse da comunidade do software livre e do Linux (daí o slogan). E todos os resumos, antes de serem publicados, passam pelo crivo de uma equipe reduzida de editores – pessoas da equipe do site – e podem ou não serem publicados. Mas, o próprio site adverte que esse “filtro” não está relacionado à veracidade ou correção dos fatos postados. Na seção de perguntas frequentes, a resposta sobre como a equipe checka a precisão das histórias⁴⁹ é: “Não checamos. Você, sim. Se algo parecer ultrajante, podemos olhar algumas colaborações, mas como regra consideramos isto responsabilidade de quem publicou a informação e dos leitores. É por isso que é importante ler os comentários. Você pode achar algo que refuta ou

48 Conceito tradicional na teoria da comunicação, refere-se ao fato de os comunicadores, em especial os jornalistas, atuarem como “guardiões” da informação, decidindo o que é e o que não é publicado.

49 Disponível em <http://slashdot.org/faq/editorial.shtml#ed750>. Acessado em 28 de janeiro de 2010.

corroborar a história principal.” Esse “acordo” com o público, no entanto, não impediu que o site sofresse várias críticas ao publicar notícias falsas ou sem fundamento.

Já quando falamos de jornalismo público, ou jornalismo cidadão, um exemplo que pode ser citado é o OhmyNews, um jornal online sul-coreano cujo lema é “Todo cidadão é um repórter”. Criado em fevereiro de 2000 por Oh Yeon Ho, um jornalista com doutorado em comunicação de massa, o site é considerado o primeiro do mundo a aceitar, editar e publicar artigos de seus leitores, no que ficou conhecido como “jornalismo open source”. Apenas 20% do conteúdo publicado diariamente no site é feito pela equipe interna de jornalistas. O restante é originado nas contribuições de freelancers, a maioria deles cidadãos comuns. O prestígio do veículo de comunicação na Coreia do Sul é tão grande que após vencer a eleição de 2002, Roh Moo Hyun deu sua primeira entrevista como presidente para um repórter-cidadão do OhmyNews. O interesse do público sul-coreano também é grande: tanto que em 2007, a OhmyNews inaugurou sua “escola de jornalismo cidadão”, uma espécie de “centro de conhecimento colaborativo”, com cursos de jornalismo, fotografia digital e fotojornalismo – com foco tanto no meio digital quanto nos veículos tradicionais, como jornais, TVs e estações de rádio.

Em entrevista à pesquisadora e jornalista Ana Maria Brambilla, Oh Yeon Ho destacou, porém, a importância dos repórteres profissionais mesmo nessa modalidade de jornalismo. “São eles os responsáveis pela edição de todo o material que é submetido pelos cidadãos-repórteres e pela produção das chamadas hard news, notícias que dão conta de pautas ligadas à política, sociedade e organizações não-governamentais (BRAMBILLA, 2005).

Já no Wikinews, projeto mantido pela Wikimedia Foundation, os participantes publicam suas próprias reportagens sem passar por nenhum crivo

de edição profissional. A criação e a edição das matérias seguem o mesmo padrão dos artigos da Wikipédia, com a diferença de que no Wikinews, todas as informações publicadas precisam estar referenciadas: “[Na Wikinews] todas as fontes de informação utilizadas [em uma reportagem] devem ser citadas e, em princípio, essas fontes devem ser verificáveis por outra pessoa. No caso de reportagens originais, notas de campo deve ser apresentadas na página de discussão do artigo.” (ALLAN, 2006: 137)

Grande parte das reportagens utiliza-se da mídia tradicional (online, impressa ou televisiva) como fonte de informação, o que gerou algumas críticas sobre a real contribuição dos cidadãos-jornalistas da Wikinews, uma vez que eles realizavam apenas uma compilação dos fatos e versões que já eram publicados. Isso levou a uma tentativa de ampliar a criação de materiais originais, que atualmente são destacadas na seção: “Reportagens originais”.

Paul Bradshaw (2008) estabelece uma taxonomia para o que ele chama de wiki-jornalismo – que inclui tanto a Wikinews quanto o Wikitorial do *Los Angeles Times* e outras experiências que utilizam plataforma wiki na confecção dos textos. Há, segundo o autor, qualidades-chave que devem ser identificadas quando examinamos o uso de wikis no jornalismo:

- Se o tópico é definido por um editor (jornalista) ou por um usuário;
- Se a primeira versão é produzida por um jornalista, pago para isso, ou por um usuário;
- Se o material poderia ou não ser produzido sem o uso de tecnologia wiki;
- Se a versão wiki é editada posteriormente por um profissional para uma publicação “final” (em contraponto àqueles materiais que são editados unicamente por usuários).

Bradshaw (2008) também identifica cinco tipos de wiki-jornalismo:

- Wikis de segunda versão – uma segunda versão de um material jornalístico é levado para ambiente wiki. A partir daí os leitores podem editar o artigo produzido pelos jornalistas da casa. Um exemplo desse tipo de wiki-jornalismo é o Wikitorial.
- Crowdsourcing⁵⁰ wiki – é quando um material que não poderia ser produzido pela empresa de comunicação (provavelmente por razões logísticas), mas que se torna possível com o uso de tecnologia wiki.
- Wiki suplemento – quando o usuário é convidado a criar, em ambiente wiki, um suplemento à matéria publicada.
- Open wiki – um espaço aberto, cujo tema da matéria é decidido pelo usuário, e onde o material é produzido sem nenhum tipo de interferência de jornalistas profissionais. Exemplo: Wikinews.
- Wiki logística – um ambiente wiki restrito a contribuições das pessoas da empresa.

Cruzando essa classificação com as características levantadas anteriormente, temos o seguinte quadro (BRADSHAW, 2008):

	Tópico definido pelo usuário?	Versão inicial criada pelo usuário?	Possível sem o uso de tecnologia wiki?	Infinito?	Editado por jornalista?
Segunda versão	Não	Não	Sim	Não	Sim

50 Crowdsourcing é um termo recente, usado em especial no mundo dos negócios, resultado da união das palavras crowd (multidão) e outsourcing (terceirização). Representa um modelo de produção que utiliza a inteligência e os conhecimentos coletivos e voluntários espalhados pela internet para resolver problemas, criar conteúdo ou desenvolver novas tecnologias. São exemplos de crowdsourcing o sistema operacional Linux e o navegador Firefox, ambos desenvolvidos pela colaboração voluntária de milhares de programadores ao redor do mundo.

	Tópico definido pelo usuário?	Versão inicial criada pelo usuário?	Possível sem o uso de tecnologia wiki?	Infinito?	Editado por jornalista?
Crowdsourcing	Não	Não	Não	Talvez	Sim
Suplemento	Não	Sim	Não	Sim	Não
Open wiki	Sim	Sim	Não	Sim	Não
Logística	Sim	Sim	Não	Talvez	Sim

Para o autor, todos esses tipos de wiki-jornalismo apresentam “forças” e “fraquezas”. A meu ver, esses pontos positivos e negativos podem se estender a todas as formas de jornalismo *open source*⁵¹.

Forças
Permite uma cobertura de fatos e pontos de vista mais amplo do que se o jornalista estiver atuando sozinho.
Permite maior transparência do processo de confecção da notícia, uma vez – especialmente quando são usadas ferramentas wiki – o usuário pode acompanhar e comparar as várias versões da matéria em processo.
Cria vantagens competitivas e econômicas na produção de reportagens, uma vez que a empresa pode contar com um único profissional trabalhando com vários colaboradores voluntários.
Enquanto os colaboradores fazem o trabalho miúdo de levantamento básico de informações, o jornalista pode se dedicar a tarefas mais complexas da reportagem, como análise do conteúdo e investigação de pontos obscuros.
Possibilita ao jornalista trabalhar com um número maior de fontes.

Fraquezas
Pouca precisão
Vandalismo
A falta de “autoridade” na edição pode fazer com que o artigo seja editado infinitas vezes, até perder sua força original.

51 Incluo entre as modalidades do jornalismo open source, todas as formas de jornalismo tratadas que contam com a participação do usuário: o jornalismo cidadão, o jornalismo público, o jornalismo participativo e o wiki-jornalismo.

Fraquezas
Possibilidade de “guerras de edição” – quando dois ou mais colaboradores começam repetidamente a desfazer as alterações uns dos outros, como forma de forçar seu ponto de vista em detrimento dos demais.
Amadorismo, o que pode levar a pouca credibilidade.

Em 2006, a revista *Wired*, especializada em novas tecnologias, também fez sua experiência de wiki-jornalismo. O jornalista Ryan Singel escreveu um texto sobre wikis e colocou-o em um ambiente wiki, aberto para que fosse editado por qualquer usuário registrado. Quando o experimento foi encerrado, a comunidade havia feito 348 edições, 21 sugestões de título, 39 intervenções na página de discussão e adicionado 30 links aos 20 que estavam no texto original. A conclusão de Singel (2006) foi:

Certamente a reportagem final estava mais precisa e mais representativa de como as wikis são usadas. É melhor do que aquela que surgiria se um editor da *Wired News* tivesse trabalhado nela?

Acho que não.

As edições ao longo da semana tiraram algo do fluxo narrativo que um texto da *Wired News* geralmente têm. As transições parecem um pouco entrecortadas, há muitas menções a empresas e muita explicação seca de como wikis trabalham.

Para mim, parece mais uma cartilha do que uma reportagem.

Isso não faz do experimento um fracasso, e estamos claramente diante de uma comunidade que quer tornar as notícias melhores (o que, para alguns, significa links para seu site). Certamente vamos continuar a fazer experiências para encontrar formas de envolver mais a comunidade.

Mas acho que a experiência mostra que, nas narrativas, há ainda lugar para um mediador que sabe quando agrupar detalhes para o bem da história, e está acostumado a balancear

os pontos de vista concorrentes e os interesses das empresas e pessoas representadas em uma reportagem.

No Brasil, a versão lusófona do Wikinews, a Wikinotícias, ainda não conseguiu muita penetração entre os usuários e as reportagens originais são quase inexistentes⁵². “Isso é mais comum na Wikinews em inglês. Na nossa [as reportagens originais] também ocorrem, principalmente quando se trata de notícias da própria Wikimedia”, conta Vander Marcovecchio (username: Sir Lestaty de Lioncourt), editor e administrador da Wikinotícias desde 2007, em entrevista a esta autora⁵³.

Em outras experiências de jornalismo *open source*, a figura do jornalista é constante. Estudo recente realizado pelos pesquisadores Elizabeth Saad Corrêa e Francisco Madureira (2009: 11) analisou reportagens publicadas em seções destinadas à participação do “cidadão-repórter”: VC Repórter, no Terra⁵⁴ e VC no G1, no canal de notícias do Globo.com⁵⁵. Ambos os casos contam com equipes de jornalistas que editam o material antes de publicá-lo.

O estudo classificou 163 matérias publicadas num período de 15 dias, considerando aspectos como editoria, local do acontecimento, tipo de contribuição, quantidade de fontes utilizadas, tipo de uso do material feito pelo portal. De maneira resumida, os resultados foram os seguintes:

- Editoria – a maior parte das matérias (64%) tratava de assuntos relacionados a cidade e/ou cotidiano. Na sequência veio cultura/entretenimento (19%).

52 Temas da atualidade que despertam mais atenção, como, por exemplo, o terremoto no Haiti, são abordados com mais profundidade em artigos da Wikipédia do que nas notícias do Wikinotícias.

53 Entrevista na íntegra disponível no Anexo 4.

54 Disponível em <http://noticias.terra.com.br/vcreporter>

55 Disponível em <http://g1.globo.com/VCnoG1/0,,8491,00.html>.

- Local – 93% das matérias cobriam eventos ocorridos na vizinhança dos cidadãos-repórteres.
- Tipo de contribuição – 44% da matérias analisadas eram apenas “flagrantes da realidade”, ou seja: a foto de uma rua alagada pela qual o usuário passava, um pequeno vídeo da marginal congestionada. 56% traziam algum tipo a mais de informação. Nesse quesito, porém, os dois portais analisados apresentaram diferenças significativas: enquanto no Terra apenas 35% das contribuições foram consideradas “flagrantes da realidade”, esse número chegou a 75% no G1.
- Fontes utilizadas – 51% das matérias não traz nenhum tipo de fonte declarada, o que indica que as informações apresentadas são, em geral, resultado unicamente da observação da cena pelo cidadão-repórter. 34% apresenta apenas uma única fonte. 14% das “reportagens” traziam duas fontes e em apenas 1% dos casos foram apresentadas três ou mais fontes.

Muitas ilações podem ser feitas a partir desses dados. Para o fim específico dessa tese, no entanto, gostaria de destacar alguns aspectos. Um deles é a questão do hiperlocalismo presente na maioria das matérias analisadas. Ou seja: na aldeia global da internet, os cidadãos-repórteres (e aqui tratamos especificamente do caso brasileiro) estão muito mais preocupados com suas aldeias locais. O conceito de hiperlocalismo é dado por Mark Glaser:

Uma notícia hiperlocal é a informação relevante para pequenas comunidades ou vizinhanças que têm sido ignoradas pelos canais tradicionais de notícias. Graças a possibilidade de publicar e comunicar online, de modo barato, sites de notícias hiperlocais surgiram para atender a essas comunidades, enquanto a mídia tradicional tem procurado suas próprias iniciativas para cobrir o que perderam.⁵⁶

56 Citado por Corrêa e Madureira (2009: 14).

Outro ponto que chama a atenção é a opção dos portais em incentivar um jornalismo participativo baseado no instantaneísmo⁵⁷. Com isso, se antes a TV achava ser a detentora do poder de mostrar a “história acontecendo”, hoje esse poder é compartilhado pelos meios digitais – com o agravante que, com a facilidade de publicação, qualquer um se julga capaz de “contar a história como ela é”.

E a principal consequência disso é a ideia, cada vez mais espalhada pelos detentores da informação “contínua e em tempo real”, de que não importa o que vale ou não um jornalista. Assim, no momento em que explode um acontecimento em alguma parte do mundo, a mídia [...] tem o hábito de estabelecer um contato com alguma pessoa que se encontra no local – a única exigência é que ela fale uma língua que possa ser entendida – para dizer o que sabe. Mesmo que seja pouco o que ela possa dizer, que seja falso, ou que seja apenas um rumor. [...] Esse sistema assinala o rumo do verdadeiro jornalismo de investigação, visto que uma “testemunha” [...] se torna, na ideologia da transmissão direta, um valor absoluto, quando é do jornalista que isto se exige. (RAMONET, 1999: 14)

E finalmente o fato – talvez o mais importante – de os dois portais usarem o material dos cidadãos-repórteres mais como fonte do que como produção jornalística em si. Todo o material recebido é editado e gera uma matéria a partir da seleção da equipe do portal. Temos, no caso, muito mais a presença do *gatekeeper* do que do *gatewaching* (BURNS, 2009).

57 Segundo Ignacio Ramonet (1999), o “instantaneísmo” é um processo originado no início da década de 1990, a “era de ouro da transmissão por satélite”, que tornou a simples transmissão de um dado de um ponto até outro uma “reportagem”.

Como o foco desse trabalho é o jornalista e não o seu leitor, não entrarei na discussão sobre os motivos que levam a internet brasileira a essa configuração. Destaco, porém que o papel do jornalista enquanto mediador desses grupos de usuários que se dispõem a colaborar e a participar da criação e do desenvolvimento de uma reportagem passa pela capacidade de gerenciar comunidades. O pesquisador Clay Shirky (2002) adverte o jornalista que pretende trabalhar nesse contexto:

Uma comunidade real é uma coisa auto-gerada, com algum tipo de magia, fácil de reconhecer depois que existe, mas impossível gerar sob demanda, que reúne pessoas. Uma vez que essas pessoas formem a comunidade, contudo, elas vão agir no interesse da comunidade, mesmo que esse não seja o seu interesse [do jornalista]. Eles podem até tratá-lo, o dono do site, como uma perturbação externa. Outra surpresa é que eles vão tratar o crescimento [do site] como uma perturbação também, e espontaneamente vão erguer barreiras se eles sentirem que esse crescimento é uma ameaça muito grande [...] Muitas das expectativas que você tem sobre o tamanho, a composição e o comportamento das audiências quando você faz uma transmissão televisiva estão atualmente danificadas pelo crescimento das comunidades. Para criar um meio ambiente construtivo com a comunidade, você precisa agir mais como um jardineiro do que como um arquiteto.

Essa nova relação com o público – que também se torna mais exigente em seus questionamentos e seus desejos de ser informado – exige do jornalista uma série de novas habilidades, o que resulta também em novas responsabilidades. A pesquisadora Elizabeth Saad Corrêa (2009b) lembra que com a potencialidade tecnológica dos novos meios, o jornalista amplia seu papel de reportar a

realidade. “Mas ele também passará a acrescentar ao seu perfil todo um novo conjunto de responsabilidades, funções, atribuições e habilidades.”

Esse acréscimo se dá tanto na necessidade de saber usar os softwares disponíveis até na preparação de conteúdos editoriais voltados para a personalização/customização. “Ou ainda, pela responsabilidade social em alimentar com informações e funcionar como ‘motor’ de comunidades virtuais.” (CORRÊA, 2009b).

Para a pesquisadora, o jornalista no ambiente virtual é também um arquiteto da informação, no sentido de que precisa organizar o conteúdo considerando sua dimensão, sua profundidade e sua amplitude. “Essa informação não é apenas, mas *também* é texto (ou hipertexto), são gráficos (ou infográficos), são ícones (ou links), imagens (animações), sons (real audio), ou tudo isso junto” (CORRÊA, 2009b, grifo da autora).

Às competências básicas do fazer jornalístico – saber entrevistar, criar uma narrativa, analisar dados e fatos, além de habilidades linguísticas – somam-se outras. São habilidades que já pertenciam ao rol profissional do jornalista, em maior ou menor grau, dependendo do tipo de atividade por ele realizada, mas que, com os meios digitais, tornam-se prementes:

- competência numérica – a internet permite ao jornalista o acesso a inúmeras bases de dados novas. Por isso, ele precisa saber buscar, processar e operar com números, para daí extrair a informação;
- competência tecnológica – para manter-se atualizado com as novas tecnologias de informação e comunicação;
- competência visual – cada vez mais a informação digital é baseada na agregação de textos com imagens;
- competência cultural – para interagir com os vários grupos, as várias culturas e as várias localidades que se tornam mais acessíveis.

O papel de mediador social do jornalista potencializa-se nos meios digitais, uma vez que o alcance de sua voz e os nós de sua rede também aumentam. À convivência com as fontes “reais” somam-se os relacionamentos com as fontes “virtuais”.

Essa convivência traz à tona o lema tão popular desses tempos: “be global, act local” – que leva à reestruturação de nossa vida futura em cidades hiper urbanizadas e hiper digitalizadas.

Para o jornalista cabe, então, o papel de *navegar por cidades reais e criar relacionamentos por comunidades virtuais* [grifo meu]. Do relato de realidades locais, ainda fundamental para seu exercício profissional, vemos o jornalista identificando e interligando essas localidades no mundo virtual. (CORRÊA, 2009b)

Essa interligação, ou esse diálogo possível (MEDINA, 1990), se concretiza na narrativa da contemporaneidade: no contar uma história, seja oral, visual ou escrita. E até mesmo nesse aspecto o jornalista das mídias digitais precisa de novas competências – como narrar uma história num meio tão fluido quando a internet, aproveitando as possibilidades que temos a disposição? E mais: qual o lugar da marca do autor nesse meio? Esses são os assuntos discutidos no próximo capítulo.

CAPÍTULO 4

... tem que passar além da dor

Tudo ao seu redor está banhado em luz. Você está cercado por um mar sem fim de barracas, todas exibindo suas coleções de mercadoria, um zunzum incessante, em várias línguas, confunde e desorienta seus sentidos. A praça é rodeada por estátuas de pedra que se misturam com trepadeiras e a hera que brotam de cada fenda. Uma cortina de velhos cedros pende seus galhos sobre as barracas e oferece um lar para muitas aves que voam e cantam a cada movimento abaixo. Ao norte é possível ver mais barracas, enquanto a sudoeste um emaranhado de árvores de grande porte indicam a presença de uma floresta.

Bem-vindo a Avalon. Estamos no 28º dia da primavera, 1252 anos depois da Guerra Divina. Uma multidão de personagens transita pela praça – cada um deles controlado por uma pessoa, online em algum canto do planeta. Os personagens conversam. Negociam. Ganham dinheiro e aprendem novas habilidades. Brigam. Guerreiam. Enfeitiçam. A narrativa fantástica é construída pela interação dos jogadores. Ações que desencadeiam reações e levam a história para lados não imaginados previamente. Quem pode saber o que o futuro nos reserva?

Avalon⁵⁸ é um Multi-user Domain (MUD), uma espécie de RPG⁵⁹ online que fascina e reúne milhares de pessoas. Iniciados no mundo “real”, os jogos de interpretação ganharam fama e fãs no ambiente virtual. “A partir da década de 1980, ambientes de jogo conhecidos como MUDs (Multi-User Domains, ou Domínios Multiusuários) permitiram que jogadores distantes entre si compartilhassem, através da internet, um espaço virtual no qual podiam conversar uns com os outros (via digitação) em tempo real. O texto digitado por jogadores em qualquer parte do planeta aparecia na tela de cada participante ao mesmo tempo em que eles improvisavam as cenas e imaginavam coletivamente mundos fictícios”. (MURREY, 2003: 54-55)

Ao longo da história, o ser humano explicou o mundo ao seu redor contando histórias – sejam elas no campo da ciência, da arte, da filosofia ou da religião (DUARTE JÚNIOR, 1984:15). É através das narrativas que a dialogia plena – que envolve não apenas os signos linguísticos, mas o “signo da relação” (MEDINA, 2003) – encontra expressão: ao narrar histórias, o homem converte o caos em cosmo e se relaciona com a realidade. Lembrando o conceito do pesquisador Boris Kossoy (1999: 36-37), podemos dizer que as narrativas transformam a primeira realidade (a realidade em si)⁶⁰ em segunda realidade (realidade simbólica)⁶¹.

Na 20ª Bienal Internacional do Livro de São Paulo, que ocorreu entre os dias 14 e 24 de agosto de 2008, foi lançada a versão impressa do *Livro de Todos* – experiência de criação colaborativa de uma narrativa. A história foi lançada com

58 Disponível em <http://www.avalon-rpg.com/>.

59 Role-playing Games, ou jogos de interpretação de papéis. São jogos presenciais ou não, no qual os participantes interpretam um personagem e, interagindo com os demais jogadores, criam uma história colaborativamente.

60 “A primeira realidade é a realidade do assunto em si na dimensão da vida passada; diz respeito à história particular do assunto independentemente da representação” (KOSSOY, 1999: 36).

61 “A segunda realidade é a realidade do assunto representado” (KOSSOY, 1999: 37).

um texto inicial do escritor Moacyr Scliar e ficou aberta a participações de 16 de maio a 16 de junho daquele ano. Os interessados deviam ler o material publicado e escrever uma continuação com até 20 mil caracteres. Essas colaborações eram enviadas para a comissão de edição do livro, que podia decidir se usava o texto todo ou apenas partes. A história era atualizada diariamente, a partir da colaboração das pessoas, e novos participantes completavam a narrativa. O resultado foi a criação de um texto com a colaboração de 173 pessoas, além de 14.238 visitantes que acessaram o site www.livrodetodos.com.br para acompanhar o desenvolvimento de “O caso do texto roubado”.

Essas interações, mesmo quando passam por um crivo tão interventor quanto na experiência do *Livro de Todos*, são um convite para que a audiência se torne participativa. Para Janet H. Murray (2003: 51), se as histórias multi-autorais correm constantemente o risco de perder a experiência narrativa também podem aumentar o envolvimento dos participantes, estimulando leitores/espectadores – neste caso, interatores – a imaginarem-se no lugar do autor. E, nesse sentido, a estrutura da internet, baseada no conceito de hipertextos, pode aumentar o potencial narrativo de uma história.

A narrativa, na internet, independentemente do formato adotado, não pode prescindir do uso do hipertexto: um conjunto de documentos de qualquer tipo (imagens, textos, gráficos, tabelas, arquivos de som, vídeos, animações etc.) que são conectados entre si por links. “Histórias escritas em hipertexto podem ser divididas em ‘páginas’ que se desenrolam [...] ou em ‘fichas’ do tamanho da tela [...], mas elas são melhores descritas como segmentadas em blocos de informação genéricos chamados ‘léxias’ (ou unidades de leitura)” (MURRAY, 2003: 64).

Quando um autor escreve um livro, ele tem em mente que as páginas serão reunidas em uma sequência única. Um estudante que faz o fichamento de

um livro sabe as fichas devem ser indexadas uma após a outra, mesmo que depois sejam buscadas aleatoriamente. Na internet, no entanto, as léxias ocupam um espaço virtual no qual podem “ser precedidas por, seguidas de e postas ao lado de um número infinito de outras léxias” (MURRAY, 2003: 64). Isso permite ao escritor experimentar novas formas de segmentação, apresentação e criação do conteúdo. As histórias escritas em hipertexto têm, em geral, mais de um ponto de entrada, muitas ramificações e nenhum final bem definido: uma verdadeira teia de fios emaranhados.

O jornalista que escreve para o meio digital precisa levar essa possibilidade de criação em conta, ao elaborar sua narrativa – seja ela colaborativa ou não. Também deve considerar, ao estruturar seu texto, o que Janet Murray define como quatro propriedades do ambiente digital:

- são procedimentais;
- são participativos;
- são espaciais;
- são enciclopédicos.

As duas primeiras propriedades correspondem, em grande parte, ao que queremos dizer com o uso vago da palavra interativo; as duas propriedades restantes ajudam a fazer as criações digitais parecerem tão exploráveis e extensas quanto o mundo real, correspondendo, em muito, ao que temos em mente quando dizemos que o ciberespaço é imersivo (MURRAY, 2003: 78).

O ambiente digital é procedimental, uma vez que é baseado na capacidade dos computadores exibirem comportamentos gerados a partir de regras. Sempre que um usuário clica em um link, ele sabe que a máquina vai interpretar esse ato como um desejo de mudar para outra léxia e fará sua vontade. Mas os ambientes

digitais reagem às informações que inserimos neles – e, por isso, são participativos. “É isso o que, na maioria das vezes, se pretende afirmar quando dizemos que computadores são interativos. Significa que eles criam um ambiente que é tanto procedimental quanto participativo.” (MURRAY, 2003: 80).

A propriedade espacial dos ambientes digitais é dada pela sua capacidade de representar espaços “navegáveis”. Para Murray, embora essa propriedade tenha sido largamente explorada em aplicativos gráficos, ela independe da capacidade do computador de exibir mapas, gráficos, vídeos ou mesmo modelos tridimensionais. Tampouco depende da sua função comunicativa, que conecta lugares geograficamente distantes. A qualidade espacial da internet é dada pelo processo interativo da navegação. “Sabemos estar numa determinada situação porque, quando acionamos uma tecla ou o mouse, o que a tela exibe [...] é alterado conforme nossa ordem. Podemos verificar a relação de um espaço virtual com outro ao refazer nossos passos.” (2003: 85).

E, finalmente, a quarta característica que, para Murray, é promissora para a criação de narrativas: os ambientes digitais são enciclopédicos. Computadores são o meio de maior capacidade entre todos os que já foram inventados, e prometem recursos infinitos. “Devido à eficiência da representação de palavras e números no formato digital, podemos armazenar e recuperar quantidades de informação muito além do que antes era possível. A memória humana foi estendida, com o meio digital, de uma unidade básica de disseminação portátil de 100 mil palavras (um livro médio, que ocupa cerca de um megabyte de espaço em sua versão completamente formatada), primeiro, para 65 milhões de palavras (um CD-ROM de 650 megabytes, o equivalente a 650 livros) e, agora, para 530

milhões de palavras (um videodisco digital de 5,3 gigabytes, equivalente a 5.300 livros), e daí para cima⁶² (2003: 88).

Para a arte narrativa, essa capacidade enciclopédica e a expectativa enciclopédica gerada pela internet são instigantes. A capacidade de representar imensas quantidades de informação em formato digital representa um grande potencial artístico para oferecer riquezas de detalhes, representando o mundo tanto abrangente quanto particular. “Como as longas declamações da tradição bárdica, que duravam o dia inteiro, ou o romance vitoriano de três volumes, a expansão ilimitada de gigabytes apresenta-se ao contador de histórias como uma vasta *tabula rasa* implorando para ser preenchida com tudo o que interessa à vida.” (MURRAY, 2003: 88-89, grifo da autora)

De modo geral, essa potencialidade criativa da internet ainda não é usada em sua plenitude. A narrativa digital ainda é um formato a ser pesquisado e desenvolvido. A própria Murray afirma que a maior parte do que é exibido em formato de hipertexto na web, ficção ou não, é apenas escrita linear conectada a links no sumário – e a Wikipédia é um bom exemplo disso. “A divisão do livro impresso em capítulos específicos foi um importante pré-requisito para o romance moderno; a ficção hipertextual está ainda esperando o desenvolvimento de convenções formais de organização que permitam ao leitor/interator explorar um meio enciclopédico sem ser esmagado por ele.” (2003: 91)

Quando é convidado a participar de uma experiência colaborativa, o interator experimenta um prazer característico dos ambientes eletrônicos: o sentido de agência⁶³. Por conta do uso vago do termo “interatividade”, em geral esse sentido é confundido com uma simples habilidade em movimentar um

62 Desde que Janet Murray escreveu esse texto, nos longínquos (em termos de internet) anos de 1997, a capacidade de armazenamento aumentou incrivelmente. Hoje, um computador pessoal popular tem, facilmente, um disco rígido de 500 gigabytes (ou meio terabyte).

63 Agência é a capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados das decisões e escolhas.

joystick ou de clicar com o mouse. Mas a agência vai além: “Como prazer estético, uma experiência a ser saboreada por si mesma, ela é oferecida de modo limitado nas formas de arte tradicionais, mas é mais comumente encontrada nas atividades estruturadas a que chamamos jogos”, explica Murray (2003: 129). E questiona: “Somos capazes de imaginar uma narrativa literária envolvente que se baseie nessa estrutura de jogos sem ser diminuída por ela? Ou estamos apenas falando sobre um modo dispendioso de reescrever Hamlet para a máquina de fliperama?”

Uma das principais questões que advém da prática da agência narrativa em uma obra colaborativa é: até que ponto somos autores da obra que vivenciamos? Antes de entrar nessa discussão, é importante tentar levantar alguns pontos que identifiquem – ou pelo menos tentem – a figura do autor.

Michel Foucault (2009: 6) lembra que, antes de mais nada, o nome do autor é um nome próprio, mas não é exatamente um nome próprio como os demais. “É, mais que uma indicação, um gesto, um dedo apontando para alguém; em certa medida, equivale a uma descrição.” E exemplifica:

Se descobro que Shakespeare não nasceu na casa que hoje se visita, temos aqui uma modificação que, a priori, não vai alterar o funcionamento do nome do autor. Mas se fosse comprovado que Shakespeare escreveu o *Organon*, de Bacon, simplesmente porque a pessoa que escreveu as obras de Bacon é a mesma que escreveu as de Shakespeare, temos um tipo de mudança que modifica inteiramente o funcionamento do nome do autor. (FOUCAULT, 2009: 7)

Isso nos leva a imaginar que o nome do autor não é simplesmente um elemento do discurso, mas que exerce um certo papel em relação a esse discurso, assegurando uma função “classificatória”. Nesse sentido, o nome autor permite

agrupar um certo número de textos, delimitá-los, excluir alguns e até mesmo opô-los a outros.

Em uma palavra, o nome do autor funciona para caracterizar um certo modo de ser do discurso: para um discurso, o fato de ter um nome de autor, o fato de poder dizer “isso foi escrito por Fulano de Tal”, “Fulano de Tal é o autor disso”, indica que tal discurso não é uma palavra cotidiana, indiferente, uma palavra que se vai, que flutua e passa, uma palavra que pode consumir-se imediatamente, mas sim que se trata de uma palavra que deve ser recebida de um certo modo, e que deve receber, em determina cultura, um certo estatuto. (FOUCAULT, 2009: 8)

Essa função-autor, para o estudioso francês, remete ao sentido de propriedade e surge, historicamente, na medida em que tornava possível punir penalmente pessoas responsáveis por discursos transgressores. “O discurso, em nossa cultura (e em muitas outras, sem dúvida), não era originalmente um produto, uma coisa, um bem; era essencialmente um ato” (2009:8).

Quando os discursos transformam-se em bens e se estabelecem regras sobre os direitos do autor, sobre as relações autores-editores e sobre os direitos de reprodução – entre final do século 18 e início do século 19 –, a transgressão que faz parte do ato de escrever se torna, cada vez mais, um imperativo da literatura. “Como se o autor, a partir do momento em que foi colocado no sistema de propriedade que caracteriza nossa sociedade, compensasse o estatuto que assim recebia [...] praticando sistematicamente a transgressão, restaurando o perigo de uma escritura pela qual, por outro lado, lhe garantiam os benefícios da propriedade” (FOUCAULT, 2009: 9).

Foucault lembra que, ao longo de grande parte da história da cultura ocidental, os textos que hoje chamamos “literários” circulavam entre as pessoas sem que se colocasse em questão quem era o autor. O anonimato não

representava nenhum problema e sua antiguidade – verdadeira ou suposta – era garantia suficiente de autenticidade. Ao contrário, os textos científicos eram avalizados pelo nome do autor. “Plínio diz”, “Hipócrates relata” eram índices que marcavam os discursos que deviam ser recebidos como comprovados.

Nos séculos 17 e 18, essa situação começa a mudar. Os discursos científicos passam a ser recebidos por si mesmos, no anonimato de uma verdade estabelecida ou que a qualquer momento pode ser novamente demonstrada: o que garantia esses textos era o fato de pertencerem a um conjunto sistemático, e não mais o fato de terem sido escritos por tal indivíduo ou por outro. Mas se a função-autor desaparece nos textos científicos, ela ganha força nos textos literários, a ponto de “não suportarmos o anonimato literário: só o aceitamos na qualidade de enigma” (FOUCAULT: 2009, 9).

Mas quem é o autor? A crítica moderna, segundo Foucault, define da seguinte maneira:

[...] o autor é o que permite explicar tanto a presença de certos acontecimentos em uma obra, como suas transformações, suas deformações, suas modificações diversas (e isto se dá pela biografia do autor, pela localização de sua perspectiva individual, a análise de sua posição social ou da posição de sua classe, e as características de seu projeto fundamenta). O autor é, dessa maneira, o princípio de uma certa unidade de escritura [...]. O autor é também o que permite superar as contradições que podem ser encontradas em uma série de textos: deve haver – em um certo nível de seu pensamento o de seu desejo, de sua consciência ou de seu inconsciente – um ponto a partir do qual as contradições se resolvem, encadeando-se finalmente, uns aos outros, os elementos incompatíveis ou organizando-se em torno de uma contradição fundamental ou ordinária. Por último, o autor é um certo centro de expressão que, sob formas mais ou menos acabadas, se manifesta igual e com o mesmo

valor em obras, rascunhos, cartas, fragmentos etc. (FOUCAULT, 2009: 11-11)

O pesquisador francês ainda destaca que nas ciência não-exatas, a indicação do autor e a data do trabalho desempenham um papel diferente, não sendo simplesmente uma maneira de indicar a fonte, mas também de proporcionar um certo índice de “confiança”. Acredito que na prática cotidiana do jornalismo, a função-autor coloque-se entre a função exercida na literatura e nas ciências humanas, fornecendo credibilidade e indicando para o leitor a partir de que visão de mundo aquele texto pretende apresentar o real.

Humberto Eco usa o conceito de autor-modelo – ou seja, uma “entidade” que no final da leitura se identifica com o que a teoria literária chama de “estilo”. “O autor-modelo é uma voz que nos fala afetuosamente (ou imperiosamente, ou dissimuladamente), que nos quer ao seu lado. Essa voz se manifesta como uma *estratégia narrativa*, um conjunto de instruções que nos são dadas passo a passo e que devemos seguir quando decidimos agir como o leitor-modelo⁶⁴” (ECO, 2006: 21). E afirma: toda narrativa é formada por uma “santíssima trindade” – o autor-modelo, o narrador e o leitor. Nos meios digitais, no entanto, o leitor – ou, no caso, o interator – também é um autor da história. Murray destaca:

Há uma distinção entre encenar um papel criativo dentro de um ambiente autoral e ser o autor do próprio ambiente. É evidente que os interatores podem criar aspectos das histórias digitais em todos esses formatos, com o maior grau de autoria possível de prescrições. Mas os interatores podem apenas atuar dentro das possibilidades estabelecidas quando da escritura e da programação de tais meios. (2003: 149)

64 Leitor-modelo é uma espécie de tipo ideal de leitor que o texto não só prevê como colaborador, mas que também procura criar (ECO, 2006:15).

Até agora, a autoria gera um produto final – impresso ou eletrônico, no caso de uma reportagem de TV – que é definitivo, no sentido de que depois de publicado pouco se pode fazer além de uma eventual errata ou de uma nova publicação com reedição. Por isso, adverte Murray, o mundo mutável e caleidoscópico dos meios digitais pode parecer para alguns um mundo sem autoria. Nada mais longe da verdade: para a pesquisadora a autoria nos meios eletrônicos existe e é, antes de tudo, procedimental. Isso significa que a autoria está presente tanto no ato de escrever as regras pelas quais os textos aparecem quanto em escrever os textos em si. É um ato autoral escrever as regras para o envolvimento do interator, ou seja, sob quais condições acontecerão as respostas às ações dos participantes. “O autor procedimental não cria simplesmente um conjunto de cenas, mas um mundo de possibilidades narrativas”. (2003: 149)

É possível comparar o autor procedimental ao coreógrafo que fornece o ritmo, o contexto e o conjunto de passos que serão executados, ou ao maestro que comanda sua orquestra. O interator utiliza esse repertório de passos e ritmos disponíveis para improvisar sua dança ou seu solo no concerto, dentre as múltiplas possibilidades oferecidas pelo autor. “Talvez se possa dizer que o interator é o autor de uma performance em particular dentro de um sistema de história eletrônico, ou o arquiteto de uma parte específica do mundo virtual, mas precisamos distinguir essa autoria derivativa da autoria original do próprio sistema.” (MURRAY, 2003: 150).

Nesse contexto, ao tratarmos da autoria do comunicador social em um ambiente colaborativo, talvez devêssemos descolar o conceito da concepção do texto. Talvez, na internet, a autoria seja algo mais fluído – como uma imagem em 3D, que pode ser encontrada:

- na forma dada à narrativa (ECO, 2006), ou seja, no estilo. Isso quer dizer que devemos considerar a autoria “invenção e organização de padrões expressivos que constituem uma história multiforme” (MURRAY, 2003: 186);
- e na função de autor, enquanto nome de autor (FOUCAULT, 2009), dando credibilidade não só ao que é publicado como ao espaço de interação em si.

Nesse sentido, o papel do autor se aproxima ao do mediador, uma vez que uma de suas responsabilidades, em uma criação colaborativa, deve ser o de negociar os limites das intervenções, de modo a garantir que a linha geral se mantenha consistente com a da história. Além disso, ele deve ser capaz de ter jogo de cintura e improvisar, a partir da ação dos interatores, aproveitando-se de ações espontâneas para criar eventos dramáticos adequados à narrativa.

Anteriormente discutimos a ampliação da capacidade de publicação dada pelas ferramentas da web 2.0 e que isso representava a mudança do *gatekeeper* para o *gatenwatching*. Ora, se o “filtro” agora é dado depois da publicação a função autor também pode representar um importante elemento para separar o joio do trigo: e, nesse sentido, o nome do autor se transforma num “selo de qualidade”.

Também é possível notar que o leitor percebe esse lugar do autor – e isso se reflete, entre outras coisas, na formação de comunidades virtuais em torno de cada autor reconhecido e admirado. Vou exemplificar com uma breve análise de três blogs mantidos por jornalistas da grande imprensa.

**

Quem visita o blog do jornalista Milton Jung, âncora do programa CBN São Paulo⁶⁵, sabe o que vai encontrar por lá: matérias relacionadas à cidade de São Paulo, em seus mais variados aspectos: saúde, educação, saneamento básico, enchentes, cultura etc. Criado em meados de 2007, o blog funciona como uma extensão de seu programa diário na rádio, não só replicando conteúdo que foi ao ar, como propondo discussões e publicando artigos de leitores.

Jung conta que quando o blog surgiu, a ideia era que fosse um braço digital do programa. *Era a oportunidade de eu dar vazão para todas as reportagens que faço no programa e que necessariamente não têm espaço na página principal da CBN*⁶⁶. Em pouco mais de dois anos e meio, porém, o blog ganhou vida própria: um grupo regular de interatores participa ativamente da vida do blog – e, conseqüentemente, do programa de rádio. Mandam fotos de acontecimentos que testemunharam na cidade, desmentem informações de entrevistados, apresentando dados e fatos, ajudam a levantar novas fontes para complementar reportagens.

Com a participação mais ativa de alguns, Jung sentiu a necessidade de ampliar o trabalho, transformando aquele que seria inicialmente um “depósito” de reportagens em uma verdadeira comunidade. *O blog me daria espaço para expor algumas outras opiniões e situações que no programa não haveria oportunidade, e principalmente me permitiria colocar lá muitas participações de ouvintes-internautas que antes ficavam restritas ao e-mail. Isso foi interessante porque logo pude começar a criar colunas para ouvintes.*

Outro canal que foi ganhando importância no blog é o de fotos. Não apenas os repórteres da CBN, durante suas andanças pela cidade, mas também

65 O programa vai ao ar na rádio CBN (90,5 FM ou 780 AM), na região metropolitana de São Paulo, das 9h30 às 12h, de segunda a sexta, e das 10h às 12h aos sábados.

66 Todas as declarações do jornalista Milton Jung foram feitas durante entrevista a esta pesquisadora em dezembro de 2009. O conteúdo na íntegra da entrevista está disponível no Anexo 1 desta tese.

os cidadãos/interatores, passaram a utilizar esse recurso, a ponto de ser necessária a criação de um espaço no Flickr – ferramenta que permitiria uma organização muito melhor das fotos do que o blog. Atualmente⁶⁷, a coleção de fotos do Blog do Milton no Flickr⁶⁸ conta com mais de 4500 fotos, divididas em três coleções distintas:

- Meu olhar – com 20 álbuns que reúnem fotos feitas pelo próprio jornalista-autor.
- Repórteres da CBN – traz nove álbuns com imagens feitas pelos repórteres da rádio.
- Foto-ouvinte – reúne 24 álbuns com fotos encaminhadas pelos ouvintes, sob temas que vão desde problemas nas calçadas, até enchente em Santa Catarina.

O blog também tenta organizar a participação do público, através da criação de comunidades no Orkut e no Facebook. E, há pouco mais de um ano, o jornalista estreou também um canal no Twitter (@miltonjung), já com mais de seis mil seguidores. Para Jung, todos esses relacionamentos que são desenvolvidos com as várias ferramentas enriquecem o trabalho do jornalista:

Essa informação que chega nas redes sociais é na realidade, uma rede de fontes. Aquilo que o jornalista sempre fez através da sua cadernetinha e da sua agenda de telefones. E o que que era a construção de fontes? Você procurava um professor na academia, ouvia duas ou três vezes e acabava identificando que informação dele nunca era muito boa, não tinha muito argumento. Então procurava outro professor, conversava duas ou três vezes, e dizia “esse é um cara legal, tem uma posição bem mais clara, com argumentos. Essa é uma boa fonte”.

⁶⁷ Dados de 31 de janeiro de 2010.

⁶⁸ Disponível em <http://www.flickr.com/photos/cbnsp/>.

É a mesma coisa que o jornalista tem que fazer quando avalia essas pessoas que estão escrevendo no blog. As mídias digitais deram espaço para permitir o aumento no número de fontes. E, entre essas fontes, nós temos que ter critérios para escolher quais são as mais confiáveis, como escolhíamos antes.

O mesmo acontece com o cidadão que lê jornal: ele abre o jornal no qual ele confia. Quando ele liga uma emissora de rádio, ele liga na emissora de rádio na qual ele acredita. E quando ele lê um blog, ou seja lá, ele segue alguém que passa notícias pelo Twitter, ele tem que ter o mesmo critério para fazer essa avaliação do que é correto ou não, do que é mais confiável ou não.

A vantagem é que hoje nós, jornalistas, temos um número de fontes de informação muito maior, muito mais democrático, e o cidadão, da mesma maneira, não fica preso à mediação de quem quer que seja para publicar sua opinião ou a sua informação.

No dia 30 de outubro de 2009, Jung estava em Curitiba, participando de um evento que discutia rádio e mídias sociais, quando soube da explosão de uma loja em um shopping que estava prestes a ser inaugurado na Vila Olímpia, em São Paulo. Resolvi fazer a seguinte avaliação: eu fui ao Twitter procurar quando tinha surgido a primeira informação a propósito dessa explosão. O acidente ocorreu por volta de 10h15. Às 10h36 eu encontrei a primeira notícia no Twitter dizendo que tinha acontecido alguma muvuca no shopping. Um minuto depois eu tinha outras informações, inclusive fotos sobre isso. A rádio deu a notícia 10 ou 15 minutos depois do Twitter, dizendo que havia ocorrido um incidente, com a explosão de uma loja do shopping que estava para ser inaugurado.

Entre a primeira informação que eu levantei no Twitter e a reportagem da rádio, houve uma diferença de 10 a 15 minutos. É um tempo que eu considero razoável para o jornalista confirmar a informação que vai colocar no ar. Porque, ao contrário do cidadão, o jornalista não pode se dar o direito de dar a informação sem confirmá-la antes. Ele não pode simplesmente pegar aquela primeira notícia do twitter e colocar no ar. Ele tem, necessariamente, que apurar

— é sua responsabilidade. E a pessoa que simplesmente manda essa notícia pelo Twitter não tem essa responsabilidade — e nem sei se deve ter.

Se você monitorar essas mídias, elas te ajudam a enxergar o que está acontecendo, mas elas não são produto final. Elas são para ser avaliada. Como qualquer fonte que eu entrevistar, qualquer fonte de onde eu levantar uma informação. Não pode ser produto final.

O surgimento desse novo quadro pode, na opinião de Jung, reforçar o papel do jornalista. *Pode ser que a profissão seja exercida de outras maneiras. As nossas fontes mudaram e vão mudar muito. E acho que é bom que mudem, porque até então nós sempre trabalhamos sobre fontes institucionais: é a associação que representa um determinado segmento, é uma ONG, é a academia, é a empresa. Quando você tem o cidadão como fonte, é mais fácil democratizar isso. A participação do leitor/interator/ouvinte enriquece o conteúdo tanto do blog quando do programa de rádio. Eu coloco uma informação no ar, e logo na sequência eu recebo mensagens de pessoas agregando conteúdo àquilo que eu falei ou que o entrevistado disse. E é um conteúdo muito rico, que pode até mudar minha pauta, porque me permite olhar de outra maneira, de uma forma que eu não estava enxergando.*

Jung cita como exemplo uma reportagem sobre a coleta de lixo na cidade de São Paulo nas ruas em que se localizam as feiras livres. *Cheguei à rádio e tinha uma mensagem de um cara dizendo o seguinte: a feira livre aqui na minha rua terminou ontem a tarde e até agora não recolheram o lixo. E junto ele mandou uma foto. Eu falei aquilo no ar. Daqui a pouco surgiram mensagens de vários pontos da cidade onde aquilo também havia acontecido. Ou seja, ficou evidente que não era uma coisa localizada, era um problema na prefeitura de São Paulo, no serviço de coleta do lixo das feiras livres. A prefeitura foi cobrar da empresa responsável pela coleta, que alegou problemas na relação com os feirantes para fazer o recolhimento daquele lixo. Resultado: a empresa foi multada.*

É claro que o mesmo resultado poderia ter vindo de uma reportagem realizada por um jornalista ou por uma equipe. No entanto, o uso das redes sociais pode acelerar e ampliar esse processo — é claro, sob comando do

jornalista-autor. *Até porque produzir informação não é fácil, gente! Não é assim qualquer, você sai na rua e levanta informação... Um dos comentarista do meu blog se chama Carlos Magno Gibrail. Ele é doutor em marketing de moda, um cara bem articulado, lê muito, e passou a escrever toda quarta-feira no meu blog. Na medida em que ele foi escrevendo, foi sentindo necessidade de não passar só a informação ou o achômetro dele, mas de conversar com fontes. Fez, então, um trabalho de jornalista, ligando para as pessoas, procurando opiniões. Logo depois da experiência, ele me falou: “é muito difícil fazer isso o que vocês fazem! Dar opinião é uma coisa, você senta lá e diz o que quer. Levantar informação consistente, que dê respaldo para aquelas coisas que você está dizendo, é muito complicado!”*

**

Debate é a marca do Blog do Nassif⁶⁹ – é isso o que a comunidade que se formou ao redor dos posts do jornalista quer e é isso o que o jornalista oferece. *Eu recebo, diariamente, uma média de 1500 comentários. Aí, entre eles, seleciono o que julgo interessante e publico. A partir daí surgem novas discussões.* Nesse diálogo constante com seus leitores/interatores, Nassif questiona, critica, informa e opina. Eles me ajudam a construir o conteúdo.

Ao contrário do Blog do Milton, que se completa e se funde com o programa de rádio, o Blog do Nassif acontece nele mesmo e na comunidade formada ao seu redor. Além dos comentários nos vários posts publicados diariamente, os leitores assumem seu papel de interatores, criando, por conta própria, comunidades virtuais em torno de determinados assuntos. Por reunir o blog e as comunidades, o site é atualmente chamado “Portal Luis Nassif”⁷⁰.

69 Todas as declarações do jornalista Luis Nassif foram feitas durante entrevista a esta pesquisadora, em janeiro de 2010. A íntegra da conversa pode ser conferida no Anexo 2 desta tese.

70 Disponível em <http://blogln.ning.com/>

Nele, a função autor comentada por Foucault pode ser percebida com facilidade: o nome Luis Nassif – resultado de uma trajetória conhecida na grande imprensa – atrai as pessoas até o portal, e faz com que elas queiram se juntar àquele grupo. Uma vez cadastrados, os membros podem iniciar discussões em fóruns, postar vídeos e criar suas próprias comunidades, convidando outros membros do portal a se unirem a elas.

Quando eu comecei a usar o e-mail eu percebi o potencial da colaboração dos leitores. Não apenas para dar feedback sobre aquilo que você estava escrevendo, mas para contribuir com dados. Anos mais tarde, com essa coisa de blog, eu vi que o potencial era ainda maior – mas tinha que ter uma relação de verdade, não era aquilo que os colegas estavam fazendo. O que a maioria fazia era jogar as notas no ar e mantinham-se de lado, deixando as pessoas discutirem entre elas, quebrarem o pau e tudo.

Para Luis Nassif, o segredo estava em aprender a coordenar o grupo. E, para conseguir experiência, começou a frequentar salas de bate-papo, desde o final dos anos de 1990. *Eu entrava com pseudônimo, e gostava muito de provocar o pessoal, para poder entender como funcionava o espírito de grupo. Isso me deu sensibilidade para interagir com os comentaristas do blog – porque os pequenos grupos se formam dentro do conjunto de pessoas que participam, inclusive com a criação de lideranças.*

Criado em 2005, o Blog do Nassif logo se diferenciou em relação aos demais por conta desse diálogo mais próximo. *Em geral, quando o jornalista, ou o colunista, vai para internet, ele quer manter aquela mesma postura de eu estou aqui e você aí. E, normalmente, ele se acha acima do leitor. E na internet ele acaba se expondo: primeiro, porque certamente algum leitor vai saber mais do que ele em algum assunto. Segundo, porque ele vai ter que aprender a reconhecer o erro – e os erros são apontados com mais rapidez. Sem contar a divergência de opiniões, que deve ser respeitada: então, quem quer ter um blog tem que aprender a jogar aberto com o leitor.*

Se o blog é um aprendizado para o jornalista, também é para o público que o acompanha. *Eu lembro bem no comecinho do meu blog, eu publiquei um comentário sobre um determinado assunto. Um leitor rebateu. Deu uma posição totalmente oposta, com bons argumentos. Eu peguei e publiquei junto com o meu: deu um nó na cabeça de todo mundo. Mas qual que está certo?, me perguntavam. E eu respondia: Não sei. Você tem aí duas visões. Tire sua conclusão. Então com o tempo os leitores, que também estavam acostumados a entrar em contato com a imprensa em busca do prato pronto, foram percebendo essa nova maneira de agir e entraram no jogo.*

A relação de Nassif com os interatores de seu blog foi se intensificando – e o número de comentários foi aumentando. *Vou ser obrigado a contratar alguém para me ajudar na liberação dos comentários. Ocupa muito tempo, porque não é só dar uma passada d’olhos. Cada comentário tem um monte de sutilezas. Tenho também que entender a psicologia de grupo e me manter dentro de certos limites. Antes, eu me irritava com um comentário, ia lá no blog e criticava o comentarista. Acabava despertando o sentimento de outro participante, que não tinha nada a ver com a história, mas que tomou as dores do criticado. Hoje, o jornalista tenta lidar melhor com as opiniões contrárias e seus leitores exigem mais que ele se posicione diante dos temas discutidos. Às vezes eu deixo o tema correr solto e logo vem um questionando: cadê sua posição? Então tem todo um processo que vai muito além do jornalismo convencional. É aprender a provocar e a mediar o debate.*

O crescimento da comunidade aumentou as demandas e agora Nassif pensa em acrescentar um jornal ao blog. *Muitas vezes o leitor fala: por que você não ouve o fulano de tal? Ou então ele traz uma informação da fonte X, que merece ser investigada. Com o jornal, eu pretendo ter uma estrutura de redação totalmente embrenhada com os comentaristas. Pegando dicas, pautas, demandas e depois fazendo a matéria jornalística. Não concordo com aquele pessoal que acha que o jornalismo vai acabar com essa interação. Acho, isso sim, que o jornalismo vai ficar muito mais rico, porque agora você tem que fazer a matéria sem esconder o copião.*

A reportagem, com as mídias sociais, deixa de ser um produto que acaba com a publicação para se tornar um processo constante – processo esse que pode ser acompanhado, questionado e enriquecido pelo interator a qualquer momento. *Vamos imaginar um jornalista que sai da redação para fazer uma reportagem. Ele tem lá uma pauta e vai ouvir quantas fontes? Uma, no máximo duas? Daí faz uma pesquisa na internet, meio à galega, porque não domina muito o tema. E escreve a matéria. E é só. Agora imagina se você joga esse tema, com essas duas entrevistas iniciais no blog. Você tem lá, digamos, 100 comentários. Desses, imaginemos que 20 sejam relevantes. São 20 fontes que te levam a novas visões ou a dicas de novos sites. Então, no final do dia, o repórter tem chance de ter 20 vezes mais informação relevante do que no modelo tradicional. Não tem comparação. Eu diria o seguinte: nós vamos começar a fazer jornalismo a partir de agora.*

É claro que isso exige do jornalista novas habilidades – entre elas, a de saber estruturar o pensamento complexo. *O jornalista vai ser obrigado a aprender a pensar, coisa que não anda fazendo ultimamente. E, para isso, a formação universitária, a faculdade de jornalismo – desde que com um currículo moderno – se torna cada vez mais fundamental. Porque, veja bem: para estruturar, consolidar e agregar esse monte de informação que a internet nos disponibiliza, é necessário que o profissional tenha um conjunto de ferramentas que transcende o modelo convencional de jornalismo.*

**

Luiz Carlos Azenha⁷¹ estava em Nova York, no começo do novo milênio, quando sentiu que precisava de um espaço para publicar opiniões, comentários, análises e reportagens que ficavam além do seu escopo de repórter televisivo da Rede Globo. *Eu trabalhava numa emissora que tem uma limitação de tempo muito grande,*

⁷¹ As declarações de Luiz Carlos Azenha foram dadas a esta pesquisadora, em entrevista realizada em janeiro de 2010. A íntegra pode ser lida no Anexo 3.

que não dizer das limitações políticas. Me sentia frustrado com o resultado do meu trabalho, então criei o blog com essa ideia, de colocar nele o que eu não conseguia por no ar.

Era o ano de 2004, e, no Brasil, os blogs estavam apenas começando. Por isso, no início não tinha volume de gente, a ponto de dar alguma repercussão. Mudou rápido, né? Conforme o blog ganhava corpo e, com isso, mais leitores/interatores, o jornalista começou a estabelecer relações com essa comunidade que rapidamente se formava em torno dos textos publicados.

Para Azenha, isso representou não só um novo espaço de atuação, mas uma nova maneira de encarar a profissão. *Aprendi muito com o blog. Eu acho que eu repensei completamente a profissão, especialmente na questão colaborativa. Passei a ver que os leitores sabiam muito mais do que eu sobre vários assuntos que eu tratava no blog. Sabiam muito mais do que eu sobre medicina, alguns sobre política... E minha postura começou a mudar, porque comecei a ter consciência de que eu tinha – por uma questão de compromisso com a realidade – que “sair do pedestal”. Porque quando você é repórter, especialmente repórter de televisão, você tem o controle do microfone, é um poder muito grande. E isso meio que se mistura com sua postura profissional, e você fica meio pretensioso. E, com o blog e com o relacionamento com meu público, passei a ter uma postura mais prudente como jornalista. A internet abriu caminho para que eu percebesse que não podia mais fazer julgamentos definitivos, como generalista que eu era, sobre uma série de tema. E deixei de ser o “opinionista generalista” e passei a ser mais um agregador e um administrador das informações que vêm dos meus leitores.*

Inicialmente, Azenha criou uma seção chamada “Você escreve” no blog, na qual reproduzia textos enviados pelos internautas. Depois, resolveu incentivar seus leitores/interatores a criar seus próprios blogs. *Eu criei um núcleo de blogs chamado Sinuca, que agrega blogs do Brasil todo, e fazia questão de promover esses blogs pra justamente estimular a blogosfera como um todo. Tudo isso acabou me dando uma grande “penetração lateral” e, hoje, embora eu não tenha um correspondente formal em Belém em*

Manaus, conheço blogueiros de lá e tenho para onde correr. Tudo isso é resultado dessa visão de jornalismo colaborativo – e olha que, entre esses blogueiros que me ajudam, poucos são jornalistas.

Essa rede social, criada pela interação dos blogueiros, amplia a atuação do repórter Azenha, e, em sua opinião, lhe dá algumas vantagens. Recentemente, o Carlos Eduardo Lins da Silva, ombudsman da Folha, afirmou que os blogs nunca vão substituir os jornais, porque nenhum blog tem estrutura para enviar quatro correspondentes internacionais para o Haiti, como a Folha fez. Eu concordo com ele, que os jornais não serão substituídos pelos blogs – e acho que nenhum blogueiro tem essa intenção. Mas essa análise dele, trai um pouco a visão que os jornalistas tradicionais, que não têm entendimento da ferramenta têm do que é o blog. Porque ao dizer isso, ele despreza completamente o caráter colaborativo da internet, que é a grande novidade. É claro que eu não tenho condições de deslocar um jornalista para o Haiti. Mas eu posso contatar vários blogueiros haitianos, pessoas que serão muito mais capacitadas para falar sobre país do que quatro paulistanos de classe média que a Folha de S. Paulo despeja lá por avião.⁷²

Os blogs, então, fariam um trabalho complementar ao da grande mídia, uma vez que têm mais liberdade de publicação. Se eu recebo um texto de um comentarista e acho que tem informação boa lá, eu publico. E conto com a colaboração de todos os leitores, comentaristas do blog, para indicar se aquilo está correto ou errado. Então, esse caráter evolutivo da notícia, com o passar dos minutos num blog, numa forma de apuração quase ao vivo, é uma vantagem que os grandes veículos não tem. É claro que isso não diminui

72 Menos de uma semana após a entrevista dada a esta pesquisadora, Azenha publicou um texto em seu blog, comentando a crítica do ombudsman da Folha. E diz que os repórteres enviados para o Haiti seriam muito mais importantes em São Paulo, tentando fazer uma cobertura sobre as enchentes que fossem além do fato de que as chuvas este ano estão batendo recordes. Que mostrasse o “ponto-de-vista dos que ficam à mercê do poder público, especialmente das vítimas das enchentes”. E conclui: “Não se trata, portanto, de uma questão de número de repórteres ou de recursos financeiros. Os blogs crescem no espaço que os jornais abdicaram de cobrir, quando interesses políticos e econômicos particulares deles, jornais, se colocam acima do interesse público.” Disponível em <http://www.viomundo.com.br/opinioao/a-falta-que-fazem-aqueles-quatro-reporteres/>. Acessado em 31 jan. 2010.

a minha responsabilidade: ajo no meu blog da mesma maneira que agiria como editor de um jornal, até porque o blog tem responsabilidades jurídicas.

A nova relação entre jornalista e fonte/interatores abre a possibilidade de mais autonomia para o profissional desenvolver seu próprio negócio fora dos conglomerados de mídia, uma vez que os custos de criação e manutenção de um blog, por exemplo, são muito menores do que aqueles necessários para a implantação de um pequeno jornal ou de uma rádio comunitária. *No Brasil ainda não temos um modelo de negócio que permita à maioria dos blogs sobreviver por si só. Por isso eles acabam sendo uma atividade paralela das pessoas. Nos Estados Unidos já é possível ver alguns exemplos neste sentido – inclusive de grupos de jornalista que se unem para criar um blog e viver disso. Mas se você for olhar no passado, quem é que tinha condições de comprar uma rotativa e imprimir um jornal? Comprar tinta, comprar papel, distribuir... Hoje é possível que o jornalista, só com seu trabalho, desenvolva o próprio meio de comunicação. Então, é super democratizante, inclusive para os próprios profissionais do jornalismo.*

Exige, no entanto, novas maneiras de lidar com o público. Azenha, por exemplo, acredita que um de seus papéis é garantir o nível alto das discussões dos comentaristas. *Eu não gosto muito de dirigir o blog, eu prefiro deixar que os próprios leitores levem. Minha direção é no sentido de criar um ambiente que conduza a uma boa qualidade de debates e comentários.* E para garantir que isso aconteça, ele já pensa em fazer algumas mudanças, entre elas integrar o blog às redes sociais. *A rede social é um caminho muito importante para o jornalismo. Porque lá você tem informação trocada entre pessoas que têm uma relação um pouco mais desenvolvida que uma relação digital fria, uma relação um pouco mais completa. Se eu recebo uma mensagem de alguém que é, por exemplo, meu amigo no Facebook, eu levo mais a sério do que se eu vejo essa mesma informação escrita no jornal, que é uma coisa impessoal. Eu acho que o caminho para a credibilidade da notícia passa um pouco por isso, pelas ligações das redes sociais.*

Além disso, Azenha pretende reduzir o número de intervenções dos interatores na área de comentários do blog, publicando apenas aqueles que realmente sejam significativos para a discussão. *Vou dar maior destaque para os comentários relevantes, e permitir que possam ser avaliados pelos próprios comentaristas, justamente para fazer com que as pessoas pensem mais antes de escrever, que contribuam realmente para a discussão – discussão essa que, a meu ver, é a grande diferença do blog em relação aos jornais. Quero evitar também aqueles comentaristas que são tão definitivos em suas opiniões quanto alguns jornalistas. Porque é claro que também tem leitor que dá palpite sobre tudo – desde usinas nucleares, até política e medicina. E ele não tem intimidade com todos os assuntos.*

O jornalista-autor sabe que essa mudança pode desagradar a um parte de seu público. Mesmo assim, ele prefere sacrificar a audiência em detrimento da qualidade. *Quero que o leitor saiba que quando seu comentário for publicado, é porque aquilo realmente é um conteúdo com propriedade. Quero tirar um pouco esse tom de Fla-Flu, de “eu acho que”, que tem muito nos blogs e que é meio cansativo.*

**

Milton Jung faz de seu blog um espaço de convergência de mídias. Já o blog do Nassif é um espaço que busca dar conta da pluralidade e da polissemia de discursos e versões. E Azenha faz do seu espaço na internet um aprendizado constante de humildade e diálogo. Três modos distintos de lidar com as ferramentas tecnológicas, com objetivos e resultados bastante diversos. Mas os três conseguem não só atrair o público como formar uma comunidade em torno do material publicado e discutido por uma mesma razão: o nome do autor.

Os interatores que agem nos três blogs estão lá porque é o espaço do Jung, o espaço do Nassif e o espaço do Azenha – com toda a carga social, de

postura política e social que isso representa. Mesmo os que circulam por lá para criticar, fazem isso também baseados nesse conjunto de noções dado pela função-autor. E, mais do que isso, é exercendo a prerrogativa de autores de seus espaços que os três jornalistas criam suas narrativas, sejam elas num texto de próprio punho, seja na união de comentários e de discussões do público. Jung, Nassif e Azenha são maestros de suas próprias sinfonias.

Cremilda Medina nos lembra que tanto o jornalista quanto os demais profissionais da área da comunicação têm a responsabilidade autoral de “criar, renovar ou simplesmente administrar os significados [da] [...] realidade vocalizados ou não por fontes de informação [de atualidade]” (2006: 22). A comunicação social ocorre no domínio da produção de sentidos, realizando o trânsito entre a primeira e a segunda realidade. Essa criação cultural, no âmbito da comunicação, origina as narrativas da contemporaneidade.

Uma definição simples de narrativa é aquela que a compreende como uma das respostas humanas diante do caos. Dotado de capacidade de produzir sentidos, ao narrar o mundo, o *sapiens* organiza o caos em um cosmos. O que se diz da realidade constitui uma outra realidade, a simbólica. Sem essa produção cultural – a narrativa – o humano ser não se expressa, não se afirma perante a desorganização e as inviabilidades da vida. Mais do que talentos de alguns, poder narrar é uma necessidade vital. (MEDINA, 2006: 67)

As narrativas carregam consigo as dificuldades racionais, intuitivas e operacionais dos seres humanos. O aprendizado dos sistemas narrativos, a necessidade vital de sensibilizar-se constantemente diante do mundo, a ação de escrever e a capacidade de manter viva a dialogia da escrita coletiva são desafios que os jornalistas – enquanto autores e mediadores sociais – enfrentam todos os dias. Esses aspectos da profissão ganham novas dimensões e apresentam novas

fronteiras a atravessar quando se trata da escritura para mídias digitais. Se a gramática que rege a profissão, tecida há séculos, já não satisfaz os jornalistas que se dedicam às mídias tradicionais, a questão se amplifica no novo meio que, até agora, pouco fez além de reproduzir os padrões já conhecidos.

O repórter é um leitor da cultura privilegiado, pois circula na primeira realidade, observa o mundo, colhe depoimentos dos atores sociais, ouve relatos e declarações. Realiza mediações com responsabilidade autoral: é, portanto, um mediador-autor. “Ao produzir sentidos – e é isso que o jornalista faz –, ele está falando de certa cultura, com os protagonistas culturais localizados”, comenta Medina (2006: 81).

Mas não se esgota aí sua atuação como mediador-autor, pois os significados das coisas estão sempre inseridos numa geopolítica de conflitos. A formulação da linguagem dialógica – legítima especialização do comunicador – enfrenta não apenas a polifonia, mas a complexidade conflitiva dos diferentes. Em geral, o estranhamento se deve à não compreensão da diversidade cultural e às relações de poder que desqualificam os diferentes e inferiorizados. Como articulador de discursos multiculturais, o autor da mediação, uma espécie de regência de vozes, comportamentos, ideias e valores, se faz necessário. (MEDINA, 2006: 81-82)

O aprendizado contínuo – com as sucessivas tecnologias que aceleram o tempo e estreitam os espaços – tem se situado na capacidade (racional), na responsabilidade (visão ética do mundo) e na criatividade (estética dos códigos), para transcender o indivíduo e os grupos para o coletivo humano. É o que a pesquisadora chama de “interação social transformadora”.

Preso a uma visão de mundo positivista – acostumado a explicar em vez de compreender, a fracionar em vez de relacionar, a olhar os fatos a partir de

uma visão de causa-efeito –, o jornalista muitas vezes têm dificuldade em compreender o mundo que o cerca em toda sua complexidade. Por isso, o jornalismo passa pela mesma crise de paradigmas que cientistas de várias áreas já enfrentaram. Cremilda Medina (2006: 120-121) lembra que os físicos oferecem novas noções que podem ajudar a repensar o exercício da profissão:

- Da noção de sujeito-objeto, passamos à noção de sujeitos intercondicionantes, em um processo de reversibilidade;
- Da noção de causa e efeito, passamos à noção de intercausalidade, em uma rede de forças que interagem;
- Da noção de universo sólido, passamos à noção de universo poroso, como um enxame ou um redemoinho;
- Da noção de massa destrutível ou massa indestrutível, passamos à noção de que a massa está em transformação;
- Da noção de substância e acidente, passamos à noção de relação complexa;
- Da noção de que existe o ser da matéria e sua atividade, passamos à noção de que o ser da matéria e sua atividade não podem ser separados. São aspectos diferentes da mesma realidade;
- Da noção de certo e errado, passamos à noção de que os dados da realidade não estão hierarquizados dessa maneira, e sim, dentro da noção de coerência, de encaixe e sustentação no todo.

Essa nova compreensão se faz urgente – especialmente em um mundo que cada vez mais funciona sob a lógica dos processos. Agindo fora de sintonia, o jornalista empobrece sua atuação, frustra-se profissionalmente e deixa de cumprir seu potencial de mediador social.

Mas essa sintonia dificilmente será conseguida exclusivamente por meio da racionalidade. O neurocientista português António Damásio, ao relatar suas pesquisas com pessoas que sofreram lesões cerebrais, nos mostra o papel das emoções na razão humana: “Os sentimentos, juntamente com as emoções que os originam, não são um luxo. Servem de guias internos e ajudam-nos a comunicar aos outros sinais que também os podem guiar. E os sentimentos não são intangíveis nem ilusórios. Ao contrário da opinião científica tradicional, são precisamente tão cognitivos como qualquer outra percepção” (2005: 15).

Mente e corpo, razão e emoção. Damásio aponta o erro abissal de Descartes: separar o corpo da mente. E ao “penso, logo existo”, contrapõe:

[...] antes do aparecimento da humanidade, os seres já eram seres. Num dado ponto da evolução, surgiu uma consciência elementar. Com essa consciência elementar apareceu uma mente simples; com uma maior complexidade da mente veio a possibilidade de pensar e, mais tarde ainda, de usar linguagens para comunicar e melhor organizar os pensamentos. Para nós, portanto, no princípio foi a existência e só mais tarde chegou o pensamento. E para nós, no presente, quando vimos ao mundo e nos desenvolvemos, começamos ainda por existir e só mais tarde pensamos. Existimos e depois pensamos e só pensamos na medida em que existimos, visto o pensamento ser, na verdade, causado por estruturas e operações do ser (2005: 279)

Reunir razão e emoção significa circular pelo mundo estando afeto aos protagonistas sociais. Não estar atento apenas aos detentores do poder, mas ser capaz de perceber e sentir as vozes dos anônimos, por mais sussurrantes que sejam. Não é uma tarefa fácil, afinal, há séculos a ternura e o afeto foram banidos do palácio do conhecimento. Para Luis Carlos Restrepo, psiquiatra colombiano, o “símbolo desse modelo de conhecimento é a forma como se

accede ao estudo da vida vegetal ou animal, seja com herbários onde as plantas aparecem murchas e mutiladas, ou através da vivisseção e do dessecamento de animais. Toda interação com a vida que nos rodeia passa por sua destruição, como se a única coisa dos outros da qual nos pudéssemos apropriar fosse seu cadáver” (2001: 14). Mas o pesquisador adverte: está equivocado quem acha que expulsar a ternura é condição necessária para a geração de conhecimento.

Muito mais que o isolamento de uma certa percepção subjetiva e emocional, que turva nosso acesso à verdade, o que fica a descoberto neste modelo epistemológico é a presença da afetividade plana e definida do guerreiro, preparado para submeter a um domínio homogeneizador a multiplicidade da vida sem importar sua redução a um enunciado abstrato de um esquema. (RESTREPO, 2001: 14)

Obcecados pela tão falada – e falaciosa – objetividade, os jornalistas usam e abusam da dedução e da indução. Mas deixam de lado a abdução. A percepção imediata de um contexto, antes de ser filtrada pelos processos racionais e “explicativos” é fundamental para o estabelecimento de hipóteses. “Ela abre e fecha a dinâmica investigante. Ela torna comunicável a experiência, permitindo que o conhecimento se entronque à dinâmica de uma época” (RESTREPO, 2001: 44). Não quero dizer, com isso, que devemos deixar os processos racionais de lado. A questão é ampliá-los, e (re)aprender a pensar de acordo com uma lógica sensível e compreensiva, que esteja aberta a captar as sutis diferenças da realidade.

Restrepo propõe um resgate dos sentidos humanos: além das supervalorizadas visão e audição, retomar o uso do tato, do olfato e – por que não? – do paladar. No caso do jornalista-autor, isso representa uma disposição ao mesmo tempo humilde e generosa de acariciar o mundo, de encarar a

realidade a partir de estímulos que vão além dos sons e das imagens. Um jornalista-autor terno é aquele que deixa de lado a arrogância de uma lógica universal e se permite ser afetado pelo contexto e pelo outro; quando permite que a sensibilidade aflore, captando as dores e os prazeres daqueles que o cercam; quando incentiva o crescimento da diferença, sem tentar nivelar o que contrasta; quando abandona a lógica da guerra e passa a proteger os nichos afetivos para que não sejam contaminados pelas exigências de funcionalidade e produtividade que movem o mundo atual.

Durante algum tempo, nos acostumamos a pensar no “ambiente virtual” como um espaço separado do nosso. Mas o que vemos é exatamente o contrário: relações criadas no virtual se transpõem para o real, e vice-versa, num grande caleidoscópio de sentidos e sentimentos. O ambiente virtual se torna cada vez mais propício para acolher o desejo humano de se relacionar com o próximo, de se comunicar, de se fazer ouvido e de ouvir.

No caso do jornalismo, isso representa um desafio a mais na jornada do repórter: à polifonia captada nas ruas se une a variedade de vozes que se levanta na internet. É uma experiência nesse sentido que veremos no capítulo a seguir.

CAPÍTULO 5

Deus ao mar o perigo e o abismo deu...

Entre os dias 20 e 23 de outubro de 2008, um grupo de pesquisadores e estudantes se reuniu na Faculdade Cásper Líbero, em São Paulo, no 1º Fórum de Energia, Meio Ambiente e Comunicação Social. O evento era dividido em duas partes: um painel científico, durante a noite, que abordava assuntos como geração de energia e seus impactos ambientais, mudanças climáticas e desenvolvimento sustentável, e um seminário pedagógico, pela manhã, com atividades voltadas para a formação e aperfeiçoamento dos profissionais de comunicação em nível de pós-graduação.

A informação e a abordagem dos especialistas, nas exposições do painel científico, serviam de matéria-prima para as discussões realizadas no seminário pedagógico. Quinze dias após o término das atividades, os alunos deveriam apresentar uma pauta criativa sobre o tema energia e meio ambiente.

No segundo dia do seminário, apresentei a proposta de criação colaborativa para os cerca de 30 alunos. A pauta poderia ser apresentada individualmente, feita e impressa de maneira tradicional, a partir de um processador de textos, ou poderia ser feita colaborativamente, em um ambiente wiki especialmente desenvolvido para o evento⁷³:

73 Disponível em <http://forumenergia.informart.com.br>.

A proposta era apresentada na página inicial – única bloqueada para edição dos participantes – e, ao final, dava o link para a tela onde a pauta deveria ser construída e para um texto com dicas sobre como utilizar o sistema wiki:

Logo na apresentação da proposta, deparei-me com uma dificuldade inicial: a maioria dos alunos não conhecia o sistema e não tinha nenhuma familiaridade com os comandos de edição. Mesmo assim, decidi seguir em frente – afinal, o fracasso aparentemente anunciado na empreitada também poderia render importantes indícios para esta pesquisa.

Ao acessar a página em que a pauta deveria ser construída, a única informação disponível era a seguinte instrução: “Comecem aqui a pauta inovadora”. A primeira inserção ocorre no dia 27 de outubro, feita pela usuária Katiúscia. A edição pode ser acompanhada pelo Histórico da página:

The screenshot shows a wiki interface with tabs for 'página', 'discussão', 'ver código-fonte', and 'história'. The page title is 'Criação da pauta inovadora' with a subtitle '(Diferença entre revisões)'. It compares two versions of the text:

- Edição de 21h49min de 19 de Outubro de 2008 (ver código)** by Foruminfo (Discussão | contribs). The text for 'Linha 1:' is 'Comecem aqui a criação da pauta.'
- Edição de 20h14min de 27 de Outubro de 2008 (ver código)** by Katiúscia (Discussão | contribs). The text for 'Linha 1:' is 'Comecem aqui a criação da pauta.' followed by a large block of red text: 'De tudo que vimos e refletimos no fórum, percebe-se que ainda a "pauta" Meio Ambiente é tratada como algo bem distante do nosso dia-a-dia. Geralmente, Meio Ambiente equivale-se a vegetação florestal, algo que fica em outro estado, outro país como pudemos verificar nos depoimentos apresentados na reportagem dos alunos da Casper ou mesmo nas matérias mapeadas na Folha e no Estadão. Talvez o primeiro desafio seja esse: como tratar (trazer) o Meio Ambiente como um assunto do nosso cotidiano. A água que usamos, o lixo que produzimos, o veículo que nos locomovemos, as questões culturais que muitas vezes nem nos damos conta que reflete em consequências no nosso meio. A pergunta que me instiga: vamos partir do pressuposto de que todas as pessoas de São Paulo estivessem predispostas a vender seu (s) veículo (s), e que pudéssemos fazer uma poupança-cidadã e este montante fosse investido na construção de linhas de metrô. Ainda assim usaríamos o metrô? Ou seria, como de prontidão responder um interlocutor ao meu lado, inviável, afinal como "ficaria meu conforto?". E se temos vícios que "prejudicam" o Meio Ambiente, quais ações (e que efeitos) a sociedade tem feito para que as futuras gerações ajam diferente? Há indícios para mudanças de comportamentos? Onde? Porque?'

Vale destacar que, a fim de ter um certo controle sobre a experiência, programei o sistema para que permitisse apenas edições de usuários logados. O cadastro era muito simples – apenas nome, senha e e-mail – mas permitia que, no Histórico, eu não corresse o risco de encontrar vários números de IPs relacionados às sucessivas edições⁷⁴. O site em questão contou apenas com oito

⁷⁴ Em sistemas wiki totalmente abertos, se o usuário não está logado, as edições são relacionadas ao número de IP da máquina na qual a pessoa estava trabalhando. Assim, se um único usuário acessa o sistema de diversas máquinas, sem se autenticar, o sistema indica apenas que três computadores foram usados naquelas edições.

usuários cadastrados, fora meu cadastro pessoal e o cadastro de administrador, criado durante a instalação do sistema.

Durante o tempo em que estive disponível para o grupo (21 de outubro e 7 de novembro de 2008), o site foi visualizado 412 vezes. A pauta teve apenas cinco contribuições – entre elas uma minha, tentando incentivar o grupo. A página de discussão também só foi usada por mim.

O resultado final foi o seguinte texto:

De tudo que vimos e refletimos no fórum, percebe-se que ainda a "pauta" Meio Ambiente é tratada como algo bem distante do nosso dia-a-dia. Geralmente, Meio Ambiente equivale-se a vegetação florestal, algo que fica em outro estado, outro país como pudemos verificar nos depoimentos apresentados na reportagem dos alunos da Casper ou mesmo nas matérias mapeadas na Folha e no Estadão.

Talvez o primeiro desafio seja esse: como desenvolver uma reportagem que aborde o Meio Ambiente como um assunto do nosso cotidiano? A água que usamos, o lixo que produzimos, o veículo no qual nos locomovemos, as questões culturais que muitas vezes nem nos damos conta, mas que se refletem em consequências no nosso meio.

A pergunta que me instiga: vamos partir do pressuposto de que todas as pessoas de São Paulo estivessem predispostas a vender seu(s) veículo(s), e que pudéssemos fazer uma poupança-cidadã e este montante fosse investido na construção de linhas de metrô. Ainda assim usaríamos o metrô? Ou seria, como de prontidão responder um interlocutor ao meu lado, inviável, afinal como "ficaria meu conforto?". E se temos vícios que "prejudicam" o Meio Ambiente, quais ações (e que efeitos) a sociedade tem feito para que as futuras gerações ajam diferente? Há indícios para mudanças de comportamentos? Onde? Por que?

Uma pauta inovadora nos remete ao vestibulo epistemológico e o estar afeto. O binômio nos levará a criação (autoria) e seus olhos internos se mostrarão mais perceptivos.

Quando penso nessas questões levantadas sobre deixar o carro na garagem e andar de metrô em São Paulo, vejo que há boas pautas para explorar. É só ocupar o lugar das pessoas que usam diariamente os meios de transporte público por uns dois ou três dias e isso vai render uma ótima visão da realidade desta cidade. Lembrando que já houve muita melhoria nos nossos meios de transporte, mas sem perder de vista o fato de que não há políticas públicas voltadas para essa questão com o enfoque ambiental que estamos estudando e que a imensa maioria dos projetos e investimentos são direcionados para obras que mantém as condições para o uso do carro. Pegando esse caminho, uma boa idéia é levar junto no levantamento dessa pauta um proprietário de carro que considere inviável andar de metrô e um que esteja pensando na possibilidade de aderir a essa nova situação. Levantar com essas pessoas as questões propostas, como o conforto, as mudanças de hábito, o que pode estimular essas mudanças e como esse tipo de alteração e essa conscientização pode ser levada para as pessoas de forma objetiva e eficiente por meio de matérias jornalísticas e também por parte de autoridades responsáveis pelo meio ambiente e pelos transportes públicos. E se a gente for tratar de questões relacionadas a destinação de lixo e poluição de água, a jornada é muito maior.

Algo que pôde ser observado nas discussões do Seminário Pedagógico de Jornalismo, e também nas palestras dos especialistas ligados às áreas energética e/ou ambiental, é que pautas inovadoras relacionadas a ambas as temáticas existem em grande número. Chama também a atenção observar que algumas dessas pautas estão bem na nossa frente, e mesmo assim não são levadas adiante, porque não se analisa o potencial complexo que estas possuem.

Em conversa com uma colega participante do Fórum, isso ficou bem claro quando ela me mostrou suas idéias de pautas inovadoras: uma das pautas dizia respeito ao acompanhamento do rio Tietê, tão presente no cenário paulistano, que já foi tão discutido no passado, mas que há um bom tempo deixou de ser lembrado enquanto pauta - lembrando que a importância do Tietê não se resume ao seu eventual potencial energético ou aos seus problemas ambientais, mas ao âmbito da sociedade em seus mais diversos aspectos.

Pautas inovadoras e interessantes que envolvam tanto o meio ambiente como a busca por energia existem, e muitas. Talvez o que falte seja um novo olhar do comunicador, menos viciado pelos assuntos "do momento", e mais aberto para aquilo que está ao seu redor, que pode ser encontrado ao sair da informação requeitada e ir para as ruas observar e pesquisar. Como bem diz Eliane Brum, "o ordinário é extraordinário"...⁷⁵

É facilmente perceptível que:

- a ideia da construção da pauta não foi seguida pelos participantes. O texto tenta fazer uma análise das discussões do seminário e não propor uma pauta;
- os interatores não estão acostumados à criação de textos colaborativos. Usam o pronome de primeira pessoa (eu), falando de suas opiniões pessoais e não como recurso narrativo. Esquecem-se que o “eu” deve ser coletivo e não individual.
- Não existe coesão entre os vários parágrafos. A impressão inicial que se tem é que os participantes simplesmente colocaram seus textos na sequência do que já estava publicado. E isso é confirmado pela análise do histórico: nenhuma edição alterou texto de outro usuário.
- No sentido dado por Eco (2006) e por Foucault (2009), estamos diante de um texto sem autoria.

Uma segunda parte da experiência previa que o resultado do material dos alunos fosse editado por mim – pesquisadora-jornalista – em busca de uma indicação do lugar do autor. Mas a decepção com o fracasso da experiência me levou a suspendê-la.

⁷⁵ Disponível em http://forumenergia.informart.com.br/index.php/Criação_da_pauta_inovadora.

Saí, então, em busca da compreensão dos motivos pelo qual a participação foi tão baixa e a proposta foi tão mal aceita. O primeiro ponto, sem dúvida alguma, passa pela questão da formação de um grupo coeso em torno de um objetivo: talvez pelo tempo escasso, talvez pelo tipo de público, talvez pela baixa motivação⁷⁶, os alunos não constituíram em momento algum uma comunidade e não aderiram à proposta. Além disso, errei ao fornecer aos alunos o link para uma tela da Wikimedia com os comandos de edição: o conteúdo lá postado era de difícil compreensão para neófitos, com muitos detalhes desnecessários, e estava em inglês.

E, por fim, a ideia da criação de uma pauta – e não de uma reportagem ou de um texto de análise – não ficou clara para os participantes que se aventuraram na experiência.

**

Os versos de Fernando Pessoa que abrem os capítulos dessa tese foram escolhidos por conta dos sentimentos que todo esse percurso de pesquisa despertou em mim nesses quatro anos. E especialmente os últimos – *Deus ao mar o perigo e o abismo deu, mas nele espelhou o céu* – me acompanharam ao longo de todo o processo empírico. E foi a esperança de ver o céu que me fez formatar a segunda experiência.

**

76 Vale lembrar que estávamos diante de uma situação altamente desmotivadora para o uso do wiki: os alunos não conheciam o sistema e tinham a opção de entregar o trabalho individualmente, em word. Ou seja, a experiência no wiki representava algo fora da zona de conforto das pessoas, que não tiveram tempo e nem incentivo para tentar algo que certamente traria mais complicação para seu dia-a-dia.

Criar um grupo coeso e motivado a participar da criação de um texto colaborativo. Esse era meu objetivo inicial, ao formatar a segunda experiência em ambiente wiki. Para isso contei com a ajuda da também doutoranda da ECA, Katiuscia Lopes Fogaça, professora da Faculdade Assis Gurgacz (FAG), em Cascavel (PR). Decidimos aplicar a experiência aos seus alunos – dos cursos de jornalismo, publicidade, nutrição e psicologia. Dessa maneira, garantíamos:

- uma variedade maior de estilos de texto e de áreas de formação (simulando de maneira mais aproximada um ambiente wiki aberto);
- uma adesão maior à proposta, uma vez que a participação valia como atividade complementar nos cursos da professora Katiuscia;
- um público mais acostumado ao ambiente de colaboração, uma vez que a maior parte dos alunos tinha experiência prévia com o uso de blogs e vários deles também com sistemas wiki.

Outros problemas encontrados na tentativa anterior também foram corrigidos:

- optamos por um prazo maior de trabalho, disponibilizando o ambiente para edição entre os dias 2 de maio e 31 de julho de 2009;
- oferecemos um tutorial mais amigável sobre ferramentas de edição no ambiente wiki, específico para o site desenvolvido⁷⁷ e com explicações diretas e em português para as ações mais comuns;
- escolhemos um tema de interesse geral, a saber, os blogs no Brasil (visto que muitos dos participantes mantêm ou mantinham blogs pessoais).

⁷⁷ Disponível em http://narrativa.informart.com.br/apoio/wiki_passo_a_passo.pdf

Também tentamos oferecer instruções mais claras sobre os objetivos do trabalho e sobre o que se esperava de cada participante. E, novamente, desenvolvi um site, com uso de ferramenta wiki, especialmente para a atividade⁷⁸:

O tutorial também era visualmente mais agradável e mais claro para o usuário, se comparado ao anterior:

Tela de ajuda do Wikimedia, com explicações detalhadas de todos os comandos do sistema. Muita informação, dificulta a busca do que se deseja de fato.

⁷⁸ Disponível em <http://narrativa.informart.com.br/>

Trecho do pdf com instruções dos comandos que os usuários precisavam saber para editar o texto.

Passo-a-passo do wiki

O mediawiki é uma ferramenta para criação e edição colaborativa. Ela permite que vários usuários façam intervenções em um único texto, simultaneamente. Todas as alterações ficam gravadas, no histórico, e podem ser desfeitas a qualquer momento. Neste pequeno tutorial, você saberá como utilizá-la.

1 - Acessar o sistema

- Acesse o link <http://narrativa.informat.com.br>.
- Antes de criar um texto ou editar alguma coisa que já existe, você deve entrar no sistema. Para isso, é necessário criar uma conta. Veja como fazer isso:

Da mesma maneira que na vez anterior, o sistema só permitia a edição de usuários cadastrados. Desta vez, tivemos uma adesão significativa: 136 usuários cadastrados e ativos, além de alguns cadastros duplicados e do usuário criado como administrador do site durante a instalação e configuração do wiki.

Os usuários, ao entrarem na tela do texto “Blogs do Brasil” encontravam apenas o título (que foi colocado como indicador do tema, e poderia ser alterado a qualquer momento). A primeira inserção de conteúdo aconteceu no dia 7 de maio, feita pelo usuário Mayconcorazza⁷⁹. O texto era o seguinte:

Os blogs que temos acesso hoje são uma evolução dos diários online, onde as pessoas colocavam informações sobre suas vidas pessoais. Com a constante evolução das ferramentas usadas para facilitar a produção dos artigos postados em ordem cronológica, facilitou-se o processo de publicação e contribuiu para a popularização do formato. Devido a isso os primeiros blogs que até então faziam parte de sites, começaram a contar com hospedagem própria para blogs.

⁷⁹ Apesar de muitos participantes terem feito cadastro com seus nomes reais, isso não era uma exigência do sistema e nem foi levado em conta para efeito da experiência. Vale lembrar que em um ambiente wiki aberto, ou mesmo em um blog, pessoas de todos os tipos (e com todos os nomes, verdadeiros ou não) podem se cadastrar e participar.

Até a versão final dos usuários – texto esse que posteriormente foi por mim editado, na segunda parte da experiência – foram 329 contribuições. A página de Discussão também foi bastante utilizada. Em 11 de maio, a usuária Larissabvarella aproveitava o espaço para explicar sua edição:

Criei um sub-título para dos blogs mais visitados e terminei a frase com uma pergunta para refletir sobre os dois pontos, não apenas para responder um, senão não haveria motivo de perguntar se os blogs mais lidos são mais visitados também. Por esse motivo, apaguei o segundo sub-título que já haviam apagado e pus novamente no final da frase, já que não é um questionário e sim um texto.

No dia 16 de maio, a usuária Carla propunha que os participantes abordassem um aspecto que ainda não fora tratado no texto:

Existem já diversos blogs a incentivar a anorexia nervosa, criados maioritariamente por jovens adolescentes que indicam formas e métodos para ingerir o menor número possível de calorias e conduzir ao emagrecimento idealizado por elas. A informação transmitida é perigosa, sem fundamento e totalmente desadequada, como exemplo:

“DIETA DE EMAGRECIMENTO APÓS LEVANTAR-SE – um copo de água quente com uma colher de sal amargo

PRIMEIRO LANCHE – uma xícara de leite

SEGUNDO LANCHE – uma banana ou maçã

ALMOÇO – três xícaras de leite

À TARDE – uma banana

JANTAR – duas xícaras de leite”

Este tema merece comentários.

Em resposta a isso, o usuário Jonas, em 16 de junho, analisava:

Como qualquer outro meio de comunicação os blogs podem ser usados tanto para o "bem", como na divulgação de notícias e entretenimento, como para difundir ideias duvidosas, sem fundamentos, e até mesmo má intencionadas. Como este caso de incentivo a anorexia, dentre outros como incentivo ao suicídio e ao nazismo. Os Blogs são uma ferramenta muito forte quando se trata de ideias e ideais, pois cada um deles atinge exatamente o público que é influenciado com essas notícias e incentivos. O ideal é se preocupar se o blog é mesmo de credibilidade e esperar que os órgãos competentes se atentem mais a esses problemas.

Ao longo do tempo em que esteve no ar, o texto foi ganhando não só corpo, como várias dimensões: os blogs foram vistos como diários pessoais, como instrumento político, como instrumentos de mercado. Alguns usuários resolveram listar seus blogs preferidos. Outros, preferiram analisar a influência desses meios de comunicação e informação nos nossos dias.

O resultado ficou longe de uma reportagem – ou de uma narrativa da contemporaneidade, como proposto inicialmente. Tampouco apresentava unidade de estilo ou qualquer estratégia narrativa para envolver o leitor. O texto dos alunos, na íntegra, sem qualquer tipo de correção ou edição, pode ser conferido a partir de agora.

**

(Material não-editado)

Blogs: "Muito além do que se vê"

A comunicação é um processo natural do ser humano, algo inerente à sua existência. Com o passar do tempo, o espaço reservado à sua expressão comunicacional foi sendo saturado, ou até mesmo manipulado. Por esse motivo instalou-se a guerra pela

auto-promoção onde o ser precisa se sobressair e assim conquistar o tão sonhado lugar ao sol. Só mesmo os avanços tecnológicos "acabaram" com a batalha pela comunicação e trouxeram o advento à luz.

A partir da tecnologia e das inovações oferecidas pela internet o homem passou a conviver com uma gama espetacular de benefícios – claro, sem escapar dos malefícios. Com toda esta expansão da rede pelo mundo – a facilidade de comunicação e a liberdade de expressão que a mesma proporciona – cresceu o interesse das pessoas em possuir seu próprio espaço na web. Contudo, para montar uma "home page" e publicá-la era necessário ter certo domínio técnico, o que nem todos conheciam. Surgem então, ferramentas da internet que tornam esse desejo mais acessível, dentre elas encontram-se em destaque os blogs.

A primeira aparição do Blog foi em Dezembro de 1997, por Jonh Barger. No início eram uma mistura de pensamentos, trabalhos e comentários, mas nessa época as únicas pessoas que o poderiam ter, seriam aquelas que conheciam a construção de um Website. Há quem diga que o primeira pessoa a adquirir um Weblog seja Tim Berners-Lee, criador da Web. Os primeiros Blogs eram utilizados para dar dicas de links e websites que nem eram conhecidos até então.

Mas afinal o que é um blog? É um registo cronológico e frequentemente atualizado contando com opiniões, emoções, fatos, imagens ou qualquer outro tipo de conteúdo que o responsável queira disponibilizar.

Com essa constante melhora das ferramentas usadas na produção dos artigos postados, ocorreu a popularização do formato "blog". Devido a isso, os primeiros que até então faziam parte de sites passaram a ter hospedagem própria, com uma identidade particular tornando-se parte do cotidiano das pessoas. Sem contar que as informações passaram a exigir uma maior agilidade e praticidade, e infelizmente muitas informações passaram a ser banalizadas, sem ter um objetivo final, ou mesmo um público alvo.

O que caracteriza o blog em relação a um homepage, seria a forma de edição e apresentação. O Blog dispõe de uma ferramenta de edição que permite a qualquer leigo colocar de imediato os seus conteúdos online, e atualizá-los a qualquer momento, sem precisar dominar o html, o que não acontece na homepage que exige certo conhecimento técnico.

Filosoficamente, o Blog difere de uma página pessoal na medida em que as atualizações são mais frequentes do que as que são habitualmente feitas a uma página pessoal, na realidade o blog tem um conceito cronológico associado. Deste modo, a homepage mantém seu espírito intacto com poucas atualizações, enquanto um blog com atualizações restritas perde sua essência existencial. Isto é, uma página pessoal pode ser estática ou não, já um Blog quando estático deixa de ser um Blog porque perde sua característica prioritária, a dinâmica do postar em tempo real.

Nesse contexto, percebemos o motivo pelo qual constantemente contamos com novas informações. Como consequência a grande diversidade de assuntos contidos nos blogs, fizeram com que os antigos "Diários virtuais" mudassem a "cara". Evoluíram de web diários que abrigavam informações sobre a vida pessoal de seus respectivos donos (função que o Orkut passou a exercer de modo mais atraente), e passaram a informar, formar opiniões e fazer a diferença.

A "blogosfera" permite que as ideias sejam expressas em forma de textos, uma vantagem em relação ao orkut, fazendo com que o blogueiro seja valorizado pelo que sente, pensa, opina, enfim, pelo que transmite aos visitantes. Esse gosto em comum dos leitores faz do blog uma rede de relacionamento, onde os leitores se conhecem e sempre estão ligados, prova disto são os casais formados a partir desse contato, bem como contratos profissionais e amigos que levamos para a vida toda.

Por ser democrático, de uso geral, gratuito, o grande diferencial do blog é a interatividade que o mesmo proporciona entre os blogueiros e os leitores. Todos podem postar comentários

formando grandes discussões sobre determinado assunto, tornando-o mais intrigante, ou mesmo instigante. Esse sistema é uma das melhores maneiras de saber que realmente leem aquilo que se escreve, ou seja, o blog proporciona e proporciona uma resposta imediata por parte dos leitores. Portanto, tornou-se um parceiro, um termômetro de opinião, diário, fonte de informação, passatempo e entretenimento.

É impressionante a quantidade de blogs existentes que abrigam os mais variados assuntos. Desde os mais simples até os mais complexos. Você pode encontrar o assunto que precisar, é só pesquisar.

A partir do momento que o blogueiro lança o blog está sujeito aos mais variados comentários e opiniões. Sabendo disso não basta apenas divulgar informações e atualiza-las, o blogueiro tem que dispor para seus leitores estrutura, agilidade e, principalmente, facilidade na comunicação. Fazendo desta ferramenta uma aliada na informação, e do mesmo modo contando com a integridade e seriedade necessária a qualquer meio comunicação.

É também, a forma mais acessível para quem deseja ter pouco gasto e sente necessidade de informar. Afinal, fazendo uso do blog as despesas quase que se anulam, já que não necessita de ilha de edição, carro para reportagem, cinegrafista ou repórter. Pode ser feito e alimentado por apenas uma pessoa, pelo dono que atuará como mediador das informações.

Diante desses pontos, pode-se perceber a larga vantagem que o blog tem em comparação aos outros meios de comunicação como rádio, televisão e impresso. Ele possibilita rapidez e um maior alcance. Enquanto um grande meio de comunicação precisa editar toda uma matéria para expor aos telespectadores, ouvintes ou leitores, nas páginas da web em poucos minutos a notícia é postada para que todos os internautas vejam.

Podemos pontuar que o blog detém um público muito direcionado, isso porque blogueiro e visitantes compartilham gostos

semelhantes, assim essa relação acontece naturalmente a partir do momento que o internauta percebe suas preferências sendo atendidas. A partir daí o internauta acaba entrando num círculo vicioso, isto é, habitua-se a ler o blog pela abordagem que o autor faz, e que é de seu agrado.

Justamente pela interatividade, levando em conta a força da opinião pública, o blog ganhou a atenção de grandes empresas, comunicadores e até mesmo de presidentes. Essa realidade é visivelmente observada no blog do atual presidente dos EUA, o mais popular entre a juventude, Barack Obama que através de sua página pessoal cativou seus eleitores.

Quanto aos comunicadores, o blog tem sido uma alternativa que garante liberdade de expressão, ou mesmo uma ferramenta para conhecer a audiência de seus trabalhos. Visualizar essa realidade é muito simples quando identificamos o monopólio criado pela mídia corporativa. Não é a toa que muitos jornalistas têm utilizado seus blogs para publicar notícias e informações “abafadas” pelo padrão das emissoras. Neste sentido, os blogs se tornaram uma alternativa comunicacional, onde se publica tudo quanto for necessário, útil e, claro, diferente daquilo que esta sendo veiculada pelos meios de comunicação de massa, isto é, nos blogs temos contato com o diferencial do campo jornalístico, o inédito da notícia, como queira.

Hoje, em muitas salas do Brasil a era do giz começa a dar lugar a era digital, com intermédio de blogs. Importantes iniciativas públicas e privadas finalmente passam a utilizar o computador como ferramenta educativa e não mais como simples máquina de escrever modernizada. Mesmo para as aulas de português blogs podem trazer benefícios. Muitas pessoas reclamam que a linguagem dos jovens na rede está aniquilando o idioma - mania que, em geral, não avança para as redações escolares. Mas o computador pode ajudar, se o professor quiser. Foi essa a decisão de Anaídes Maria da Silva, do Colégio Humboldt, em São Paulo. Ela aproveitou uma viagem que a turma fez para Paranapiacaba e incentivou os alunos a

criarem um blog para postar poesias com um olhar literário sobre a cidade.

Para o acadêmico de Comunicação Social com habilitação em jornalismo do sétimo período da FAG, Anderson Nascimento, que não possui blog, o atrativo são as publicações diárias, porque sempre inovam a imagem da página e devem ser atualizados como os demais sites. "Acho legal desde que se tenha tempo para atualizá-los diariamente", comenta. Em relação à censura, acredita que "mesmo publicando sem censura pode ser um risco dependendo da publicação feita, afinal hoje em dia assuntos perigosos para a sociedade são descobertos facilmente pela Polícia Federal através de denúncia e identificação de IP". Para ele, os blogs mais interessantes são os informativos que agregam utilidade, enquanto os outros, na sua maioria, servem como passatempo para os internautas e não trazem muitos benefícios à quem procura algo de vantajoso na web.

Sobrepondo – em entrevista aos calouros de jornalismo da FAG (06/05/2009) – o jornalista, e também blogueiro, Luiz Nardelli confirma que os blogs são uma ótima ferramenta para os iniciantes na profissão, pois a partir da escolha de um tema podemos nos comunicar, aprimorando nossos conhecimentos e consequentemente aumentando a qualidade das postagens. No seu blog, Nardelli busca suprir as necessidades de informação deixada pelos grandes meios de comunicação. "Eu dou ênfase a assuntos políticos da cidade de Cascavel e região", comenta.

Outro ponto levantado durante a entrevista é o imediatismo da informação que o blog acomoda, porque não há necessidade de espera basta ter acesso a internet que a postagem pode ser feita e logo atinge milhares de internautas, podendo de certa forma "passar na frente" dos outros meios de comunicação como jornais e televisão.

Nardelli também argumenta que, mesmo sem possuir conhecimentos avançados sobre informática, o básico que conhece lhe permite interagir com os leitores de forma rápida, já que

ênfatiza em seu trabalho notícias factuais e, portanto atualizadas diariamente, e sem censura.

O blog proporciona, em especial aos jornalistas, uma "reputação virtual", claro que existem aqueles que preferem o anonimato, mas correspondem a uma parte mínima da blogosfera. Para os que assumem a identidade a regra quanto à reputação é "se escreve bem, será reconhecido, caso contrário os acessos serão cada vez menores". Além disso, o jornalista mostra a sua personalidade perante a informação, isto é, que vertente da área pretende seguir, qual notícia mais o interessa e o que essencialmente considera relevante para seu público. E logo poderá conquistar a confiança dos leitores, sendo que uma das bases do jornalismo e característica fundamental sem a qual ele não teria tanta importância pública é, precisamente a confiabilidade do que se noticia.

Além de se aventurar em um ambiente desconhecido, o jornalista, em sua "home page" é o diagramador e repórter, que responde ao contato dos leitores com a liberdade para mostrar o processo da matéria e não somente o texto final. Ou seja, o jornalista se torna um "faz tudo" em prol do conteúdo de seu blog. E por ter características tão individualistas tanto seus assuntos podem variar como os traços típicos do jornalista, isto é, pode usar do humor para contar suas notícias, de regionalismo, enfim, pode abusar de sua criatividade.

Nesse meio, o jornalista, não tendo limite de caracteres, pode escrever o quanto quiser em qualquer formato (crônica, poesia, etc.), e complementar o texto com imagens, vídeos e links. Alguns inclusive usam os blogs para complementar suas colunas nas revistas e jornais, colocando a sua opinião livre de ideários pregados por determinados veículos.

Para se ter ideia da abrangência e dimensão de um blog, muitos jornais proíbem seus funcionários de constituírem um blog. Como exemplo o "The New York Times", jornal americano que proíbe seus jornalistas de possuírem um blog relacionado ao tema

com o qual trabalha, e se for da vontade do funcionário este precisa da permissão prévia do jornal.

Já no Brasil, o jornal "O Globo" foi pioneiro, proporcionando a seus repórteres e colunistas um espaço próprio no interior de sua página na internet. Os blogueiros do impresso não revisam os posts dos jornalistas, contando apenas com o bom senso e ética dos mesmos, afinal caso haja algo comprometedor em suas matérias, a empresa responderá pelas consequências.

Ressalta-se também que os blogs são utilizados por autores de novelas que estão no ar atualmente. Aderem a esse meio, com o objetivo de saber a opinião de pessoas, anônimos, sobre determinado tema que a trama aborda. Dependendo dos comentários relevantes que surgem, o autor pode levar em consideração e mudar o que achar conveniente.

Poetas também descobriram nesse meio uma forma de divulgação de suas criações, enquanto não conseguem patrocínio para publicá-las em um livro.

Como o blog se tornou uma ferramenta de trabalho para diversos profissionais da comunicação alguns pesquisadores se interessaram em descobrir o motivo de tanta atratividade por parte dos leitores. Uma das pesquisas que analisou a relação do jornalismo e o blog, foi realizada pelo "Online Journalism Blog" que procurou ilustrar as implicações no trabalho dos profissionais de mídia. No total 200 jornalistas de trinta países participaram da pesquisa, que constatou o contato com os blogs afeta o modo como o jornalista lida com a informação. A pesquisa também evidenciou que os menos influenciados são os profissionais que atuam na área dos impressos.

O blog Intermezzo publicou a pesquisa feita pelo Departamento de Jornalismo da Universidade de Málaga, na Espanha. Tal pesquisa abrangeu 20 países ibero-americanos, e evidenciou que a grande maioria dos jornalistas blogueiros trabalha com o impresso, enquanto os profissionais de TV assumem a outra ponta da pesquisa, isto é, são os que menos utilizam a ferramenta.

Ainda segundo a divulgação do Intermezzo, 61,9% dos jornalistas blogueiros acredita que a maior vantagem é a interatividade e o imediatismo; 52,4% apontou a liberdade editorial como o grande atrativo; 63% acredita no blog, mas assume que recebe muitos comentários ofensivos; e, 75% admitem usar o blog para expressar suas opiniões.

Além da liberdade de expor conceitos e a possibilidade de trocas de informações, o blog também é utilizado como meio publicitário de pequenas e grandes empresas, como forma de divulgar eventos e promoções. Neste caso, o patrocínio é o que traz a lucratividade. Quanto maior o número de empresas que divulgarem produtos ou serviços na página, maior será a renda sobre isso. O patrocinador procura investir em blogs com grande número de acessos, isso com o objetivo de que várias pessoas vejam o anúncio, auxiliando, desta forma, na divulgação da empresa.

O uso de blogs no meio publicitário se torna muito conveniente e ao mesmo tempo arriscado, uma vez que a internet é um meio de comunicação de maior interatividade com possíveis consumidores em potenciais, por ser meio de fácil acesso, além de atingir de forma eficiente e objetiva seu público alvo, os anunciantes ao escolherem pela internet como forma de divulgação anunciam seus produtos para um público já acostumado a navegar e que por seu perfil levantado o que diferencia na hora de anunciar neste ou naquele meio de comunicação.

A escolha por esse meio deve-se especialmente pelo custo e a facilidade de atingir um público direcionado. É um meio interativo de divulgação, o que por vezes se torna oportuno em pesquisas de mercado a respeito da aceitação/ satisfação com determinada marca/ produto ou em execuções de promoções que necessitam de interação do blogueiro com o anunciante. Mas o uso de blogs pode se tornar custoso, pois as vezes oferecer brindes aos blogueiros pode de certa forma parecer uma forma de compra, e tudo que uma marca não quer é uma avalanche de desdém sobre seu nome e seus produtos. Uma opção é a monitoração dos posts que elimina toda e

qualquer opinião que venha a desmerecer o produto, mas isso seria aconselhável em blogs feitos especificamente para divulgação do produto em questão, pois o uso dessa prática em um blog comum, sem dúvida colocaria a marca em uma posição muito negativa.

Anunciar em um blog é vantajoso: você pode criar um slogan de uma promoção que não tenha tantos gastos quanto se fosse diagramado, impresso e distribuído. Além de ganhar tempo, com o blog pode-se até relacionar alguma oferta com o acontecimento do dia: "Antes que essa chuva caia, corra para cá comprar o seu Kit Guarda Chuva por apenas 2,99". A ironia e principalmente a criatividade falam mais alto, referente a Gripe Suína que hoje abala o país: "Pequeno Agricultor não deixe seu porco espirrar, nos temos a ração que ele precisa (nome da ração) só hoje Aqui". Por mais irônico que possa ser, esse é o espírito de poder trabalhar com o momentâneo, é o grande barato de utilizar o blog para interagir com os respectivos clientes.

Muitas empresas utilizam o blog como uma ferramenta para chegar mais próximo ao seu público-alvo, com isso eles criam uma relação mais próxima entre empresa e mercado. Nesse meio eles podem utilizar de uma linguagem totalmente informal, conseguindo assim uma melhor interação com o seu mercado. Isso passa para o cliente uma visão transparente da empresa. As empresas também incentivam seus funcionários a criarem blogs, fazendo deste meio um canal de comunicação direto com seus clientes. O investimento em um, como forma de contato mais instantâneo com o cliente, é o fator mais coerente, onde se cria um espaço reservado na web sem a preocupação com gastos, além de direcionar o conteúdo àquele público específico, sendo ele o consumidor tendo a liberdade de interagir com a empresa, em criticar um preço, tirar dúvidas sobre formas de pagamento, e principalmente acompanhar promoções e ofertas até periódicas dependendo da grandeza comercial da mesma. Por outro lado, grandes empresas contratam empregados para vigiar os blogs que estão dispostos na internet, para que nada que possa denegrir a imagem da firma seja publicado e

consequentemente diminua as vendas ou faça com que o consumidor não utilize mais tal produto.

O aumento das opções de emissoras e meios de comunicação voltados para a publicidade faz com que o blog se torne ferramenta basicamente mediadora de opinião em forma de críticas e influências. É grande o número de empresas publicitárias que apostam nisso, contudo passam a contratar pessoas para trabalhar especialmente com este dispositivo, e é impressionante a pressão que colocam sobre os resultados. Em um texto publicado na revista Exame com título: "Quanto vale a opinião deles" os posts de blogs são comparados ao horário nobre da televisão, isso devido a tamanha influência que causa sobre a publicidade.

Muitas empresas tem receio de anexar este meio de propaganda em sua forma de divulgação pois as críticas são grandes, e dependendo do comentário pode prejudicar nas vendas e de certa maneira sujar o nome da empresa. Ao contrário disso, outras empresas até distribuem prêmios aos internautas, isso com o objetivo de chamar uma espécie de audiência em torno do consumo dos produtos e serviços. As opiniões se formam neste círculo social, e por estarem abertas a esse canal com o leitor, as empresas procuram melhorar a qualidade do que oferecem para fugir das temidas más línguas.

O Blog aprimora-se e passa por um processo de "profissionalização". Professores perceberam que utilizar essa ferramenta, seria uma forma dinâmica de comunicação com os alunos. O blog agora também é pedagógico: usado tanto para discussões, como para exposição de trabalhos e projetos. Segundo a pesquisadora Susana Gutierrez essa prática é interessante pois estimula a produção de texto e o pensamento crítico, os alunos perdem a timidez e passam a interagir mais. Além disso é essencialmente importante para o intercâmbio de informações que acontecem entre alunos e professores.

Tudo o que foi argumentado até agora apresenta pontos relativamente positivos para o blog. Mas será que há pontos

negativos? Os blogueiros, em sua grande maioria, apontam a necessidade do imediatismo como uma desvantagem, pois se deve postar algo novo todo dia. Tudo isso porque os seus leitores buscam notícias novas.

Diversas polêmicas já se formaram em torno deste meio de comunicação, o blog é usado como forma de denúncia em caso de infrações políticas, uso indevido de cargo, irregularidades de empresas, etc. Mas ainda existe uma questão pertinente, o anonimato que contribui positivamente para a pessoa que denuncia sem poder se identificar, e negativamente em questão de alarmes falsos e mentiras que são publicadas. Dependendo do enfoque que o blogueiro queira dar, pode ser uma ferramenta de calúnia quando o assunto é política, pois os blogs atualmente já tem uma grande audiência, e a opinião pública se baseia muito no que é divulgado por esse meio. Mas como tudo tem um lado bom e um lado ruim, com os blogs não é diferente, existem leis de denúncia que podem acarretar em processos e até prisão dependendo do caso.

Outro ponto negativo, seria a exposição dos diários de blogueiros os quais se caracterizam como incentivo a transtornos alimentares, em especial a anorexia e bulimia. Esses sites prejudicam no trabalho dos profissionais de saúde, que trabalham contra esses transtornos, pois muitas vezes são um convite para a piora dos sintomas. Neles, as adolescentes discutem sobre os transtornos, tratando-os como ‘‘amigos’’. Muitas jovens, por exemplo, chamam a bulimia de ‘‘mia’’ como se fosse uma amiga, uma conselheira.

Não só os transtornos alimentares tem sido motivo de preocupação. A pornografia e a pedofilia na internet, também atingiram os blogs. E a iniciativa de erradicar a procura por esse tipo de material, partiu também de blogueiros: dois blogs espanhóis incentivaram sites, que espalharam pelo mundo uma campanha contra a pornografia infantil na internet. A ideia era fazer com que as pessoas que usavam sites de busca para acessar conteúdo pornográfico, acabassem caindo em blogs ou sites que participavam

do movimento. Mais de mil sites mobilizaram-se. Uma atitude como essa, mostra que os blogs também preocupam-se com causas importantes e têm, com toda certeza, um poder de disseminação incrível.

Considerando assim, que com tantos ``conceitos`` errados expostos, e tantos indivíduos com as mesmas ideias então cria-se, um fortalecimento e resistência maior aos problemas .

TWITTER - A nova Rede social de miniblogs

Twitter é uma rede social e servidor para microblogging que permite aos usuários que enviem e leiam atualizações pessoais de outros contatos (em textos de até 140 caracteres, conhecidos como "tweets"), através da própria Web ou por SMS.[1]

As atualizações são exibidas no perfil do usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários que tenham assinado para recebê-las. Usuários podem receber atualizações de um perfil através do site oficial, RSS, SMS ou programa especializado. O serviço é grátis na internet, mas usando SMS pode ocorrer cobrança da operadora telefônica.

Desde sua criação em 2006 por Jack Dorsey, o Twitter ganhou extensa notabilidade e popularidade por todo mundo. Algumas vezes descrito como o "SMS da Internet". [2]

A estimativa do número de usuários varia, pois a empresa não informa o número de contas ativas. Em novembro de 2008, Jeremiah Owyang estimou que o Twitter tenha de 4 a 5 milhões de usuários. [3] Em Fevereiro de 2009 o blog Compete.com elegeu o Twitter em terceiro lugar como rede social mais usada (Facebook em primeiro lugar, seguido do MySpace)[4].

Devido ao sucesso do Twitter, um grande número de sites parecidos foram lançados ao redor do mundo. Alguns oferecem o serviço para um país específico, outros unem outras funções, como compartilhamento de arquivos que era oferecido pelo Pownce.

Página oficial - www.twitter.com fonte - <http://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter>

Plágio e Direitos Autorais x criatividade

No passado, a imprensa não demonstrava tamanha preocupação em relação a autoria, pois as publicações eram feitas por ela como um todo, porém no século XVIII essa preocupação aumenta com o surgimento da lei dos direitos autorais, assim o poder de posse passa a frente, para alguns, autoria é ser dono de algo e pronto, para outros uma cópia é cópia, mais de uma, é pesquisa. É evidente que nada é tão novo e diferente a ponto de poder revolucionar algo, mudar o mundo, pois as pesquisas ou textos antigos embasam as novas abordagens. Hoje, com a chegada da internet essa visão não é mais a mesma, há uma grande preocupação com a autoria e ainda com as facilidades de plágio, já que se tem acesso fácil a tudo. Uma vez que temos suportes textuais na rede de internet, por exemplo, os blogs, que dão autonomia total ao assinante – ele pode postar o texto que quiser, inclusive um texto que não seja dele – e, sendo assim, a autoria passa a ser questionada, pois não temos como nos certificar da autoria dos textos postados. Essa questão é frequentemente discutida, isso porque não é possível comprovar se a pessoa que assina o blog é realmente o verdadeiro autor daquele ponto de vista, texto, crônica, crítica ou qualquer outro formato em que esteja escrito. Entretanto, sabe-se que a cultura – os ensinamentos, as crenças, os modos de viver se portar perante a sociedade – e o conhecimento científico estão a nossa disposição, ninguém cresce sem aprender algo, ou seja, esse conhecimento que compõe o nosso dia-a-dia desde que nascemos é transmitido primeiramente por nossos pais de geração em geração e mais tarde por todas as pessoas com quem convivemos. Com o tempo, a partir do momento que absorvemos uma cultura tomamos posse de algo que já está construído, como correto e passamos a segui-la. Sendo assim, todos nós temos acesso a muitas informações ao longo da nossa vida, por essa razão, será que em algum momento será complicado estabelecer a autoria? Já que as informações estão tão “misturadas”

devido a facilidade de acesso a elas? Um exemplo disso, é o fato de que temos uma vasta quantidade de assuntos dispostos nas páginas da internet, o que dificulta descobrir e relatar algo 100% novo, o jornalismo é ponto positivo, isso em relação as notícias que são factuais, porque elas acontecem na hora e assim são publicadas, porém ainda passam pelo risco de passar pelo temido plágio por parte de outra emissora ou instituição. Outro ponto relevante a se pensar é que a criatividade cultural que possuímos serve como base para a criação de bons textos, é comprovado que quem lê bem, escreve bem e aumenta o vocabulário e ao conhecer sobre mais conteúdos diversos escreve textos cada vez mais completos, contribuindo para a amplitude do conhecimento e postagens novas com mais criatividade. portanto, quando se faz um plágio não toma posse apenas da informação, mas também do estilo individual de escrita do autor. Existe ainda o plágio necessário, realizado por aqueles que não possuem conhecimentos elementares sobre algo, não demonstram desempenho e procuram como saída o plágio, é o que explica Wilson Luiz Sanvito autor do texto *A Má reputação do plágio*, ele acredita que *Às vezes, o desempenho do plagiário é melhor que o do plagiado* e ele ainda coloca o computador como culpado por isso: *torna o fruto intelectual mais fácil que antes* A união de assuntos interessantes com a criatividade é o que forma o elemento fundamental dos blogs mais visitados, porque de certa forma conquista e prende o internauta que ao despertar interesse pela publicação e volta a visitar a página com mais frequência. Na concepção da maioria dos brasileiros a criatividade é algo atraente, que chama a atenção, é ser diferente. Os textos que são escritos podem ter referências, mas algo neles sempre vai ser diferente, comprovadamente nada é exatamente igual ou pensamentos serem exatamente os mesmos no mesmo momento ou no mesmo local. O parâmetro de criatividade vem de nós, e dessa diferença entre seres. Diversos estudiosos acreditam que a criatividade tem início na infância e o incentivo dos pais é marca essencial o resultado vem com o tempo, por exemplo,

pessoas que desenvolvem este lado artístico criativo no futuro são pessoas com personalidade ousada e com pensamentos sempre inovadores. O destaque em criatividade nos blogs são os que tratam de assuntos humorísticos, estes trabalham com o bem estar psicológico e emocional do leitor. É também na internet que se encontra o maior problema considerado pelos professores, o temido ctrl+c ctrl+v o plágio completo, a cópia fiel do texto e a blogosfera não está por fora disso. A utilização de nomes em postagens que não é da pessoa a que se refere também é frequente, o jornalista Arnaldo Jabor já relatou a alguns sites que diversos conteúdos publicados usando seu nome na verdade não é dele o resultado é a polêmica que causa em torno disso, pois dependendo do conteúdo que está publicado usando o nome falso quem está sendo prejudicado é a pessoa que neste caso é inocente. Cada pessoa possui um estilo individual para escrever, mesmo os escritores de um mesmo período literário se diferenciam por esse aspecto, por isso se um determinado conteúdo for cópia quem conhece a maneira de escrita de tal pessoa facilmente identificará que o texto não apresenta as características da forma com que escreve. Já se a cópia for em partes, por exemplo apenas parágrafos, o texto de certa forma perde a coerência e coesão fugindo do modelo inicial do texto e se tornando um texto com problemas de compreensão. Enfim, tecnologias modernas trazem problemas modernos para se pensar. O colocado acima é um deles, uma questão para se refletir e tentar estabelecer limites.

CURIOSIDADE: No dia 31 de agosto, comemora-se o DIA DO BLOG (devido a semelhança da data 31.08 com a palavra blog), que se propõe a promover a descoberta de novos blogs e de novos blogueiros. "B=3 l=1 o=0 g=8"

Kazaa? Torrent? Não, mp3 agora é nos Blogs!

A questão do compartilhamento de músicas na internet sempre foi um assunto muito comentado. Apesar da grande pressão

e sanções tanto de órgãos do governo quanto da indústria fonográfica não é segredo nenhum que a circulação de músicas pela internet existe ainda em grande escala. Um meio que vem sendo utilizado para esse objetivo com frequência são os blogs. Links de sites que armazenam arquivos são postados, disponibilizando assim músicas, álbuns e até discografias inteiras de alguns artistas. O blog não faz nada mais do que servir de ponte, entre o internauta e os arquivos postados na rede. Mas até aqui, nenhuma novidade significativa em relação aos outros métodos de download de mp3 (kazaa, torrent, itunes). O grande segredo desse método é a arma mais antiga do blog: o texto. Em seus posts, além dos links que redirecionam para os arquivos, os blogueiros escrevem análises, críticas geralmente superficiais e curiosidades do artista ou álbum disponibilizado. Isso serve como um atrativo a mais para quem procura músicas pela rede. Além disso, blogs desse segmento são especializados em determinados estilos, o que acaba por direcionar ainda mais o internauta que o lê, dando ao blogueiro a possibilidade de ousar no conteúdo do blog, chegando a dar dicas e apresentando artistas novos, o que só vem a acrescentar para quem gosta de música. Além disso, o internauta pode seguir de blog em blog relacionado, se informando de um só estilo sem dificuldade. Ao falarmos de download de músicas mp3 em blogs vem a pergunta: Pirataria ou não? Com a popularidade do mp3, mp4, ipod entre outros, diariamente pessoas buscam formas de fazer download de músicas, seja essa forma pirata ou não. Muitos blogs e outros sites foram denunciados por trabalharem com esse método fácil de adquirir música de graça. Ao ver por outro lado, muitos artistas alcançam seu auge por terem seu trabalho com fácil acesso na internet. Esse meio é com certeza muito eficaz como divulgação para o artista ou banda, além de ser um cardápio cheio a nós internautas. Mas para os leitores fica aquela dúvida de estar ajudando ou prejudicando o artista. Filmes também entram nessa onda da "pirataria" online.

Alguns blogs especializados na divulgação de mp3:

Drunk Songs (<http://drunksongs.blogspot.com/>) You And Me On Jamboree (<http://youandmeonajamboree.blogspot.com/>) I Smoke Two Joints (<http://ismoketwojoints.blogspot.com/>) Rock No Liceu (<http://rocknoliceu.blogspot.com/>)

A busca pela interatividade nos blogs é o que destaca a chegada de músicas, imagens e vídeos nos blogs. Existem blogs especializados no compartilhamento destes atrativos e é esse o caminho seguido por aqueles que desejam um destaque a mais nas páginas. Outros utilizam apenas como complemento, no caso de uma notícia postada por exemplo a imagem é um recurso utilizado para acrescentar conteúdo a informação, são detalhes de informação bem vistos e conceituados.

A discussão entre os mais visitados

Nesta rede que os mais entendidos chamam de "blogosfera", há uma competição colossal pelo maior número de acessos, o que serve unicamente para inflar ego de ficcionados pela auto-promoção ilusória que a internet os proporciona. Blogosfera é o termo coletivo que compreende todos os weblogs (ou blogs) como uma comunidade ou rede social. Muitos blogs estão densamente interconectados; blogueiros leem os blogs uns dos outros, criam enlaces para os mesmos, referem-se a eles na sua própria escrita, e postam comentários nos blogs uns dos outros. Por causa disso, os blogs interconectados criaram sua própria cultura. Outros termos em uso incluem "Blogtopia", "Bloguespaço", "Bloguiverso", "Blogsilvânia" e "Bloguistão". O conceito de blogosfera é importante para a compreensão dos blogs. Os blogs eles mesmos são, essencialmente, apenas o texto publicado dos pensamentos de um autor, enquanto a blogosfera é um fenômeno social.

O objetivo inicial do blog foi direcionado para outros meios. O que serviria como um diário da vida pessoal ou jornalística de alguém, virou uma ferramenta de trabalho com os links publicitários ou medição dos acessos mundiais, onde muitos entram através de pesquisa realizada no Google, sem se interessar pelo assunto ali

tratado. Percebemos neste meio inúmeros blogs sem conteúdo e com textos sensacionalistas. Mas será que esses blogs mais visitados são também os mais lidos? Não podemos associar visita a leitura, pois em algumas vezes o leitor entra em um determinado blog, mas não tem interesse de ler. Isso acontece muito, quando o blog é encontrado através de sites de pesquisa. No entanto os artigos divulgados vem chamando a atenção dos leitores, devido a sua linguagem direta utilizada. Os blogs não foram escolhidos apenas com base nos acessos, mas também no impacto e na relevância do conteúdo gerado. Em média, a cada um segundo um novo blog é criado, todos eles disputam a atenção do internauta com sites convencionais e grandes portais. Quem são os vitoriosos? Quais são os novos campeões de audiência na blogosfera brasileira? Vitoriosos são aqueles que postam conteúdos de interesse social que prende o internauta a leitura, mas para o blogueiro amador apenas o fato de poder criticar, conversar, expor idéias sem estar dentro de regras e até partindo para o anonimato já é o suficiente, e é esse o motivo de muitas escolhas pelo blog. A audiência pode estar ligada em sua grande maioria a polêmica, curiosidades, o povo brasileiro adora uma polêmica ainda mais quando o assunto é política ou fama, e o melhor sem limites e sem regras.

Periodicamente são feitas pesquisas que buscam apontar quais os blogs mais populares, que estão mais em evidência. Usando como critérios de classificação o PageRank, Backlinks do Google e do Yahoo e o Alexa, usando como base os 150 primeiros blogs do Blogblogs e também a partir do número de leitores assíduos, que lêem através de feed (FeedBurner) o blog Mundo Tecno (<http://www.mundotecno.info>) elaborou o ranking dos 200 maiores blogs do Brasil em 2008.

O ranking é organizado pela pontuação. Esta pontuação foi estabelecida através desta fórmula:

$$((\text{PageRank} \times 1000) + \text{Backlinks do Google} + (\text{Backlinks do Yahoo} / 100) + \text{Leitores de Feed} + \text{Quantidade de blogs que linkam no BlogBlogs}) / 100$$

Os top 10 da lista são:

1. Meio Bit (<http://www.meiobit.com>)
2. BR-Linux (<http://br-linux.org>)
3. Undergoogle (<http://www.undergoogle.com>)
4. Brainstorm#9 (<http://www.brainstorm9.com.br>)
5. Pensar Enlouquece (<http://www.interney.net/blogs/inagaki>)
6. Interney (<http://www.interney.net>)
7. Sedentário e Hiperativo (<http://sedentario.org>)
8. Cocada Boa (<http://www.cocadaboia.com>)
9. Tableless (<http://www.tableless.com.br>)
10. Revolução etc. (<http://www.revolucao.etc.br>)

Embora não haja legislação específica, os textos publicados na Internet (incluindo posts e textos publicados nos blogs) também são protegidos pela Lei nº 9.610/98 - a Lei de Direitos Autorais.

A Internet não representa nenhuma mudança nos direitos autorais: todo livro, toda melodia, todo poema, toda obra, deve ser usada com respeito ao conteúdo e também ao autor da ideia exposta. Sendo proibido a comercialização ou uso sem autorização da pessoa física ou jurídica que adquiriu por meio de contrato a titularidade. Esta regra vale para todas as mídias, incluindo a internet.

Mas quando se trata de produtos divulgados no mundo virtual, a situação se torna um pouco embaraçosa, devido a sua dimensão e facilidade de manipulação.

Um artigo deve seguir a temática proposta pelo blog e, embora permita uma enorme liberdade opinativa, seu conteúdo está sujeito às mesmas regras legais de outras fontes, de modo que seu autor pode vir a ser responsabilizado juridicamente por aquilo que escreve.

O texto criado por um blogueiro e postado em seu blog é de sua autoria e seus direitos, tantos morais como patrimoniais, pertencem ao autor.

Se um blogueiro, jornalista, de algum site se identificar pela letra X ou por um simples símbolo, isso não modifica em nada a proteção de seus direitos como titular da obra.

Atualmente, a maioria dos blogs é compatível com recurso de inserção de imagens, vídeos, áudio nos artigos.

BLOG PARA PUBLICITÁRIOS

O publicitário Carlos Merigo, 27 anos, atualmente trabalhando como Gerente de Estratégia e Criação Digital da agência Fischer América, a única multinacional de comunicação brasileira, é autor do blog Brainstorm#9. O nome foi inspirado na palavra Brainstorm, que é um termo comum em publicidade, é como são chamadas as reuniões para se pensar em ideias, criar. Mas Carlos buscava algo que diferenciasse o nome, que até então para o autor era muito simples, buscou inspiração no álbum White dos Beatles, na música Revolution#9. Hoje em dia o blog é ponto de referência para muitos profissionais e estudantes de comunicação ou simplesmente para amantes da propaganda. O brain#9 é um dos 10 blogs mais acessados do Brasil – média de 400mil acessos/mês –, e é atualizado diariamente com matérias, podcasts que são uma forma de publicação de arquivos sonoros como um programa de rádio, videocasts como a BraincastTV com imagens gravadas, editadas e produzidas, e novidades sobre o mundo da publicidade. É um ótimo canal para você ficar antenado em tudo que tem de novo no mundo da propaganda, além de refrescar as ideias e espairecer os pensamentos. Está no ar desde 2002 e relata assuntos como cultura, tendências e, claro, comunicação, mas, além do propósito primordial, também comenta sobre cinema, música e literatura. São 6 anos de ideias, opiniões e aprendizado que consolidaram o blog como uma ferramenta de comunicação digital na área. Além disso, o Brainstorm serviu como inspiração para muitos outros, criados mais recente e que ainda buscam seu espaço entre os leitores como o "Louco não, publicitário!"; o "Bloganda" e o "Cidade dos Logos". Todos blogs visando trazer informações e novidades no mercado

publicitário. Algo que vem sendo explorado nesses blogs são anúncios principalmente tratando dos festivais de publicidade, esses blogs tem sido um ótimo canal de divulgação para os eventos, atraindo por eles os profissionais e estudantes de todo país.

JORNALISTAS E SEUS BLOGS

Para jornalistas os blogs são muito importantes, pois facilitam a troca de ideias, de pensamentos e informações para a própria satisfação e do internauta fiel.

Não é necessário ter um diploma de jornalista para se ter um blog, porém muitos profissionais da área recorrem a esse meio para falar com seu público. Os Blogs se tornaram ferramentas úteis ao jornalismo. Criado como uma ferramenta para publicação de diários pessoais na internet, os weblogs, ou simplesmente blogs, estão sendo cada vez mais usados por jornalistas para publicar, de forma ágil e rápida, informações e opiniões. "Seu formato força o jornalista não apenas a mostrar o trabalho pronto, a reportagem, mas também o processo no qual vai descobrindo novos dados e quais curiosidades o motivam. 'Blogar' é, antes de tudo, compartilhar: pensamentos e informações".

Pelo blog o jornalista constrói sua "reputação virtual": se escreve bem, será reconhecido, caso contrário os acessos serão cada vez menores. Além disso, o jornalista mostra a sua personalidade, os seus gostos, que tipo de jornalismo faz, qual notícia mais o interessa e o que essencialmente preza para seu público com um perfil diferenciado. Uma das bases do jornalismo, característica fundamental sem a qual ele não teria tanta importância pública, é a confiabilidade do que se noticia.

No blog o jornalista é o próprio redator, diagramador e repórter, além do contato direto com seus leitores. Os blogs também permitem que o jornalista revele ao leitor todo o processo de realização das matérias, principalmente de reportagens, e não somente o texto final. O jornalista "blogueiro", assim como os demais, vive a procura de novas notícias para publicar no seu blog,

e ele tem um ponto positivo sobre os outros, pois onde estiver, tendo acesso a um computador e a internet, pode postar sua matéria no mesmo instante, sem perder tempo, podendo de certa forma "passar na frente" dos outros meios de comunicação como jornais e televisão, que acabam demorando algum tempo para levar ao público sua notícia. No blog, o jornalista não tem limite de caracteres, pode escrever quanto quiser, em qualquer formato (crônica, poesia, etc), e complementar o texto com imagens, vídeos e links. Alguns jornalistas inclusive usam os blogs apenas para complementar suas colunas nas revistas e jornais. No seu blog o jornalista pode expor totalmente suas ideias e opiniões sobre determinado assunto sendo que em outros meios de comunicação, exceto a coluna particular, ele não pode defender e se mostrar a favor de algo, e sim levar ao público o fato verídico, o que realmente aconteceu.

Nos EUA, o jornal *The New York Times* proíbe seus jornalistas de possuírem um blog relacionado ao tema com o qual trabalha, e caso queira ter um blog sobre outro assunto precisa de permissão prévia. Já no Brasil, o jornal *O Globo* foi o primeiro a proporcionar aos seus jornalistas um espaço em seu próprio site para colocarem seus blogs. Não há uma supervisão dos textos escritos nos blogs pelos jornalistas, o que é um risco, pois caso escrevam algo comprometedor, quem responde por isso é o jornal. Porém o bom senso do jornalista, com relação a empresa para qual trabalha, conta muito para ele manter sua ética em seus textos.

Alguns jornalistas preferem o anonimato em seu blog, outros usam de humor para com as matérias, e há também blogs em que vários jornalistas participam, como se fosse um jornal, assim podem chegar mais perto de seus leitores. Os assuntos tratados nos blogs são variados, humor, cultura, esporte, política, entretenimento, e até alguns fazendo referência ao diário on line. O blog ainda não está entre os principais meios de comunicação que conhecemos, porém o número de cadastros realizados é maior a cada dia, e esse crescimento é devido a viabilidade oferecida por estas páginas.

Segue abaixo uma lista de blogs de alguns jornalistas:

<http://blogdojuca.blog.uol.com.br/>

<http://colunas.g1.com.br/zecacamargo>

<http://colunistas.ig.com.br/ricardokotscho/>

<http://blog.miltonneves.ig.com.br/>

<http://oglobo.globo.com/economia/miriam/>

<http://blog.estadao.com.br/blog/antonioprata/>

<http://colunistas.ig.com.br/ricardocalil/>

<http://luiznardelli.blogspot.com/--ZeloniGrapiglia> 12h57min de 5 de Junho de 2009 (UTC)

"Blogs Carnivals"

Lançado primeiramente nos EUA, os blogs carnivals ganharam espaço no Brasil a partir do ano de 2005, e desde então jornalistas adotam e apostam neste conceito, pois acreditam ser uma forma simples e interativa de divulgar blogs e trocar experiências comuns. O Blog Carnival trata de assuntos específicos e reúne diversos textos que são postados em diferentes blogs. O objetivo desse tipo de blog é aumentar as possibilidades de um blog convencional, a partir desse objetivo os blogueiros publicam seu texto com base no tema escolhido para determinado período, seja ele, sobre ciência, economia, comunicação, entre outros diversos temas. E assim os textos começam a circular em diferentes blogs, através do link do blog de origem, assim os blogs funcionam como um guia de leitura. Um exemplo é o blog "Ciranda de Textos" que convida blogs que abordam jornalismo, para escrever sobre a comunicação e mídia. Assim a "Ciranda de Textos" dissemina as ideias, desperta a interação, a criatividade, a produção de textos e a divulgação dos blogs que estão participando. É uma forma divertida e que traz muita interação e criatividade, vale a pena fazer parte e apostar nesta nova forma de levar conhecimento através da divulgação de seus textos. Outros blogs carnivals já feitos no Brasil

são: Mundo de Cidades, Roda da Ciência, Amigos da Blogosfera, Carnaval Científico e o Blog Carnaval dos Quadrinhos.

Blog para todas as idades.

Como prova da grande praticidade e viabilidade dos blogs, independente do objetivo, interesses ou idade dos blogueiros, foi divulgada uma notícia no site do G1 relatando a morte de uma das blogueiras mais velhas do mundo, a espanhola Maria Amelia Lopez, de 97 anos, que possuía um blog onde falava sobre humor, a vida moderna de uma idosa e recordava também experiências enfrentadas durante a ditadura de Francisco Franco. O maior prazer de uma pessoa quando esta satisfeita e feliz com a vida, como no caso dessa blogueira mais velha do mundo, que encontrou no blog a forma de estar passando harmonia e o verdadeiro sentido da vida, pois como seria nossas vidas se o humor não estivesse presente nela?

Uma nova ferramenta de ensino

As crianças do ensino fundamental, que estudam no colégio Apoio, em casa amarela, de Recife, estão aprendendo uma nova forma de estudar. Todas essas crianças tem acesso a internet no ambiente de ensino e ali mesmo ocorre debates e palestras sobre o uso ético da rede mundial de computadores. Os blogs não poderiam ficar fora dessa, estas crianças contribuíram como parte do projeto "O mangue mandou preservar", sobre manguezais e sustentabilidade. A tarefa dos pequenos era comentar sobre o material incluído na rede, essa atividade foi organizada pela professora Jordélia Macedo, grande iniciativa da prefeitura de Recife.

Vale a pena acessar.

A internet hoje é um meio muito eficaz de propagar dados, ideias, fatos entre tantas outras coisas. Os blogs se incluem neste aspecto, por ter uma leitura dirigida e rápida, e por todo mundo

poder se interconectar, nos blogs consegue muitas informações específicas, e que são dirigidas a pessoas de um determinado tema. Isso pode gerar ideias, conceitos e opiniões de pessoas que estão envolvidas no assunto. No meio publicitário, a evolução é constante, e as agências aproveitam o embalo das "influências bloguianas" para interagirem de maneira mais íntima com clientes, e fornecedores. Hoje são mais frequentes anexos de imagens ou vídeos. Além do leitor, ter a ideia escrita, ele pode assistir e visualizar propagandas novas, que trazem novas técnicas, métodos de filmagens, roteiros, etc. É um recurso importante para o profissional se atualizar, dando oportunidade de tirar suas próprias conclusões sobre o tema postado, e poder discutir opiniões juntamente com outros internautas blogueiros. No final do ano passado o IBOPE fez um levantamento das 50 maiores agências de publicidade através de seu faturamento bruto ao longo do ano. Visualizando o ranking delas e pesquisando na rede percebe-se que 60% delas tem comunidades no orkut (feita algumas vezes por funcionários ou ex funcionários) e mais de 16% tem algum tipo de blog que leva o nome da Agência ou tem algum vínculo com a mesma. Algumas se tornam tão interessantes que tomam lugar na web do seu site institucional. Independente do sucesso que elas podem gerar o importante mesmo tanto para o público que gosta de conferir os diversos trabalhos na área da propaganda ou dos que compartilham na internet é fazer o bom uso delas, cooperando para o progresso do meio publicitário. A seguir a lista de agências listadas:

- 1.Young & Rubicam
- 2.JWT
- 3.Almap BBDO
- 4.DM9 DDB
- 5.McCann Erickson
- 6.Ogilvy e Mather Brasil
- 7.Africa
- 8.Giovanni DraftFCB
- 9.Leo Burnett

10. Neogama
11. F/Nazca
12. Euro RSCG
13. Lew'Lara
14. Borghierh Lowe
15. Talent
16. PPR
17. Z+
18. DPZ
19. Fischer América
20. Artplan
21. Loducca
22. Publicis
23. 141 Soho Square
24. Fala
25. Propeg
26. MPM
27. Nova SB
28. Eugênio
29. MY propaganda
30. Mohallen Meirelles
31. P.A. Publicidade
32. Dentsu
33. Taterka
34. Multi Solution
35. Salles Chemistr
36. Longplay 360
37. Master 38.
38. QG
39. Citytel
40. Pró Brasil
41. W/Brasil
42. Fullpack
43. GP7

- 44.Escala
- 45.Woody SM2
- 46.DCS
- 47.Santa Clara
- 48.Agnelo Pacheco
- 49.PEM
- 50.Matosgrey

Venda Editorial e Publicidade Nos Blogs

A venda editorial sempre foi uma prática comum no jornalismo.

Recentemente, participando do espaço virtual acessado por blogueiros a todo o momento, empresas de publicidade têm alcançado o público exibindo produtos ligados ao “caráter” do acessante. Como um leitor de jornal ou revista, quem acessa um blog costuma ser fiel a ele, e, conseqüentemente, ao seu conteúdo e opiniões. Por essa razão, tornou-se comum ver grandes fabricantes de tênis e celulares, por exemplo, oferecendo gratuitamente seus últimos lançamentos para serem, antes da maioria consumidora, apreciados e conceituados pelo dono do blog. Assim, ele transmite a “sensação” de ter algo que muita gente quer e ainda não pode ou simplesmente não tem, criando expectativa em torno do objeto. E é assim que ficamos com vontade de comprar o dito “negócio que eu vi em algum lugar”. Obviamente, a opinião de quem escreve deve ser confiável, se não, a propaganda não funciona, e o blog também não. Por esse motivo, o blogueiro não “vende” sua opinião a respeito de algo, ele simplesmente ganha dinheiro para compartilhá-la com seu público. Todavia nem sempre isto é bem visto pelo “meio dos blogs”, muitos dizem quem o blogueiro está se vendendo e sua opinião perde o valor. Esse é um dos principais motivos dos donos de blogs não quererem “vender seu comentário”, pois ficam queimados na rede.

Outra questão abordada quando se trata de blogs, é o fato do blog servir como um espaço para a venda da sua imagem.

Muitos publicitários pararam de criar sites e passam a expor suas peças em portfólios com esse formato, afim de criar uma interatividade maior com o público e mostrar-se de maneira diferenciada. Para agregar, assim, mais valor ao seu trabalho e atingir um maior leque de oportunidades para sua vida profissional. Entretanto volta a mesma questão de imposição da opinião do blogueiro ao leitor.

Mas quem disse que há problema nisso? Impor idéias ou pelo menos compartilhá-las, ainda que não aceitando-as, é uma maneira de se comunicar e de querer que a sua opinião seja preferível ou compartilhada com a dos outros. Entra nesse ponto, o orgulho de querer evidenciar o que você tem por primeiro, ainda que você, o dono do blog, seja apenas um alvo publicitário de uma grande empresa. Cabe as más línguas, obviamente, fazerem o seu trabalho arduoso de criticar a sua decisão de aceitar ou não a exposição de um produto no seu blog. Blogueiros de verdade provavelmente não se importarão com essas opiniões já que blogueiro bom não deixa sua personalidade vacilar.

Não há problema algum, os blogs são pessoais e não tem como obrigação manter qualquer discricção, pelo contrário, jornalistas e publicitários usam desse meio justamente para poder expor suas opiniões e trabalhos pessoais sem a interferencia de seus empregos. Um dos maiores publicitários que conhecemos é Washington Olivetto que possui um blog pessoal onde expõe suas opiniões pessoais. Qualquer leitor ou profissional quando entra ali sabe que se trata da opinião do Washington. Até mesmo publicitários que colocam seu Portfólio em seus blogs estão expondo seu trabalho, suas criações. A intenção é justamente que se coloque a própria opinião para que os visitantes da página possam conhecê-lo melhor.

Em busca do sucesso.

Com a febre dos blogs, fica cada dia mais constante a tentativa de fazer um blog ficar “famoso”, os blogueiros tentam a

todo custo, fazer com que sua criação tenha vida própria e um dia lhe traga algum benefício. Nessa tentativa, é bom que o blogueiro tenha bons contatos para que seu blog ganhe um número razoável de acessos, assim ele pode ganhar alguns links de apoio, fazendo com que seu blog seja reconhecido através de outros. A originalidade é outro fator que conta muito, criar seus próprios tópicos e assuntos gera credibilidade e acaba fazendo com que seu “filme não fique queimado”. Como o número de blogs é muito grande, a probabilidade do mesmo assunto sair repetido é muito grande, antes de levantar um tópico, analise outros blogs e se houver algum com o mesmo assunto na qual irá postar, tente mostrá-lo de um outro ponto de vista, ser o primeiro a postar determinado assunto pode ajudar com a frequência de visitas pelos usuários em seu blog. Ter um design diferenciado dos demais é um fator que pode contribuir com o acesso, sair da mesmice de temas clássicos ou de designs gratuitos é um diferencial atraente neste mundo. Poste assuntos interessantes e de preferência que sejam úteis aos visitantes, isso faz com que gere um certo vínculo com o leitor, por causa das informações que são diferenciais e de bom proveito para ele. Seja mútuo, assim que mandarem um recado, responda-o agradecendo ou dando os parabéns por tal feito. Os usuários gostam de saber que estão sendo correspondidos e tendo a atenção necessária.

Um blog quando é muito acessado acaba despertando a atenção de grandes empresas, que cada vez mais se interessam na internet e em seu vasto público. Blogs de resenhas são os mais buscados, pois apresentam as opiniões de consumidores a respeito do desempenho dos produtos. As empresas procuram os blogueiros para que eles usufruam de seus produtos e exponham suas opiniões a respeito deste desempenho. O problema é a falta de confiabilidade do leitor, pois já que a empresa fornece produtos ao blogueiro, isso ocasionaria uma falta na imparcialidade por parte dos escritores.

Curiosidade sobre blogs.

Existem vários tipos de blogs que são no mínimo curiosos, por exemplo, existe um blog japonês em que o autor é uma planta. Com a ajuda de um equipamento de alta tecnologia, Midori-san (nome da planta) pode "expressar" seus sentimentos por meio de palavras e dividi-los com os fãs que acessam sua página na internet todos os dias. Um engenheiro criou um sensor de sinais elétricos emitidos pela planta e envia informações para o computador todos os dias, mostrando os sentimentos e "opinião" de Midori-san. Vendo esse tipo de blog, constatamos mais ainda que não sabemos onde irá parar a utilidade do blog.

O Blog e a interatividade, vivemos sedentos de informação e a internet proporciona uma comunicação rápida e abrangente em quase todas as camadas sociais, mesmo para quem não tem acesso em sua residência ou trabalho, basta procurar a lan house e pronto, está conectado. Através do blog a participação se torna mais participativa e o interesse aumenta devido a uma sensação de intimidade com o blogueiro e a opinião a respeito do assunto em pauta. Essa intimidade que faz o blog ganhar novos, ou ainda, manter fãs espalhados pelo mundo. O poder de mandar comentários sem identificação, de opinar sobre um assunto de seu interesse, de trocar informações com quem nunca manteve um contato. Isso que faz o sucesso desses blogs acontecerem. Um tempero especial para quem já acessou ou ainda vai acessar, criando uma atmosfera de curiosidades que envolve o público. Um universo frenético em que expectador e blogueiro ficam conectados diariamente.

Revista Epoca

Na revista epoca do dia 07 de agosto de 2006 , publicou uma matéria falando um pouco sobre a influencia dos blogs o titulo da reportagem era assim: Blogs - Os novos campeões de audiência Como os diários da internet estão revolucionando a política, os negócios, a carreira, a cultura e as relações pessoais. e tem um trecho da reportagem que eu achei super interessante de compartilhar aqui com voces e vo coloca aqui: REVISTA EPOCA - O

tamanho da blogosfera é impressionante. O número de blogs em todos os idiomas é hoje 60 vezes maior do que era há três anos e já ultrapassou a marca de 40 milhões de páginas. De acordo com o site Technorati, que cataloga e faz buscas em blogs no mundo inteiro, são criados 75 mil blogs por dia. Isso dá uma média de um novo blog por segundo. Há um blog para cada 25 pessoas on-line. Segundo o Pew Internet & American Life Project, instituição americana que estuda o impacto da internet, 57 milhões de internautas dos Estados Unidos lêem blogs diariamente. Eles são abastecidos por cerca de 1,2 milhão de novos conteúdos por dia, ou uma média de 50 mil por hora. No Brasil, dos quase 20 milhões de internautas, estima-se que algo como 25% vasculhem blogs todo dia em busca de informação ou entretenimento. Um recém-lançado serviço de catalogação de blogs brasileiros, o BlogBlogs (www.blogblogs.com.br), ultrapassou o número de 85 mil blogs voluntariamente cadastrados em três meses. Todos eles disputam a atenção do internauta com sites convencionais e grandes portais. Quem são os vitoriosos? Quais são os novos campeões de audiência na blogosfera brasileira? O Technorati, autoproclamado a "autoridade no que diz respeito ao mundo dos blogs", afere a relevância deles usando um conceito simples: quanto mais links apontam para um blog, mais importante ele é. Na semana passada, o Technorati monitorava 2,6 bilhões de links em tempo real. Como é notificado a cada modificação em cada um dos milhões de blogs que cataloga, ele é a fonte mais confiável e atualizada de informações sobre o que se faz na blogosfera. Existem milhares de definições e maneiras de se utilizar um blog, umas mais complexas outras mais simples, porém, ele nada mais é que um diário pessoal PÚBLICO, e quase zero de custo talvez aí esteja a sacada, é simples e eficaz, onde até empresas estão se utilizando dessa ferramenta, como a assessoria de imprensa da petrobras criou um para saber o que as pessoas pensam sobre a tal CPI, inclusive os reporters, assim quando ela responde alguma coisa para a imprensa, antes que a

mesma publique, é jogado no blog assim garantindo a autenticidade da notícia.

Também há a reprovação.

Realmente os blogs não são totalmente aceitos no Brasil! Há também aqueles que não se sintam muito bem com a informação digital. Que ainda pensam que blog é coisa de outro mundo e que a clássica resistencia a tudo que é novo não é exceção nesse caso onde as notícias vinculadas a blogs são muitas vezes passíveis de descredito. Prova disso é o texto de Julio Daio Borges onde em sua coluna no Digestivo Cultural faz clara referencia a diferença entre "blogar" e escrever uma notícia de fato. A verdade é que os costumes clássicos da imprensa nem sempre valem para os blogs, na verdade dificilmente valem pra qualquer informação virtual.

Malefícios do blog! Tenho escutado inúmeras reclamações relacionadas a blogs e várias pessoas que não gostam devido algum fato negativo que tenha acontecido! Porém sou da seguinte opinião; o blog tem auxiliado e ajudado e muito na vida das pessoas, tanto para contar as suas histórias, relatos, fatos, como por hobby, profissão e até mesmo para ganhar dinheiro! Agora como todo outro meio, se não for usado de maneira correta, é claro que tem seus malefícios. Cuidar ao escrever os textos, procurar não copiar de lugares, não usar fotos improprias ou conteudo ilegal e também não forjar identidade falsa ou falar mal das pessoas através deste, são algumas dicas que considero uso correto do blog!

Abaixo os links:

Digestivo Cultural - www.digestivocultural.com

Coluna Julio Daio Borges - <http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=2062>

Hoje em dia os blogs estão em muitos dos temas jornalísticos, como os blogs de esportes. Existem muitos jornalistas esportivos e pessoas que trabalham na televisão no radio que tem seus blogs. Como o blogueiro Juca Kfourri que já foi diretor das revistas Placar (de 1979 a 1995) e da Playboy (1991 a 1994).

Comentarista esportivo do SBT (de 1984 a 1987) e da Rede Globo (de 1988 a 1994). Foi colunista da Folha de S.Paulo entre 1995 e 1999, quando foi para o diário Lance!, onde ficou até voltar, em 2005, para a Folha. Apresentou o programa de entrevistas na rede CNT, Juca Kfoury ao vivo, entre 1996 e 1999. Colunista de futebol de "O Globo" entre 1989 e 1991 e apresentador, desde 2000, do programa CBN EC, na rede CBN de rádio, e hoje tem um dos melhores blogs de esporte do país. Também temos o comentarista da Rede Bandeirantes e ex-jogador do Corinthians, o Neto que também tem seu blog, onde coloca a sua opinião.

Aqui estão alguns blogs de esporte:

<http://blogdoneto.blog.uol.com.br/>

<http://blogdocosmerimoli.blog.uol.com.br/>

<http://blogdojuca.blog.uol.com.br/index.html>

http://www.lance.com.br/blogs_colunistas/BENJA/default.asp

<http://marcellolima.wordpress.com/>

<http://borgesluciano.blog.terra.com.br/>

<http://espnbrasil.terra.com.br/pauloviniciuscoelho>

<http://blogdobirner.net/>

<http://colunas.globoesporte.com/mauromcfly>

<http://colunas.globoesporte.com/cristianbonatto>

<http://colunas.globoesporte.com/alexescobar>

**

Com a primeira parte da experiência concluída, era hora da minha interferência, enquanto autora, para tentar acertar o material. Vale a pena destacar que optei por trabalhar unicamente com os dados disponibilizado no trabalho dos alunos. Todo o conteúdo por mim acrescentado foi no sentido de garantir a polissemia e a polifonia que um material jornalístico deve oferecer ao seu leitor.

Não me preocupei em tentar desenvolver estruturas narrativas que pudessem ser mais adequadas ao ambiente online – ou seja, que aproveitassem os recursos oferecidos pela web –, uma vez que esse assunto merece ser tema de outras pesquisas e não é foco deste trabalho. Optei, portanto, em manter a estrutura na forma de um texto contínuo. A narrativa da contemporaneidade criada a partir dessa interferência é apresentada na sequência.

**

(Material editado)

BLOGS: QUANDO O REAL GANHA ESPAÇO NO VIRTUAL

O menino tenta, sem sucesso, subir na mangueira. No outro canto do jardim, a menina, que já começa a deixar a infância para trás, aproveita uma sombra de um arbusto para conferir as últimas novidades da revista *Capricho*. Da janela do quarto de hóspedes – onde também está o computador da família –, Cláudia Medeiros observa os filhos enquanto publica mais um post. *Só quando as crianças estão distraídas que eu consigo um tempinho para atualizar meu blog. E, se não são eles, é o marido, o trabalho... Por isso que nunca consigo escrever tudo o que eu gostaria.*

Há um ano e meio Cláudia tem um blog de decoração e dicas domésticas. No *Se fosse na minha casa*, ela conta como faz para decorar seu lar com o mínimo de dinheiro e o máximo de criatividade. No texto de apresentação, ela já explica a que veio: *Adoro decoração e minha casa é o meu laboratório. Ela foi comprada em 2006, não pagamos caro, mas gastamos muito porque ela estava em más condições, mas valia pela localização e pelo espaço. A reforma não acabou, mas o dinheiro sim e é aí que entra a criatividade. Gosto do rústico, da mistura de antigo e moderno, flores, velas, almofadas de chita e chão limpinho pra*

andar descalça. Estou vivendo um caso de amor com minha casa e a cada dia que passa. Então, entre e fique à vontade!

A proximidade das festas do final de ano são a inspiração do post daquele dia tranquilo. *Quero mostrar uns presentinhos que eu mesma fiz para meu filho dar de Natal para as professoras.* Ela descreve os presentes, caso alguém queira fazer igual, mas antes de publicar, lembra que ainda não baixou as imagens da câmara fotográfica. Pára o que está fazendo para resolver o problema: *Sem foto não tem graça!*

Cláudia é uma das milhares de pessoas – dados de 2007 falam em 9 milhões de usuários no Brasil – que vêem no blog uma ferramenta de comunicação e de informação. Mas também como um espaço para fazer amizades e estabelecer relacionamentos. *Para mim tudo começou quando engravidei do meu filho caçula. Eu tinha quase quarenta anos, minha filha já tinha 12. Eu não esperava ter que passar pela experiência de criar outra criança. Entrei numa crise feia e, nos meus círculos familiares e de amizade, muitos me criticaram por isso.* O consolo veio de um blog, *Mothern*, que tempos depois daria origem a uma série de TV homônima. *Lá eu encontrei pessoas que sentiam o mesmo que eu. Me senti acolhida, não cruxificada.*

Quando o filho nasceu, ela resolveu criar seu próprio espaço online para contar a nova experiência. *Eu queria que outras mulheres encontrassem no meu blog o que eu havia encontrado no Mothern. Aos poucos, comecei a ter visitantes, e fiz várias amizades. Gostei tanto da coisa, que resolvi criar o segundo blog, desta vez para falar de decoração, que é outra paixão que tenho. É claro que o fato de eu ser jornalista facilitou minha relação com o texto. Mas fora isso, aprendi a blogar usando o blog.*

Os blogs surgiram no início de 1997 e representaram, desde seu surgimento, uma possibilidade de "democratização" do espaço na web. Isso porque são criados por meio de softwares cujo uso é muito simples e não exige do usuário nenhum conhecimento técnico de informática ou de linguagem de programação. Além disso,

serviços que disponibilizam blogs gratuitamente (como Blogspot ou Wordpress) fazem com que o custo de manutenção desse veículo seja quase zero.

Por permitir publicação cronológica – sempre da postagem mais recente para as mais antigas – os blogs tiveram seu uso inicial relacionado ao de um "diário virtual", no qual as pessoas contavam seu dia-a-dia, comentavam fatos e trocavam experiências pessoais – mais ou menos como o primeiro blog de Cláudia. Mais de uma década após sua criação, o uso dessa interessante ferramenta ganhou dimensões das mais amplas. E uma delas é o fato dos blogs, atualmente, reunirem comunidades virtuais, formando verdadeiras redes de relacionamento.

Quando criei o Se fosse na minha casa, quase não se encontrava blogs em português sobre decoração. Hoje, eu mesma acompanho vários – e já me tornei amiga de muitas blogueiras. E engana-se que acha que essas amizades ficam só no plano virtual. Sempre que pode, Cláudia organiza encontros presenciais com suas mais recentes amigas. *O presencial é uma extensão dos encontros que temos constantemente no virtual, visitando e comentando os posts umas das outras.*

A possibilidade de qualquer pessoa comentar posts publicados também é uma característica dos blogs que facilita a criação de redes sociais. E esses comentários podem ser moderados ou não. *Eu prefiro aprovar os comentários antes deles serem publicados, porque acho que assim evito que pessoas mal-intencionadas "entrem na minha casinha" para bagunçar. Mas conheço muitos blogs em que as discussões correm livres, leves e soltas,* conta a jornalista.

Informação local e imediata

Se na comunidade que se formou ao redor do blog de Cláudia, decoração e "prendas domésticas" são os temas principais – se bem que assuntos off topic sempre acabam aparecendo, tanto

nos posts como nos comentários –, outras pessoas preferem discutir assuntos considerados “mais sérios”.

No *Vi o mundo*, mantido pelo jornalista Luiz Carlos Azenha, leitores de todas as partes do país se reúnem para debater questões relacionadas à economia, à política, à saúde, ao meio ambiente. *Como jornalista de uma grande rede de televisão, eu ficava frustrado com os resultados das matérias que fazia. Por uma série de restrições de tempo e de posição da empresa, muita coisa interessante que eu apurava ficava de fora. O blog foi a forma que encontrei para colocar tudo isso para os leitores.*

A rapidez na atualização faz do blog um instrumento eficaz para jornalistas – estejam eles a serviço de uma grande empresa de mídia ou não. A variedade e a rapidez na transmissão dessas informações também são bem vindas pelo público que sempre espera por mais. *As pessoas que visitam meu blog esperam que eu publique novidades sempre. Quando fico um tempo quieta, lá vem reclamação, brinca Cláudia. Meu público exige minha participação constante. Sempre que a discussão começa a correr solta entre os comentaristas, tem um que exige minha posição,* conta o também jornalista Luis Nassif, dono de um blog que possui, atualmente, cerca de 40 mil visitantes/dia.

O jornalista e blogueiro Luiz Nardelli, conhecido na cidade de Cascavel (PR), lembra outro ponto interessante a ser considerado: os blogs são uma ótima ferramenta dar espaços às notícias locais. *No meu blog, por exemplo, eu tento suprir as necessidades de informação deixada pelos grandes meios de comunicação, dando ênfase a assuntos políticos da cidade de Cascavel e região.* Mas Nardelli faz mais do que simplesmente postar as notícias que apura: ele também disponibiliza uma relação de links para outros blogs locais, criando uma rede de informações para seus leitores.

Com o tempo, o blog proporciona uma “reputação virtual”. De modo geral, o autor do blog, seja ele jornalista ou não, mostra sua personalidade e o público acaba percebendo a linha que aquele veículo segue. *O blog é uma leitura minha do mundo. É claro que*

todo veículo de comunicação tem sua visão de mundo, mas no blog isso fica mais evidente, porque é mais pessoal, analisa o jornalista Milton Jung, que utiliza seu blog como um complemento ao programa diário que apresenta na rádio CBN SP.

Além da total autonomia sobre o conteúdo, o jornalista é também o diagramador de seu blog, escolhendo layout, publicando fotos e vídeos. Também permite que, com seu contato direto com o público, mostre não só o texto final de uma reportagem, mas o processo de sua confecção. Uma pesquisa feita recentemente pelo Departamento de Jornalismo da Universidade de Málaga mostra ainda que 61,9% dos jornalistas blogueiros acreditam que a maior vantagem do veículo é a interatividade e o imediatismo; 52,4% apontam a liberdade editorial como o grande atrativo; 63% acreditam no blog, mas assumem que recebem muitos comentários ofensivos; e 75% admitem usar o blog apenas para expressar suas opiniões.

Para soltar a voz – ou os miados

Informação de atualidade não é a única matéria-prima dos blogs. Seu formato de publicação cronológica e a possibilidade de interação com o público fazem deles um excelente veículo para a arte também. Autores como Glória Perez, aproveitam esse espaço para discutir os rumos de sua novela – enquanto a obra está no ar. Poetas publicam seus textos e aguardam ansiosos os comentários dos leitores. Quadrinistas usam esse espaço para divulgar seus personagens e suas tirinhas.

O uso pedagógico dos blogs também é uma vertente que cresce a cada dia. Não só como repositório de conteúdo de aulas, mas como espaço de ensino e aprendizagem. Blogs utilizados como diário de classe, como projetos interdisciplinares, os exemplos são variados. Aos poucos, a lousa e o giz começam a dar lugar à tela do computador. No Colégio Humboldt, em São Paulo, por exemplo, a professora Anaídes Maria da Silva aproveitou uma viagem de sua classe para a vila de Paranapiacaba, na Serra do Mar, e incentivou

os alunos a criar um blog para postar fotos e poesias criadas a partir da experiência vivida. Uma das alunas publicou mais de 100 poesias – *é um ensaio para um futuro livro*, confessou a menina.

E há aqueles também que optam por narrativas inusitadas. No blog japonês *Midori-san*, uma planta de 40 centímetros de altura “escreve” posts diários. Para isso, sensores elétricos posicionados ao redor da plantam captam sinais – que são influenciados por fatores como o toque humano, a temperatura, a iluminação e o clima –, enviando-os para um computador. Um algoritmo converte os sinais em textos que são publicados automaticamente no blog. Outro blog japonês, *Sinsimaru*, tem como tema as aventuras diárias de um gato em um pequeno apartamento. Em postagens quase que diárias, seu dono narra – na voz de Maru, o gato – as peripécias e desejos do felino. Além de textos, a saga de Maru é retratada em fotos e vídeos – e gerou um canal no YouTube que também é sucesso de público.

O outro lado da moeda

É claro que, como em qualquer outra atividade humana, nem tudo são flores na blogosfera. Um problema imediato, que pode ser percebido em uma pesquisa rápida pelo Google, é a quantidade imensa de informações equivocadas que esses veículos publicam diariamente. Algumas vezes fica difícil para o internauta saber o que é verdade e o que não é – e acaba recorrendo àqueles blogs cujos autores já conseguiram criar uma boa reputação.

Outro aspecto negativo dessa história, é o uso de blogs para disseminar ideários voltados para o racismo, o sexismo ou qualquer outro tipo de discriminação. Ou então blogs que formam comunidades que enaltecem transtornos alimentares como a anorexia e a bulimia. As comunidades “pro-ana” (em referência à anorexia) e “pro-mia” (em referência à bulimia) encontram nos blogs uma maneira de fortalecer suas crenças e conseguir novos adeptos.

A questão do direito autoral também se torna mais complexa com a proliferação dos blogs. Como evitar que uma foto ou um texto sejam copiados de um blog para outro? *Já vi posts meus copiados inteiros em outros blogs. Não ligo que usem meu material, mas fico muito chateada quando não citam de onde aquilo saiu,* reclama Cláudia Medeiros. Não é à toa que blogueiros mais experientes evitam replicar material sem fonte. *No meu blog tenho a mesma responsabilidade que teria se estivesse editando um jornal nos modelos tradicionais,* garante Luiz Carlos Azenha. *Afinal, qualquer blog também tem responsabilidades jurídicas. E ninguém pode fugir disso.*

**

CONSIDERAÇÕES FINAIS

... mas nele espelhou o céu

Em suas andanças pelo ciberespaço, a pequena tracajá se pergunta onde vai chegar. Aguça a audição e escuta as vozes que se levantam em centenas de blogs que retratam o Haiti devastado. Olha ao longe e vê a pilha de 100 mil livros doados graças a uma brincadeira no Twitter. Espanta-se com as incríveis histórias da fantástica Avalon e suas centenas de personagens – avatares de pessoas reais, que passam seu tempo dando asas à imaginação.

Mas a tracajá vê mais além. Enxerga grupos de pessoas se organizando, criando, discutindo, colaborando. Curiosa, questiona: que mundo é esse, meu deus, que permite a comunhão de tantas almas, ao mesmo tempo que traz tanta coisa ruim? É o mundo virtual? É o mundo real. Nada disso. É apenas a vida humana. E é essa vida que nos leva, do real ao imaginário, pela aventura possível nos caminhos da grande rede de computadores. Mesma vida que nos impele a compartilhar, a dividir, a buscar no outro o que falta em nós. Criar. Viver. Morrer.

O final dessa jornada não me traz alento. Não tenho respostas para dar. Tenho sensações, sentimentos. Esperanças.

**

Na trilogia Matrix somos convidados a acompanhar as aventuras de Neo, herói que um dia desperta da realidade virtual em que vivia e descobre ser, na

verdade, escravo das máquinas. Essa mesma ideia é a base do romance de ficção científica *Neuromancer*, publicado em 1984, pelo norte-americano William Gibson, que conta a história de um hacker renegado não pode mais acessar o ciberespaço.

O conceito de ciberespaço pulou da ficção científica para a ciência e muitos pesquisadores trabalham com o conceito de internet enquanto espaço paralelo. Não vou entrar nessa discussão, uma vez que a internet, como um todo é muito ampla, com aplicações e usos muito variados – vale só tomar como exemplo algumas experiências que são feitas no campo da arte digital. A própria Josely Carvalho já pensa em maneiras de ir além do seu *Livro das Telhas*: em seu mais novo projeto, ainda em fase de elaboração, pensa em trabalhar com memórias olfativas em ambiente web.

Mas gostaria de abordar essa questão a partir de um recorte preciso – e que se relaciona com o tema desta tese: em se tratando de jornalismo online, e da relação entre o jornalista, seu público e suas fontes, é possível falar de outro mundo que não o nosso?

Acredito que não.

Cada vez mais o jornalismo online torna-se um meio para a realização da profissão do repórter, disponibilizando meios tecnológicos que, se bem utilizados, podem facilitar o diálogo possível (MEDINA, 1990). Não se trata mais de criticar o e-mail como veículo para entrevistas – em vários sentidos o telefone foi o primeiro meio de comunicação a criar uma barreira tecnológica e afetiva entre o jornalista e sua fonte. Tampouco se trata de criticar ou enaltecer o meio online, mas sim criar e incentivar práticas que possam estabelecer e fortalecer reais relações humanas – seja pessoalmente ou por meio da rede. Remeto, aqui, às palavras do professor Milton Greco, em *A aventura humana entre o real e o imaginário* (citado por MEDINA, 1990: 90):

Viver não é necessário, mas ao optar pela vida, é fundamental que a dimensão pessoal seja preservada. Somos uma espécie social, carregamos a sociedade dentro de nós, mas, antes de tudo, cada um almeja ser ele mesmo, senhor do seu destino e lutar por suas aspirações.

O jornalista, mais do que isso, opta por oferecer ao seu público uma leitura pessoal da vida humana. Transita pelas ruas e constrói uma segunda realidade em blogs ou sites de notícias. Medina (1990: 82-83) exorta o jornalista a resgatar a energia que vem do ser humano tomado como fonte de informação para uma entrevista. E completa:

[...] a emoção deve passar por meio da atmosfera narrativa, da penetração sutil nas entrelinhas do diálogo, nos silêncios, nos ritmos de cada pessoa. [...] Mas há neste compromisso social, ou melhor, no pacto de ampla difusão da comunicação coletiva, um outro dado: a clareza e precisão do estilo. Aí se encontra a fronteira entre o experimentalismo totalmente livre na arte e o experimentalismo sob a medida do *legível* no jornalismo ou na comunicação. (grifo da autora)

A criação jornalística em meios colaborativos permite não só o resgate dessa emoção – perdida no corre-corre do *deadline* das redações – como abre espaço para um diálogo possível ampliado, que coloca jornalista, fonte e leitor lado a lado. É a emergência do triálogo realizável. Livre da ditadura dos manuais de redação e dos interesses das grandes corporações de mídia, o jornalista encontra na rede espaço para liberar seus anseios pessoais e reportar a realidade como julga correto fazer.

Muito já se falou sobre o desaparecimento do papel do jornalista. Afinal, argumentam alguns, se todos podem publicar tudo a toda hora, porque

precisamos de jornalistas? Os mais ousados chegam a comparar o desaparecimento da função do escriba após a criação da prensa de Gutenberg, com o atual momento em que vivemos.

Os indícios desmentem esse quadro – e creio ter apresentado alguns fatos nesse sentido ao longo destas páginas. Uma leitura atenta do texto produzido pelos alunos da Faculdade Assis Gurgacz e da narrativa criada após a interferência do jornalista-autor indica a marca autoral nos aspectos levantados na hipótese deste trabalho. A saber:

- na consistência do texto;
- na legitimidade/credibilidade da informação;
- na relação com a complexidade do real;
- na sensibilidade.

No meio digital, a arte de tecer o presente (MEDINA, 2003) ganha novas dimensões e exige do jornalista uma postura muito mais atenta: exatamente por qualquer um publicar qualquer coisa, a assinatura do jornalista ganha em peso e em credibilidade. Um texto assinado por um jornalista torna-se um conteúdo com “selo de qualidade”.

Talvez aí seja o lugar da autoria. O jornalista-autor, no meio online, é aquele que constrói uma obra a partir da colaboração dos seus leitores, apresentando não apenas o produto acabado – a reportagem final – mas escancarando o fazer jornalístico. Epistemológica e pragmaticamente se acentua a dinâmica do processo e não mais a caracterização de um produto – informação da atualidade ou narrativa da contemporaneidade.

Do ponto de vista de uma epistemologia pragmática, esse trabalho é apenas um minúsculo ponto de partida. Várias questões se colocam, todas a serem pesquisadas. As discussões de um blog podem se aprofundar na criação de um texto em ambiente wiki? O jornalista é capaz de reger essa orquestra num

ambiente totalmente aberto? E, numa outra perspectiva, como o jornalista-autor pode dar voz àqueles que hoje estão “desplugados”, os excluídos digitais?

Nossa aventura está apenas começando. Novas ferramentas surgem a cada dia e, com elas, buscamos novas maneiras de resolver velhos problemas. A pesquisa científica nos aponta se estamos ou não no caminho certo. Qual o destino da tracajá? Só o futuro será capaz de nos dar essa resposta.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALLAN, Stuart. **Online News**. Berkshire: Open University Press, 2006.
- ARAÚJO, Júlio César; BIASI-RODRIGUES, Bernadete (Org). **Interação na internet**: Novas formas de usar a linguagem. Rio de Janeiro: Editora Lucerna, 2005.
- BENKLER, Yochai. **The wealth of networks**: How social production transforms markets and freedom. New Haven: Yale University Press, 2006.
- _____. A economia política dos commons. In: SILVEIRA, Sergio Amadeu da. **Comunicação digital e a construção dos commons**: Redes virais, espectro aberto e as novas possibilidades de regulação. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007. p. 11-20.
- BOM DIA BRASIL. **Internet ajuda na divulgação de informações sobre Haiti**. Reportagem que foi ao ar na edição de 13 de jan. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bomdiabrasil/0,,MUL1444903-16020,00-INTERNET+AJUDA+NA+DIVULGACAO+DE+INFORMACOES+SOBRE+HAITI.html>>. Acesso em: 28 jan. 2010.
- BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. **We Media**: How audiences are shaping the future of news and information. Reston: Media Center At American Press Institute, 2003. Disponível em: <http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf>. Acesso em: 15 out. 2009.
- BRADSHAW, Paul. **Wiki journalism**: Are wikis the new blogs?. Disponível em: <<http://wikijournalism.pbwiki.com/FrontPage?doneLogin=d2e82913f5c7da9d8abf1e5bc0f88fac44c3f886>>. Acesso em: 03 jul. 2008.

BRAINARD, Curtis. **Journalism 2.0 on science 2.0**: How the web is shapping next-generarion reporting. Disponível em: <http://www.cjr.org/the_observatory/journalism_20_on_science_20.php>. Acesso em: 03 jul. 2008.

_____. **Scientific American's experiment in Wiki-reporting**. Disponível em: <http://www.cjr.org/behind_the_news/scientific_americansexperiment_in_wiki_reporting.php>. Acesso em: 03 jul. 2008.

BRAMBILHA, Ana Maria. **Jornalismo online em OhmyNews**. Texto apresentado no Grupo de Trabalho Tecnologias do Imaginário e Cibercultura. Porto Alegre: UFRS, 2005. Disponível em: <http://culturaderede.pbworks.com/f/genealogia_do_ohmynews.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2009.

BRUNS, Axel. **Gatewatching**: Collaborative online news production. New York: Peter Lang Publishing, 2009.

BUCCI, Eugênio. Cyberutopias e jornalismo. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, p. A2. 27 mar. 2008. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br>>. Acesso em: 27 mar. 2008.

CAPRA, Fritjof. **A New Conception of Life**. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/reflexoes/encontro/2005-4/documentos/01-A-New-Conception-of-Life-Fritjof-Capra.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2009.

CARVALHO, Josely. **Book of roofs**. Disponível em <<http://www.book-of-roofs.net>>. Acesso em: 15 ago. 2008.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

_____. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil 2008.**

São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.cetic.br/tic/2008/index.htm>>. Acesso em: 11 jan. 2010.

CORRÊA, Elizabeth Saad; MADUREIRA, Francisco. **Citizen journalist or source of information:** An exploratory study about the public's role in participatory journalism within leading Brazilian web portals. Texto apresentado no International Symposium on online journalism, Austin: University Of Texas At Austin, 2009. Disponível em: <<http://online.journalism.utexas.edu/2009/papers/SaadMadureira09.pdf>>. Acesso em: 12 dez. 2009.

CORRÊA, Elizabeth Saad. **O jornalista (brasileiro) na sociedade da informação:** Repórter da realidade, arquiteto da virtualidade. Disponível em: <njmt.incubadora.fapesp.br/.../jornalista-brasileiro-na-era-da-informacao.pdf>. Acesso em: 13 out. 2009b.

COVER, Rob. Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history. **New Media & Society**, [Los Angeles], n. , p.139-158, ago. 2006. Disponível em: <<http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/8/1/139>>. Acesso em: 17 mar. 2008.

COVER, Rob; WATTS, Eric. Theorizing cyberspace: The idea of voice applied to the internet discourse. **New Media & Society**, [Los Angeles], n. , p. 479-498, abr. 2002. Disponível em: <<http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/4/4/479>>. Acesso em: 17 mar. 2008.

DAMÁSIO, António. **O erro de Descartes:** Emoção, razão e o cérebro humano. São Paulo: Cia. das Letras, 2005.

_____. **O mistério da consciência:** do corpo e das emoções ao conhecimento de si. São Paulo: Cia. das Letras, 2005a.

- DEUZE, Mark. Collaboration, participation and the media. **New Media & Society**, [Los Angeles], n. , p.691-698, ago. 2006. Disponível em: <<http://nms.sagepub.com>>. Acesso em: 17 mar. 2008.
- DIAS, Maria Helena Pereira. **Hipertexto – o labirinto eletrônico**: Uma experiência hipertextual. Tese (Doutorado) - Faculdade de Educação, Unicamp, Campinas, 2000. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/~hans/mh/>>. Acesso em: 15 out. 2009.
- DUARTE JÚNIOR, J. F. **O que é realidade?** São Paulo: Ateliê Editorial, 1984. (Coleção Primeiros Passos).
- ECO, Humberto. **Seis passeios pelo bosque da ficção**. São Paulo: Cia das Letras, 2006.
- FAUSTO NETO, Antônio; HOHLFELDT, Antônio; PRADO, José Luiz Aidar; PORTO, Sérgio Dayrell (orgs). **Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade**. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.
- FERNBACK, Jan. Beyond the diluted community concept: A symbolic interactionist perspective on online social relations. **New Media & Society**, [Los Angeles], n. , p.49-69, set. 2007. Disponível em: <<http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/9/1/49>>. Acesso em: 17 mar. 2008.
- FOUCAULT, Michel. **Qué es un autor?** Disponível em: <www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/15927/1/davila-autor.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2009.
- GILES, Jim. Internet encyclopaedias go head to head. **Nature**, 15 dez. 2005. Disponível em: <<http://www.nature.com/nature/journal/v438/n7070/full/438900a.html>>. Acesso em: 15 dez. 2007.
- GILLMOR, Dan. **We The Media**: Grassroots journalism by the people, for the people. Sebastopol: O'Reilly Media, 2004.

- GOOGLE. **Corporate information**. Disponível em: <<http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html>>. Acesso em: 14 jan. 2010.
- GRIESELHUBER, Ray. **How to make Wikipédia better (and why we should)**. Disponível em: <<http://www.ojr.org/ojr/stories/060201grieselhuber>>. Acesso em: 03 jul. 2008.
- IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2008**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2008/default.shtm>>. Acesso em: 14 jan. 2010.
- JENKINS, Henry. **Convergence Culture: Where old and new media collide** (Updated and with a new afterword). New York: New York University Press, 2008.
- KELLY, John. **Red Kayaks and Hidden Gold: The rise, challenges and values of citizen journalism**. Oxford: Reuters Institute For The Study Of Journalism, 2009. 56 p. Disponível em: <<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publications/red-kayaks-and-hidden-gold.html>>. Acesso em: 12 nov. 2009.
- KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 1999.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LESSIG, Lawrence. **Free Culture: The nature and future of creativity**. New York: The Penguin Press, 2004.
- MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum: Introdução à sociologia compreensiva**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- MCLUHAN, Marshall. **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

- MEDINA, Cremilda. **O signo da relação**: Comunicação e pedagogia dos afetos. São Paulo: Paulus, 2006.
- _____. **A arte de tecer o presente**. Narrativa e cotidiano. São Paulo: Summus Editorial, 2003.
- _____. **Ciência e jornalismo**: da herança positivista ao diálogo dos afetos. São Paulo: Summus Editorial, 2008.
- MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck**: O futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Editora Unesp / Itaú Cultural, 2003.
- NIELSEN, Jakob. **Projetando websites**. Rio de Janeiro: Editora Campus. 2000.
- NIELSEN//NETRATINGS ONLINE. Disponível em: <<http://www.nielsen-online.com>>. Acessado em 23 jan. 2010.
- NÚCLEO DE INFORMÁTICA APLICADA À EDUCAÇÃO (NIED). **Teleduc**: Educação a distância. Disponível em: <<http://www.teleduc.org.br>>. Aceso em: 03 jan. 2008.
- PAPACHARISSI, Zizi. The virtual sphere: The internet as a public sphere. **New Media & Society**, [Los Angeles], n. , p.9-27, abr. 2002. Disponível em: <<http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/4/1/9>>. Acesso em: 17 mar. 2008.
- PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM. **The state of the news media 2009**: Online. Disponível em: <http://www.stateofthemedias.org/2009/narrative_survey_intro.php?media=3&cat=0>. Acesso em: 03 dez. 2009.
- RAMONET, Ignacio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- RESTREPO, Luis Carlos. **O direito à ternura**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.
- RÖHLE, Theo. Power, reason, closure: Critical perspectives on new media theory. **New Media & Society**, [Los Angeles], n. , p.93-122, jul. 2005.

Disponível em: <<http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/7/3/403>>. Acesso em: 17 mar. 2008.

SANTANA, Larissa. Por dentro da empresa que dominou o mundo. **Exame**, São Paulo, n., p.45-57, 03 abr. 2008. Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br>>. Acesso em: 09 abr. 2008.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Introdução a uma ciência pós moderna**. Rio de Janeiro: Graal, 2000.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Comunicação digital e a construção dos commons**: redes virais, espectro aberto e as novas possibilidades de regulação. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

SINGEL, Ryan. The Wiki that Edited Me. **Wired**, 7 set. 2006. Disponível em: <<http://www.wired.com/science/discoveries/news/2006/09/71737>>. Acesso em 24 jan. 2010.

SHIRKY, Clay. **Here Comes Everybody**: The power of organizing without organizations. New York: The Penguin Press, 2008.

_____. **Broadcast institutions, community values**, set. 2002. Disponível em <http://www.shirky.com/writings/broadcast_and_community.html>. Acesso em 15 jan. 2010.

SHNEIDERMAN, Ben. **O laptop de Leonardo**: Como o novo Renascimento já está mudando a sua vida. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2003.

SIEGEL, Lee. **Against the machine**: Being human in the age of the electronic mob. New York: Spiegel & Grau, 2008.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony D. **Wikinomics**: How mass collaboration changes everything. London: Penguin, 2007.

THE NEW YORK TIMES. **Wikipédia é banida como fonte escolar**. G1, São Paulo, 22 fev. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/>>

Tecnologia/0,,MUL6971-6174,00-WIKIPEDIA+E+BANIDA+COMO+FONTE+ESCOLAR.html>. Acesso em: 21 jan. 2010.

WINSECK, Dwayne. Illusions of perfect information and fantasies of control in the information society. **New Media & Society**, [Los Angeles], n. , p. 93-122, abr. 2002. Disponível em: <<http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/4/1/93>>. Acesso em: 17 mar. 2008.

LOS ANGELES TIMES. A Wiki for Your Thoughts. **Los Angeles Times**, [Los Angeles]. 17 jun. 2005. Disponível em: <<http://www.latimes.com/news/printedition/opinion/la-ed-wiki17jun17,1,1789326.story?ctrack=1&cset=true>>. Acesso em: 21 jan. 2010.

LOS ANGELES TIMES (Ed.). Where is the Wikitorial? **Los Angeles Times**, [Los Angeles]. 19 jun. 2005b. Disponível em: <<http://www.latimes.com/la-wiki-splash,0,3350970.htmlstory>>. Acesso em: 21 jan. 2010.

ANEXOS

Anexo 1 – Íntegra da entrevista com o jornalista Milton Jung

Entrevista com Milton Jung, Rádio CBN, 21/12/2009

Queria que você me contasse como começou seu envolvimento com isso.

Primeiro foi o e-mail, há dez anos, quando eu cheguei aqui na CBN nós estávamos abrindo mão do telefone do ouvinte para divulgar o endereço do âncora. Isso para mim foi uma mudança considerável naquela época porque você passava a ter o contato direto com o ouvinte, coisa que pelo telefone você não tinha por uma limitação de linhas, pela impossibilidade das pessoas conversarem com você, porque elas conversavam com quem atendia o telefone. Quando as pessoas começaram a mandar e-mail elas passaram a conversar diretamente comigo e eu assumi o compromisso naquela época de que eu deveria responder a todas as pessoas que me escrevem, mesmo as desaforadas e mal educadas, principalmente a elas talvez, e eu tinha a convicção de que o melhor caminho a se adotar era esse, por dois motivos ou por três motivos básicos. Primeiro, que empresa não gostaria de conversar com seu cliente diretamente, tirar sua dúvida. A coisa mais comum que tem é a pessoa te criticar por alguma coisa que ela não compreendeu e se você tem a possibilidade de explicar para ela o que foi, talvez você tenha a possibilidade de fazer com que ela entenda o que você queria ter dito, então você consegue talvez reverter posições em relação ao seu trabalho, ao

seu desempenho. Segundo porque é uma fonte muito rica de informação, e terceiro porque é no mínimo um respeito para quem sentou diante de um computador e decidiu escrever para você e todas as vezes que a gente desenvolve algum processo de comunicação a gente necessariamente quer mudar alguma coisa, quer mudar uma opinião, quer confirmar uma postura, um comportamento, enfim, então é um respeito com essas pessoas. Três motivos que me fizeram pensar que “bom, aqui é o momento de eu começar a atender essas pessoas” e usar essa ferramenta que ainda era pouco usada no contato com o rádio. Foi lá que eu passei a identificar também que aquele ouvinte era um internauta, porque as mensagens começaram a chegar durante o programa, ou seja no momento que as pessoas estavam ouvindo o programa. Elas não corriam para ir para o computador e mandar o e-mail depois. Elas estavam diante do computador enquanto ouviam o rádio, ainda num sistema off line. Mas estavam ouvindo rádio enquanto navegavam. Então todo esse processo começou ali, na realidade, e ele avançou na medida em que as novas mídias foram, ou as mídias sociais foram aparecendo. Então a primeira delas em 2004 que foi o Orkut que era a possibilidade da criação de comunidades. E como o programa é um programa que fala sobre a cidade de São Paulo, era muito apropriado para a criação de comunidades. E as redes sociais não são nada mais do que grandes comunidades ou a possibilidade da criação de grandes comunidades. Então começou pelo próprio Orkut hoje muito pouco utilizado por mim, mas que formou uma grande comunidade, primeiro em torno do programa e depois em torno de dois outros produtos que são os livros, o Conte sua História de São Paulo e o Jornalismo de Rádio, que são os dois livros que eu lancei, e foi interessante porque as pessoas puderam cruzar informações, se conversar dentro daquela comunidade. Depois veio o blog e com o blog surgiram – o blog é de dois anos e meio atrás. Primeiro que quando surgiu a oportunidade do blog eu

tinha a convicção que tinha que ser um braço digital do programa. Era a oportunidade de eu dar vazão para todas as reportagens que eu faço no programa e que necessariamente não têm espaço na página da CBN. Terão a partir do ano que vem, que nós teremos um site só do CBN São Paulo, mas que não tem espaço na página principal da CBN, por ser uma cobertura nacional. Segundo que o blog me daria espaço para expor algumas outras opiniões e situações que no programa não haveria espaço, não haveria oportunidade, e principalmente me permitiria colocar lá muitas participações de ouvintes-internautas que ficavam restritas ao e-mail e que eu não conseguia dar vazão por uma série de limites. Então isso foi interessante porque o blog começou a permitir a criação de colunas para ouvintes. Então eram diferentes canais para os ouvintes se expressarem lá. Não só pelos comentários, publicando seu próprio comentário, quer dizer, tornaria aquilo público, não tinha mais o limite do e-mail que a pessoa escrevia apenas para mim e só ganhava publicidade se eu assim entendesse ou se eu tivesse oportunidade de fazê-lo. Mas ali não, ali ele ganha a oportunidade de publicar o seu comentário.

Os comentários não são filtrados?

Eles têm uma moderação por uma questão técnica do sistema do blog, mas eles todos são aprovados. Com exceção de dois ou três nesse tempo todo que eu tive que apagar ou não permiti a publicação porque tinha um palavrão ou alguma coisa assim e outros que eram spam, mas todos os demais foram aprovados e serão aprovados, com ou sem críticas serão aprovados. Então ele tem publicada ali aquela informação dele, então esse é um outro canal. Além disso, as pessoas passaram a escrever artigos e alguns ganharam espaço fixo no blog. Um outro canal que era importante dentro do blog era o de imagem porque as pessoas passaram a usar muito esse recurso. Então tem lá Foto Ouvinte, que é a maneira

de dar vazão para isso. Quando eu desenvolvi o foto-ouvinte eu imediatamente senti a necessidade de criar um álbum digital, que foi o Flickr, que hoje tem mais de quatro mil fotos reunidas, quer dizer, é um material riquíssimo de informação que você tem a sua disposição na internet em cima da ideia do programa que é a criação de comunidades. E depois veio o Twitter já mais recentemente, há um ano e meio, já hoje um pouco mais do que um ano e meio mas mais ou menos isso que eu passei a usar o Twitter, também como forma de conversar com as pessoas, dialogar e que era uma maneira muito rápida de fazer isso. Então são algumas das ferramentas que a gente usou.

Hoje você vê diferença no seu uso do e-mail, do Twitter e do blog? Ou não, é meio um extensão do outro?

Um é extensão do outro. Eu até no início tive muita dificuldade para convencer as pessoas de que elas deveriam postar aquela opinião que elas davam no e-mail que elas deveriam postar no blog. Porque lá no blog ela tornaria pública aquela opinião e ela poderia passar a dialogar com outras pessoas e o fato de eu responder a todas as mensagens na internet fazia com que as pessoas preferissem escrever no e-mail a colocar sua mensagem lá. Mas é uma ferramenta extensão da outra e não abro mão de nenhuma delas. Na realidade, minto ao te dizer isso, porque eu abri mão de usar o Orkut como forma de construção de comunidades. Eu quero ainda desenvolver um pouco melhor essa ideia para tornar, criar uma espécie de fórum onde a gente possa discutir mais amplamente. O problema é que a criação de um fórum vai exigir uma participação minha mais forte e eu não sei se vou ter tempo para dar conta disso.

Essa é outra pergunta. Como você faz para administrar tudo isso?

O e-mail me toma muito tempo. Talvez uns 300 e-mails por dia que eu responda ou apague. E porque eu digo apague, porque muitas vezes você recebe material que não tem nenhuma validade ou é um release que não te serve, enfim, então tem algumas atitudes que você toma ali. Agora boa parte você tem que responder. No mínimo para dizer para as pessoas que você leu o que ela disse ou tentar explicar que aquele assunto eu passei pra fulano, sicrano, enfim. Você tem que administrar seu tempo. Eu faço muitas coisas enquanto estou no ar, enquanto estou apresentando eu publico coisas no blog, eu emito informação pelo Twitter, e eu respondo e-mails também. Isso eu vou fazendo quase que constantemente. Quando eu estou conectado eu estou fazendo todas estas funções. Toma muito tempo? Um bruta tempo, mas é um negócio meu, é o meu negócio.

E você entra de férias e continua postando no blog, postando no Twitter...

Com certeza. Porque você cria relações com essas pessoas e eu acho que é uma obrigação sua continuar conversando com elas. Além de ser extremamente instigante para você como profissional fazer isso, com a vantagem que todas essas mídias me oferecem e que o rádio me oferecia muito pouco que era o de exercitar a escrita. No rádio se escreve pouco, se fala muito. E eu sempre gostei de escrever. E antes eu não conseguia escrever, não tinha onde escrever. O blog me permitiu isso, o próprio Twitter com seus 140 caracteres também me permitiu isso. E porque que eu cito o Twitter como forma de expressão escrita, apesar da restrição no número de caracteres, porque é um grande exercício também, principalmente para nós que trabalhamos em rádio, porque se nossa defesa no rádio sempre foi a de que a nossa escrita tinha que ser simples, direta e objetiva, nada como o Twitter para exercitar isso. Eu uma vez até brinquei aqui na rádio que eu adoraria criar uma ferramenta interna na rádio na qual todos os

textos, ou melhor, todas as edições do Repórter CBN, que me são enviadas, só tivessem títulos de até 140 caracteres, porque seria uma maneira de obrigar o jornalista a tornar concisa a sua informação e seria uma maneira de se exercitar a linguagem do rádio que, no meu entender, ficou perdida no tempo. Hoje o que se escreve para o rádio é muito com base no que se escreve para quem vai ler e não para quem vai ouvir. E esse é um problema sério na linguagem do rádio, no meu entender. Então essas restrições são interessantes porque elas nos obrigam a criar mecanismos para escrever e passar a informação naquele tempo. Alguém há de dizer: “Mas isso não é muito limitado?”, claro que é, é extremamente limitado, mas nós não nos limitamos a dar informação através disso, nosso trabalho tem várias frentes, mas é bacana poder trabalhar um pouco essa ideia da concisão na escrita, ao mesmo tempo que o blog te oferece um outro lado, que é você ter liberdade para escrever. Liberdade no sentido de não ter restrições no tempo, no espaço, no tamanho para se pronunciar.

E também, ao mesmo tempo, sabendo que se você quer se comunicar com alguém na internet, não vai escrever um texto de 30 laudas, porque ninguém vai ler...

Exatamente. E é engraçado porque parece que tem muita gente que não entende isso. Até no próprio e-mail. Tem gente que manda e-mails que são coisas gigantescas, absurdas. Aquilo sim, aquilo me consome porque eu, é difícil você conseguir identificar o que a pessoa quer. Eu até gostaria de um dia, se eu pudesse ensinar alguém a escrever e-mail, eu diria: “Tudo bem, você pode até escrever o que você quiser, mas manda um lead, um resumo da sua história, porque se eu achar interessante eu leio o resto. Mas se eu não achar pelo menos eu consigo entender o que a pessoa quer, porque tem gente que escreve pra burro. Mas enfim...

Milton, quando a gente fala em relação com mídias sociais, vem a questão do tal “jornalismo cidadão”, e que é uma coisa que é muito criticada, principalmente em relação a questões como acuracidade de dados, veracidade. Como é que você lida com isso?

Primeiro eu acho que tem que definir muito bem esses conceitos. Mesmo porque eu tenho consciência e trabalho para fazer um jornalismo cidadão, que é voltado para o cidadão. E acho que o jornalismo só tem razão de ser se a gente fizer com essa consciência. Porque quem consome a nossa informação não é a empresa, quem consome a nossa informação é um cidadão que talvez faça parte de uma empresa, talvez até comande uma empresa. Mas é para o cidadão que a gente escreve. Então isso para mim é jornalismo cidadão, é o jornalismo escrito para ele. Agora, uma coisa que as novas mídias criaram é a possibilidade do cidadão se expressar sem intermediários. Isso sim. E não sei se isso é um jornalismo cidadão. Isso é a possibilidade de expressão do cidadão. No formato jornalismo ou não. E que não tem nenhuma responsabilidade que o jornalismo tem. Por isso tem que ser tratado dessa maneira. Não pode ser visto como um produto acabado. Se nós já devemos como consumidor de informação, consumidor de conteúdo, identificar ou ter critérios muito apurados para identificar a intenção de uma reportagem publicada seja lá em qual mídia, uma reportagem seja lá em qual meio de comunicação, mais ainda quando você vai consumir uma informação que vem do próprio cidadão. Tem que saber, ter consciência de que aquela é uma informação contaminada, entre aspas, assim como é a minha informação. Agora a minha informação como jornalista tem uma responsabilidade diferente daquela do cidadão. Então, nós devemos ter um certo cuidado com isso. O grande erro é achar que essa informação que surge nas mídias sociais é uma informação acabada. E mais fiel do que a que sai no jornal

ou na televisão, ou no rádio. Acho que não é. Não é assim, as coisas não funcionam assim. É bem verdade que hoje você vai conseguindo construir personalidades nesse meio. E identificando naquelas pessoas aquelas mais confiáveis. Ou seja, essa informação que chega nas redes sociais é uma informação, é na realidade a formação de uma rede de fontes. Aquilo que o jornalista sempre fez através da sua cadernetinha e da sua agenda de telefones. E o que que era a construção de fontes? Você procurava um professor na academia, ouvia o professor duas ou três vezes, na terceira você identificava que aquela informação dele nunca era muito boa, não era confiável, não tinha muito argumento. Então procurava outro professor, conversava duas ou três vezes, e dizia esse é um cara legal, tem uma posição bem mais clara, com argumentos, etc. e tal. Essa é uma boa fonte. É a mesma coisa que a gente tem que fazer quando avalia essas pessoas que estão escrevendo. As mídias digitais deram espaço para permitir o aumento no número de fontes. E dessas fontes nós temos que ter critérios para escolher quais são as mais confiáveis, como escolhíamos antes. O mesmo acontece com o cidadão que quando abre o jornal, ele abre o jornal que ele confia, no qual ele confia. Quando ele liga uma emissora de rádio, ele liga na emissora de rádio na qual ele acredita. E quando ele lê um blog, ou seja lá, ele segue alguém que passa notícias pelo twitter, ele tem que ter o mesmo critério para fazer essa avaliação do que é correto ou não, do que é mais confiável ou não. Esse é um trabalho que a gente tem. A vantagem é que hoje nós temos um número de fontes de informação muito maior, muito mais democrático, e o cidadão não fica preso à mediação de um jornalista ou seja lá quem for para publicar sua opinião ou a sua informação. Ele pode fazer isso de maneira direta. Recentemente a gente teve aqui em São Paulo uma explosão numa loja de um novo shopping ali na Vila Olímpia. Eu estava em Curitiba, discutindo rádio e mídias digitais, e resolvi fazer a seguinte avaliação: eu fui ao

twitter procurar quando tinha surgido a primeira informação a propósito dessa explosão. O acidente ocorreu por volta de 9h46, ou seja, 15 para as 10, ou 10h15, era 10h15. Às 10h36 eu encontrei a primeira notícia no twitter dizendo que tinha acontecido alguma muvuca no shopping. Um minuto depois eu tinha outras informações, inclusive fotos sobre isso. A rádio deu a notícia 10 ou 15 minutos depois do twitter, dizendo que havia ocorrido um incidente lá, com a explosão de uma loja do shopping que estava para ser inaugurado. Entre o tempo da primeira informação que eu levantei no twitter e o tempo da rádio, houve ali uma diferença de 10 a 15 minutos, que é o tempo que eu considero assim razoável para o jornalista confirmar a informação que ele vai colocar no ar. Porque ele não pode se dar o direito de dar essa informação sem a confirmação. Ele não pode simplesmente pegar aquela primeira notícia do twitter e colocar no ar. Ele tem que apurar necessariamente. É uma responsabilidade que ele tem. E quem manda essa notícia pelo twitter não tem essa responsabilidade e nem sei lá se deve ter. Quer dizer, você faz o que você pensar. E é curioso porque nesse período, assim como haviam notícias e imagens de lá, em vídeo e foto, já no twitter, antes mesmo da rádio dar a notícia, também haviam pessoas escrevendo e dizendo que havia sido um atentado, e outras informações que não tinham o menor crédito. Então é interessante: ela é importante porque ela te monitora, se você monitorar essas mídias, ela te ajuda a enxergar o que está acontecendo, mas ela não é produto final. Ela é para ser avaliada. Como qualquer fonte que eu entrevistar, qualquer fonte que eu levantar uma informação. Ela não pode ser produto final. A não ser que seja uma fonte que eu confie piamente, e nas redes sociais nós já temos essas fontes. Pessoas que eu no dia-a-dia, eu trabalho no rádio e sei que o que o cara me escreve eu posso botar no ar. Porque várias vezes já fez isso e várias vezes as histórias se confirmaram.

Como qualquer outra fonte que vem por qualquer outro meio que você utilizar...

Sem dúvida nenhuma. Sem dúvida nenhuma.

Vamos focar um pouco nessa questão da autoria. Como é que você acha que fica essa questão do papel do jornalista enquanto autor. Num mundo onde todo mundo posta, todo mundo gera conteúdo, todo mundo tudo, esse papel do jornalista tende a se acentuar em importância ou ele tende a desaparecer?

Não, não desaparece. Nem o jornalista desaparece, nem os veículos de comunicação desaparecem. Até porque nós continuamos precisando de pessoas, nós todos, e eu não estou falando aqui só como jornalista, eu estou falando também como uma pessoa que consome muita informação. Nós continuamos precisando dessas pessoas, para apresentar e para investigar, e para apresentar produtos para nós, apresentar notícias para nós. Nós não podemos depender única e exclusivamente da própria sociedade. E daí eu pergunto para você o seguinte: a sociedade conseguiria, o cidadão levantaria uma informação como esta que nós temos hoje do governo Arruda? Muito dificilmente. Quer dizer, o poder dos veículos de comunicação é muito grande inclusive na disseminação da informação. Esse é papel que o jornalista não vai perder. Não deve perder. No momento em que nós, jornalistas, começarmos a fazer o mesmo que o cidadão faz, aí certamente nós vamos perder espaço, porque aí nós vamos nos igualar. E é a mesma história em torno da discussão do diploma de jornalista. Se eu tiver medo de um concorrente que não tenha diploma é porque eu não me preparei para entrar nesse mercado. E aí você me pergunta: mas então o cara que não tem diploma, ele pode ou não pode fazer esse jornalismo. Pode. E provavelmente desse pessoal que trabalha nas mídias sociais, tem muita gente que tem feito um

trabalho muito melhor do que muito jornalista. Então esse é um cara que vai se destacar. E vão se destacar estes, estas personagens. Assim como no jornalismo se destacam alguns personagens. Da quantidade de jornalistas entregues no mercado poucos tem espaço hoje na mídia. O mesmo vai acontecer e acontece nesse outro mercado, de geração ou de produção de informação. Por mais que se tenha blogs, por mais que se tenha twitter – são 45 milhões de contas de twitter no mundo – poucos são os que realmente geram uma informação que vai influenciar as pessoas. Porque a nossa informação tem que ter essa visão: uma informação produzida pelo jornalista tem que ter esse olhar. A nossa notícia, a nossa informação ela tem que fazer diferença na vida das pessoas, ou de um grupo de pessoas ou de todas as pessoas, mas tem que fazer diferença. Senão, é uma notícia fria, sem nenhum sentido, e não precisa de jornalista para tal, basta pegar o release de uma empresa e colocar no ar. Então é legal que se tenha essa função e não vejo um enfraquecimento do papel do jornalista, em função do surgimento dessas novas fontes. Talvez, se reforce até o papel do jornalista se nós soubermos usar essas fontes de maneira correta, porque hoje nós temos muito mais fontes a nossa disposição. Então isso para mim, eu não consigo enxergar o fim dessa função. Pode ser que ela seja exercida de outras maneiras. As nossas fontes mudaram e vão mudar muito. E acho que é bom que mudem, porque até então nós tivemos, nós sempre trabalhamos sobre fontes institucionais: é a associação que representa um determinado segmento, é uma ONG, é a academia, é a empresa. Quando você tem o cidadão como sua fonte, você começa a democratizar isso. Então é interessante que isso aconteça. Agora o papel do jornalista ele vai continuar existindo. Porque o próprio cidadão que escreve e que produz informação, boa parte das vezes e a realidade dos blogs é essa, boa parte das vezes ele se baseia em informação que foi produzida por um jornalista, em geral é isso. Às vezes ele complementa essa informação, então ele

agrega conteúdo a essa informação, e isso é muito bacana, porque você, no programa eu tenho isso muito claramente. Eu coloco uma informação no ar, seguido eu recebo outras mensagens de pessoas agregando conteúdo àquilo que eu disse ou eu entrevistei. E um conteúdo muito rico. Um conteúdo que às vezes muda a minha pauta, porque me permite olhar de outra maneira, de uma forma que eu não estava enxergando. E isso é bacana porque você está pegando pessoas de diferentes segmentos. Vou pegar o caso da cidade de São Paulo, que é o que eu cubro. Você começa a pegar pessoas de diferentes regiões dessa cidade, que tem realidades diferentes em cada ponto que vivem, ou tem semelhanças muito grandes. Um exemplo que eu vou ter dar, extremamente banal, que aconteceu na sexta-feira. Cheguei no programa, tinha uma mensagem de um cara dizendo o seguinte: feira-livre aqui na minha rua semana passada terminou ontem de tarde e até agora não recolheram o lixo. E o cara mandou a foto ainda. Eu falo aquilo no ar. Daqui a pouco começou a surgir mensagens de vários pontos da cidade de São Paulo, de feiras livres onde aquilo também havia acontecido. Ou seja, ficou evidente que não era uma coisa localizada, era um problema na prefeitura de São Paulo, no serviço de coleta do lixo das feiras livres. Mobilizado por isso, a prefeitura soube o que estava acontecendo, porque até então ela não sabia e foi cobrar da empresa, que alegou problemas lá na relação com os feirantes para fazer o recolhimento daquele lixo. E que foi multada. Foi essa informação, que surgiu de diferentes partes da cidade que permitiu esse tipo de atuação. Senão seria uma informação isolada, de um lugar só, não fosse a participação popular você teria um fato isolado, sem peso. Sem nenhum peso. Mas não. A partir do momento que eles começaram a participar eles foram agregando conteúdo aquilo que a gente estava fazendo, e a informação foi no ar. Eu digo e brinco muito com essa história de que o rádio, principalmente o rádio, é o veículo mais próximo da cultura wiki, que é a

construção da inteligência a partir do conhecimento coletivo. O rádio tem muito, ele se presta muito a isso, com a diferença que o rádio tem o mediador, que é o jornalista. Mas se você jornalista souber usar esse conhecimento coletivo, você constrói a informação no ar. Eu tenho alguns exemplos que eu passo sempre de notícias que surgiram a partir de mensagens enviadas por fontes, que eu conhecia e que partir daquela primeira informação que eu coloque no ar, outras pessoas foram escrevendo e foram construindo a informação no decorrer do programa, das duas horas e meia de programa. Então isso é muito bacana você ver essas coisas acontecerem. É claro que a cultura wiki é um pouco mais arrojada do que isso, e, ao mesmo tempo, um pouco mais vulnerável. Bem mais vulnerável. Mas que vem ganhando uma credibilidade assustadora. E que eu acho bastante rica, que não se pode abrir mão dela, não.

Mas que na construção de notícia ainda é meio fraca, deixa um pouco a desejar... O wikinotícias, por exemplo, é mais uma compilação de coisas que saem na mídia do que...

... sem dúvida. É muito mais isso do que uma produção própria. Até porque produzir informação não é fácil, gente! Não é assim qualquer, você sai na rua e levanta informação... Eu tenho um exemplo de um comentarista do meu blog que é doutor em marketing de moda, um cara que eu conheci que tinha boas opiniões, bem articulado, lê muito, etc. e ele passou a escrever toda quarta-feira no meu blog, se chama Carlos Magno Gibrail, e a medida em que ele foi escrevendo, ele foi sentindo necessidade de não passar só a informação ou o achômetro dele, mas de conversar com fontes. Ele passou a fazer um trabalho de jornalista, ligando para as pessoas, procurando opiniões, e aí ele mesmo me diz, seguidamente ele me diz assim: mas é muito difícil fazer isso o que vocês fazem, porque dar opinião é uma coisa, você senta lá e diz o que você quer. Agora

levanta informação consistente, dê respaldo para aquelas coisas que você está dizendo. É muito complicado. Então por isso que eu reforço a ideia de que o papel do jornalista não vai terminar tão cedo assim, não. Aliás, acho que não vai nunca, mas enfim...

Anexo 2 – Íntegra da entrevista com o jornalista Luis Nassif

Entrevista com Luis Nassif, do Blog do Nassif, em 13/01/10

Queria que você começasse contando como se envolveu com o blog e o outras mídias sociais.

Olha, quando começou o e-mail eu já tinha percebido o potencial de colaboração dos leitores. Não apenas para te dar feedback sobre aquilo que você estava escrevendo, mas para contribuir com dados. Então, muitos temas que eu entrava, eu sempre gostei muito, desde os anos 90 de pegar e quando todo mundo ia em uma direção, eu ia em outra. Então eu ia nessa outra direção e os e-mails serviam para te monitorar, para... porque quando você escreve fora do padrão da maioria, você tem que dar explicação, então a maioria das vezes a leitura que o leitor faz é muito complicada, alguns entendem, outros não...

Às vezes é até bem diferente do que você pretendia passar...

É, muitas vezes. Então com isso eu comecei a entender esse potencial e um tema que eu levantei ainda nos anos 90, eu usei isso aí na discussão sobre modelo de universidade, que era um material que eu recolhi na época, serviu de base para a SBPC fazer a proposta dela, depois sobre políticas de saúde, que serviu para o Serra, quando ele entrou no Ministério, mas eram modelos ainda se escrevia o que saía no jornal, aí você recebia durante o dia ou durante os dias, respondia, mas principalmente servia de feedback. E daí quando começou a questão de blog, eu percebi de cara o potencial, que não era bem a maneira como os colegas

estavam fazendo. O que os colegas faziam era jogar as notas, como se eles fossem um lado e os comentaristas fossem outro, deixava as pessoas quebrarem o pau, inclusive deixava liberdade para baixarias e tudo. Porque na internet você pode ir para a catarse, a catarse é muito comum. Outra coisa que eu fazia, desde os anos 90 era frequentar salas de chat, com pseudônimo, tudo, e gostava muito de provocar o pessoal e entender o espírito de grupo. Então você entrava na sala, todo mundo já tinha seus grupos formados, já tinha as lideranças, então você entrava lá, provocava, dava aquele forrobodó... tem que ter alguma sensibilidade para entender também como interagir com os comentaristas. Quando o UOL me chamou lá atrás para eu montar o primeiro blog, para mim foi um susto porque de vez em quando você vê, as colunas saíam no blog e de vez em quando vinha aquele monte de e-mail e eu falava, mas o que é que tá acontecendo? É porque tinha chamada na home. Então ali já deu para ver o potencial do leitor. E quando montei o blog já foi pensando nisso.

Seu primeiro blog é de quando?

Acho que 2004 ou 2005...

No início dos blogs, então...

É...

E uma coisa que a gente percebe no seu blog e que é diferente da maioria dos blogs de jornalistas é exatamente esse ponto: a interação que você estabelece com o leitor. Dá para perceber que você leu o que o cara escreveu, e você não só lê como você comenta e você pede para ele te ajudar a levantar dados, analisar determinada situação...

Isso é uma quebra de paradigma. Se você pegar o jornalista, os colunistas de jornal, quando vão para a internet, eles querem manter aquela mesma postura de “eu estou acima do leitor”. Isso é uma bobagem fenomenal. Isso é muito fruto de insegurança, porque quando você entra na internet você não domina todos os temas e, em geral, a formação do jornalista, esse modelo de jornalismo dos anos 90 é muito superficial. Então você tinha duas inseguranças muito grandes da parte do cara que ia para a internet. A primeira era expor a fragilidade dele. Você tem um leitor que, em determinado tema, sabe mais do que você. E em segundo aquela insegurança de reconhecer erro também. Então quando você entra e começa a jogar aberto com o leitor, eu lembro bem no comecinho que eu publiquei um comentário X e o leitor rebateu. Deu uma posição totalmente oposta, com bons argumentos. Eu peguei e joguei junto com o meu: deu um nó na cabeça dos outros. Mas qual que está certo? Eu falei, não sei. Você tem duas visões aí, você escolhe e tira sua conclusão. Então com o tempo eles foram percebendo... Uma outra coisa interessante é que no começo também essa dessintonia com o leitor que tem nos jornais – você escreve A e o leitor acha que é B – ocorria muito no começo. Porque os leitores também estavam naquela posição passiva, também de querer o prato pronto, né? Ou querer te esculhambar e tudo. Então na medida em que foi amadurecendo a personalidade do blog, da comunidade, então o jogo ficou uma maravilha, né?

Você foi aprendendo e a comunidade que se formou foi aprendendo também...

Até hoje. Agora que eu vou começar a dividir um pouquinho a liberação dos comentários, porque eu precisava cair de cabeça. Porque não é só você ler o comentário. Você tem um monte de sutilezas que vai muito além desse formato convencional. Você tem que entender a psicologia de grupo, você tem que

aprender os seus limites. Às vezes me irritava um comentário, você ia lá e criticava o comentarista. Aí já despertava o sentimento de corpo do outro comentarista. Ou às vezes você deixava a rédea, os temas correrem soltos e aí o cara questionava: “e a sua opinião?”. Então você tem todo um processo que vai muito além do jornalismo convencional. Você tem que aprender a provocar e a mediar o debate.

E isso te ocupa muito tempo, não? Como é que você faz para gerenciar isso?

Nossa, nem te conto. Agora estou acertando com uma pessoa que eu vou trazer para me ajudar a liberar os comentários. Porque tenho vários projetos e trabalhos e nesses últimos dois meses isso aqui está uma loucura. Estou com 1500, 1600 comentários por dia. E daí como você lê essa montanha, aí tem coisas muito interessantes que você não consegue se dedicar. Tem esse negócio do Programa Nacional de Direitos Humanos, pessoal questionando porque eu não colocava em discussão, eu não colocava porque estava viajando, estava fora. Aí você coloca em discussão, aí os leitores começam a te trazer informação, muito do que sai nos jornais. Aí você lê... e só quando sobra um tempo você vai ler o programa para dar uma opinião com base na fonte primária. Então eu já estou com um projeto para a gente ampliar a partir do blog fazer um jornal mesmo, atendendo à demanda do leitor. Então muitas vezes o leitor fala: “então porque você não ouve o fulano de tal?” Ou traz informações de fonte X. E traz uma informação e os outros leitores ficam naquela dúvida: “mas essa informação é confiável ou não?” Então com o jornal eu vou ter uma estrutura de redação mais totalmente embrenhada com os comentaristas. Pegando as dicas, as pautas, as demandas deles e depois fazendo a matéria jornalística. Porque o pessoal acha que vai acabar o jornalismo com essa interação, vai ficar muito mais nobre o

jornalismo, porque agora você tem que fazer a matéria e você não vai esconder o copião.

Eu queria que você me falasse um pouco mais como vê essa coisa do jornalista e, mais que isso, o papel do jornalista enquanto autor do que ele produz, diante dessa avalanche de coisas que vem de todos os lados.

Vamos pegar dois modelos: o jornalista da imprensa, do modo tradicional de fazer jornalismo, ele sai com uma pauta. Daí ele ouve uma pessoa, no máximo duas. Daí faz uma pesquisa na internet, meio à galega, porque não domina muito o tema. E ele entrega pro redator. Ou ele faz a matéria... Eu acho que a figura do redator vai voltar, vai ser relevante. Essa figura existia antes, foi abandonada com essa ideia do repórter fazer o texto final, eu acho que novamente essa especialização do jornalismo, você vai ter o pesquisador de internet, o repórter e o redator. Então você imagina o que é que esse rapaz traz. Ele traz uma visão, duas no máximo. Agora você imagina: você joga esse tema no blog. Você tem lá 20, 30, 80, 100 comentários. Digamos que desses você tem 20 comentários relevantes. Esses 20 comentários te levam a novas visões ou umas dicas de novos sites. Então, no final do dia, a mesma pessoa trabalhando aqui ou ali, aquela vai levar 20 vezes mais informação relevante do que aqui. Então não tem comparação. O jornalismo nessa nova... eu diria o seguinte: nós vamos começar a fazer jornalismo a partir de agora. Porque até então não era jornalismo. Aquela jornalismo que você idealizava, eu escrevi o jornalismo dos anos 90 pegando os artigos da imprensa, até com uma visão idealizada, eu dizia “isso aí é fase de subdesenvolvimento do jornalismo, o dia em que o leitor começar a ficar mais exigente, vai aprimorar”, não vai esse modelo do jornalismo de uma mão única, ele é fundamentalmente manipulador. Porque você tem que descobrir, você fica com um conjunto de informações daí você vai colocar o ângulo ou que dá mais

impacto ou o ângulo que mais interessa à imprensa ou à você. E esconde os outros. Então nesse trabalho de edição, se você pegar a informação e transformar em notícia, você tem um conjunto de decisões que elas induzem inevitavelmente à manipulação. É por isso que quando saiu esse blog da Petrobrás o Gandu do Estadão deu uma entrevista muito gozada, falando que abriu o jogo, ele falou “não, mas a edição também faz parte da liberdade de imprensa”. Não faz. Faz parte do poder do jornalismo tradicional. Então com esse novo jornalismo, não tem jeito. Então digamos que você tem lá uma discussão sobre um tema X. Tem lá 50 comentários. O redator, ele vai fazer uma matéria. A matéria é fundamental. O que é a matéria? É você colocar numa linguagem clara, sucinta e tudo, uma síntese do que foi discutido. Só que a matéria-prima tá lá. Então ele não tem essa capacidade de manipulação da informação. Ele vai ser questionando. Agora vem cá, quem que tem peito para encarar isso aí. A diferença não é só a questão de conhecer ou de sair na frente com esse novo modelo. A questão é que você tem uma mudança total de paradigma no jornalismo.

Na verdade, a reportagem, mais do que um produto, é um processo. E ela vai se construindo e continua se construindo.

Só que com a interatividade, você não é mais o dono. Você compartilha. Tanto que você coloca uma informação aqui vem o leitor e fala “essa informação está errada”. A partir do momento que ele fala que está errado o que está publicado, você não pode mais usar. Você tem que reformular. Se você põe um raciocínio lá e o raciocínio está torto, ele vai falar. E não adianta... Tem muita torcida na internet. Então eu coloco lá uma matéria que agrada meus leitores. Eu botei lá, 30 leitores vão elogiar minha matéria porque eu dei o que eles queriam. Daí vem um e fala que tá errado, por conta disso, disso e daquilo. O jornalista que não dá

atenção para a sua reputação profissional e tudo, passa por cima. O jornalista que tem preocupação com isso não pode passar por cima. Você não pode ignorar! Então só que quando você pega ao longo dos anos 90, a quantidade de mentiras que viraram, que permitiram que a pessoa se tornasse grande nome, é muito grande. Vamos pegar aquela série... vamos pegar as matérias do impeachment. Uma vergonha aquilo. Uma vergonha. Como mentiram, como... e falavam “não, o cara é bandido, então o que a gente fizer tá absolvido”. Vem cá. Você não tá atacando o cara. Você tá atacando a notícia. Seu compromisso é com a notícia, com ele não. E essas maluquices da imprensa em 2008 e 2009, é tirar doce de criança. Porque você solta um factóide, e o leitor traz hoje, o leitor já aprendeu todos os golpes. De manhã eu vou lá, eu tenho os comentários da noite, o pessoal já leu os jornais e já traz: “olha, isso aqui tem um factóide por causa disso, disso e daquilo”. Então com esse jogo de transparência, a mentira vai acabar. E daí você passa a praticar jornalismo. Eu digo o seguinte: a invenção do jornalismo começa a partir da interatividade. Eu aprendi na ECA que a primeira função da imprensa é se viabilizar, tem que sair na rua. E com isso ele justificava todo esse negócio das manipulações, das manchetes. Esse jornalismo convencional, com a interatividade você percebe, nunca foi jornalismo. E eu não estou falando isso agora porque eu estou na internet, porque esse jornalismo dos anos 90 eu peguei todos os principais temas dos anos 90, todos manipulados. A ideia é a seguinte: é manipulado porque o pessoal tá saindo da, tá entrando na adolescência da liberdade de imprensa, saiu do período ditatorial e vai amadurecer com o tempo. Não vão. O sistema induz à sacanagem. Induz porque o jornal A dá a manchete A, o jornal B dá a manchete B, o C dá a matéria correta, só que a matéria correta não tem graça. No dia seguinte, o repórter, o editor vai ser questionar porque não deu a mesma dos outros. Então, se você pegar a formação do jornalista de redação, o que é o bom jornalista de redação?

É o que pega uma conversa entre nós dois aqui, vai pegar um ponto que seja de interesse geral, e o que é que é de interesse geral? A picuinha, a fofoca. Então você tem hoje dentro da internet blogs que exploram isso? Tem, claro, tem de tudo. Mas a mentira fica clara. Você tem a diferenciação do leitor que tem mais espírito crítico, ele vai para aqueles blogs que procuram dar uma discussão menos manipuladora.

Como é que você trata a questão da veracidade, da acuracidade dos dados que são gerados pelos seus leitores?

Olha, o primeiro ponto é a verossimilhança. Você tem experiência jornalística para ver o que é que pode e o que não pode ser. Quando não tem como confirmar, eu coloco em observação. E daí eu espero que os outros leitores ajudem a rebater ou confirmar as informações. A questão é que você tem hoje uma multiplicidade de fontes que a imprensa não usa muito grande. Um dia um leitor me questionou: você não deu destaque para o empresário venezuelano que está sendo alvo das Farc, acho que a Veja tinha dado. Eu nem sabia o que era aquilo, mas publiquei a nota dele. Em meia hora já teve vários... os leitores entraram no site do Supremo Tribunal Federal Venezuelano, nos jornais, e mostraram que o cara era um empresário trambiqueiro e que o sequestro era briga comercial com o concorrente. Então os leitores trazem hoje uma infinidade de bancos de dados que não estão no Google. Então, o conhecimento jornalístico passa hoje por você saber estruturar isso, a chamada estruturação de informação. Quando eu entrei no jornalismo, a estruturação da matéria era um ponto relevante. Você pegar aquele conjunto de informações e estruturar numa matéria. Mas de uma maneira mais simples também. Então você tinha mais tempo. Com essa loucura dos anos 90, a estruturação foi para o vinagre. Você pega o lead lá, escolhe um lead da matéria. A apuração foi para o vinagre. Então

agora, você saber estruturar o pensamento – e você tem ferramentas na internet hoje – a estruturação de pensamento volta a ser um ponto relevante. O jornalista vai ser obrigado a aprender a pensar. Ele não sabe pensar. Pega o pessoal aí, e eu não estou falando de foga, não. Eu acho que, outro dia fui numa banca na Cásper Líbero, e falei, poxa, antes a gente dizia para os alunos: “em seis meses você vai aprender tudo o que vocês não aprenderam na faculdade”. Agora o apelo que eu faço é “pelo amor de deus, em seis meses não desaprenda o que você aprendeu na faculdade”. Então eu acho que a faculdade hoje começa a ficar fundamental. Desde que faça uma remodelação de currículo, tudo, porque hoje aprender a pensar... eu estou precisando de alguém aqui que me ajude a liberar comentários. Como formação eu prefiro um filósofo a um jornalista. Porque é mais pensamento. O jornalismo, esses vícios da década de 90. Você pega a Veja e a Folha, todas essas... fica até cansativo. Sai a matéria e a coisa mais fácil do mundo é você pegar e desconstruir. Então você pensa o seguinte: eles fazem isso por que? Por arrogância, só? Não, porque já sentiram a baixa. Fazem porque não sabem fazer direito. Incompetência. Não sabem fazer. Então isso aí são mudanças e eu acho que o jornalismo começa a ser inventado agora.

E o leitor fica mais exigente, não é? E o leitor médio, não é nem o leitor de elite, é a “massa”.

Interessante que toda essa história é que mesmo com a internet divulgando esses erros, a dificuldade que esse pessoal tem de sair dessa armadilha. Você pega a Veja. Você quer fazer o jornalismo de sacanagem, exige muito mais competência técnica. O jornalismo arroz com feijão, você pega as informações, a realidade é muito simples. A análise é mais complicada. O que a Veja faz, a manipulação, exige um craque. Você tem que ser verossímil, tem que garantir o mínimo de coerência com o que foi escrito antes. Então, quando você pega a Veja e a Folha

e pega essas maluquices... A Folha se fez em cima da sociedade civil organizada. E de repente vem esse Plano Nacional de Direitos Humanos, que é a expressão da tal sociedade civil organizada, que vem dos anos 80 e a Folha cai matando. Aí cai a ficha dela, depois de uma semana de palhaçada, que vem a sociedade civil organizada e fala: “vem cá, qual é a sua?”. Isso é o que já vem do Fernando Henrique, é a melhor herança que vem do período de combate à ditadura, daí ela muda, mas muda sem visão sistêmica, vai mudando assim, que nem biruta de aeroporto. Mas é um modo interessante.

Queria que você me contasse um pouco como é a sua rotina.

Agora em janeiro é mais tranquilo. Mas eu vou dormir, em geral, quando eu chego em casa, se eu saio sete da noite, zerando os comentários, eu chego em casa 10, 11 horas e estou com 200 e poucos, 300 comentários. Se eu zero esses comentários... eu estou falando, mas em janeiro é um pouco mais calmo... se bem que como está em crescimento... daí eu acordo de manhã e libero os comentários. Eu tenho o fora de pauta que são sugestões trazidas pelos leitores. Eu já seleciono aquelas que são mais, que dão um bom espaço para discussão. Então fico umas duas horas e meias, de manhã, para liberar os comentários, soltar as notas e para ler os jornais. Quando dá tempo, eu dou uma andadinha, mas não tá dando muito tempo. Aí eu venho para cá e vejo as coisas daqui. Tem muita viagem, tem montes de coisas pequenas. E olho os comentários de vez em quando. Olha só, eu tinha zerado aqui uma hora atrás. Deixa eu ver... agora tem 150 aqui. Eu fiz uma conta outro dia, num dia tranquilo, que não tem muito comentário, até onze horas da noite, era um dia mais calmo, deu 1200 comentários, fora os que eu tinha deletado, que eram spam. Isso até 11 horas. Depois, até meia noite entraram mais uns 150, 200. Então você vê. A quatro meses atrás, eu estava entre 20 e 30 mil visitantes únicos. Não sei o que

aconteceu, porque mudou a versão do wordpress do iG e eles não colocaram de imediato o medidor do Google Analytics. Daí eu pedi para colocar uns dois meses depois, eles colocaram, e nesse meio tempo, o blog não aparece mais na home do iG. Eu pego a audiência: 60 mil únicos. Eu falei: tem algum erro. Pelos comentários eu vi que a movimentação tinha aumentado, mas eu não esperava 60 mil. Pego o dia seguinte: 50 mil. No outro dia 55 mil, depois, 50 mil. Então você percebe que está num crescimento geométrico. Em parte porque tem mais gente descobrindo, conta um para o outro.

E o projeto do jornal, você acha que sai quando?

Eu estou numa reta final. Talvez nos próximos seis meses.

E qual a equipe que você imagina?

Saindo isso aí, quero montar uma equipe. Mas vai ser uma estrutura de redação diferente. Eu vou ter que ter um grupo de pesquisadores de internet. Eu não preciso ter isso em São Paulo. Posso pegar uma cidade do interior, rapaziadinha. A divisão que a gente vai fazer... eu tô pensando como é que vai ser, mas a figura do redator passa a ser relevante. O que era o redator? O repórter trazia a matéria, passava para o redator, e acertava o texto. Jornal da Tarde tinha alguns redatores, tinha revisão. Revisão tudo bem, isso se resolve. Mas esse redator deixou de... sumiu. Ao sumir matou aquela história da matéria a várias mãos, que era a parte mais rica. No Jornal da Tarde, eu tive um período, no final dos anos 80, quando eu fui para lá, eu era pauteiro e chefe de reportagem de economia. O Estadão garantia o arroz com feijão. Aquelas matérias que já vinham pré-definidas, pauta do Banco Central, aquilo que era mais simples. Então, eu pegava a equipe e trabalhava temas especiais. Às vezes você colocava dois ou três repórteres para

uma coisa, um ia para o arquivo levantar dados, e tinha que ter a consolidação. E o redator fazia a consolidação.

E por outro lado te permite que o repórter trabalhe em duas ou três reportagens simultaneamente, de uma maneira mais eficiente.

Quando eu montei a Dinheiro Vivo, em 88, o projeto que eu estou tirando da gaveta é o mesmo. Só que não tinha internet. Mas o projeto era esse. Então tem quatro ou cinco temas que eu estou trabalhando, todos os repórteres tem que conhecer esse tema. Aí um está conversando com alguém de uma outra área lá, mas sabe que aquele tema é conectado, ele pode conseguir informações lá. Então essas matérias de maior fôlego, que sempre demandaram equipes e tudo, morreram. Os jornais cometeram erros editoriais, não de agora, mas desde que começou o questionamento desse modelo de opinião pública, erros muito fortes que explodem agora, quando vem a internet e todos esses vícios se revelam. Quando aparece a figura do âncora, que o Bóris traz, etc., o que é o âncora? É o cara que traz o senso comum. Isso é uma palhaçada. Uma bobagem. Senso comum, todo mundo tem. Então os jornais, para competir, os colunistas, em vez de ficarem acima do leitor – acima no seguinte sentido: se o leitor está indignado com um conjunto de informações, eu tenho que, com o acesso que eu tenho às fontes e com meu conhecimento jornalístico, buscar as informações que expliquem para o leitor o que está acontecendo. Mas começou a ter um jogo demagógico: eu fico tão indignado quanto o leitor. O Clóvis Rossi virou isso aí e não é de agora. Depois a internet entrou com o news e daí os jornais resolvem o news – não pode ter mais de 40 linhas – o que é uma loucura, você vai competir com a internet? Sendo que na internet eu posso ter o news aqui e posso ter o link para a matéria maior. Teve uma discussão na Folha em 98, eu escrevi um artigo naquele jornal dos jornais tentando ver os caminhos da mídia escrita.

Porque antes você tinha a periodicidade da notícia era diária, nos jornais. Aí as revistas semanais consolidavam e agregavam coisas. Quando a periodicidade passou a ser horária, os jornais tinham que ser a revista. Então eu coloquei isso no artigo, teve uma ampla discussão, o Otavinho me pediu um estudo, eu passei para ele, teve discussões internas, ele endossou e colocou no projeto editorial deles, mas não sabia como fazer. E lá trás, uns cinco anos de sair da Folha, eu disse: gente, com todos os dados indo para a internet, o que você precisa fazer? Criar um conjunto de ferramentas de gestão do conhecimento, para monitorar a internet e acompanhar de uma forma estruturada o que está acontecendo. Você tem indicadores de tudo quanto é lado hoje. Você quer acompanhar telefonia, tem indicadores, setor elétrico tem indicadores.

E você tem que oferecer ao leitor algo a mais do que ele já viu na internet, aquilo que ele já viu lá.

Isso! Veja bem, para você estruturar durante o dia, pegar aquele monte de informação da internet, consolidar e agregar, você tem que ter um conjunto de ferramentas que transcendem esse modelo convencional de jornalismo. Os jornalistas não souberam fazer essa transição. Aí eles entram na era dos blogs, na era da internet, com funda. O pessoal com metralhadora e eles com funda. Hoje, cada bobagem que se escreve, o pessoal vem aqui, e tá ficando até monótono, desmonta. Minha ex-mulher, quando começou essa guerra com a Veja e com a Folha, falou, mas não é possível que tudo isso, que diariamente eles façam isso. É que não dá para pegar três ou quatro matérias todo dia, porque senão vai ficar cansativo para o leitor. Mas desaprenderam. Quer dizer, dos anos 90, no meu artigo sobre o jornalismo dos anos 90 eu já contava isso. É a mesma coisa que sair uma matéria aqui e daí ao longo da semana, um jornalista ou dois questionam aquela matéria, como eu fiz várias vezes, lá. Agora, com a internet

você tem toda aquela rede de blogs. Se tem um leitor que perceba o erro, dissemina na hora. E daí os jornais enfrentam isso de que jeito? Não tem como! Eu tenho comentado: calhou que nessa fase de transição complicada, a mais medíocre geração de diretores de redação que eu já vi em 40 anos. Diretor de redação era um general. Era o Evandro Carlos de Andrade, era o Claudio Abramo, era o Mino, eram generais. E, de repente, num determinado momento, entra essa geração de herdeiros da Abril, lá o Roberto Civita não queria jornalista que questionasse ele, então vai mediocrizando. E como não tem competição, eles se consideram em cima da carne seca, e na hora de enfrentar a transição, não sabe para onde correr. É um momento delicado. Agora as faculdades, aquelas que se adaptarem rapidamente nessa questão de currículo, a faculdade passou a ser relevante. Antes não era. Antes era o diploma aí, mas você fala, ela passava princípios éticos. Não passava, passava politização. Todo jornalista tinha que ser um guerreiro, usar o jornalismo como... e olha só o que resultou: nisso aí. Você pega os piores caras que tem hoje na ultra direita, os mais sem escrúpulos, vieram dessa escola. É um momento interessante.

Anexo 3 – Íntegra da entrevista com o jornalista Luiz Carlos Azenha

Entrevista com Luiz Carlos Azenha, do blog “Vi o Mundo”, em 25/01/2010

Gostaria que você começasse me contando como começou seu envolvimento com o blog. O “Vi o Mundo” é o primeiro?

Sim, é o primeiro blog que eu tenho. Eu era correspondente da Globo em Nova York nos anos 90 e senti uma grande dificuldade, talvez era uma coisa pessoal mesmo, aliás, foi uma coisa pessoal, uma dificuldade para... eu acho que os jornalistas acabam sentindo isso, pra me exprimir através do meu trabalho. Eu trabalhava numa emissora que tem uma limitação de tempo muito grande, que não dizer das limitações políticas, mas também uma limitação de tempo. Eu me sentia frustrado com o resultado do meu trabalho no ar e eu morava em Nova York, aí então esse blog surgiu e eu criei o blog com essa ideia, de colocar nele o que eu não conseguia por no ar...

De que ano é?

Do início dos anos... de 1990 e... desculpe, não é nada disso... 2003. Começou mesmo em 2003, 2004.

Aqui no Brasil, os blogs estavam começando...

...estavam começando. Porque você não tinha ainda no Brasil volume de gente, de internauta que os blogs tivessem algum tipo de repercussão. Mudou rápido, né?

Me fala um pouco como era sua relação com o blog, em contrapartida ao seu trabalho, e como é que é hoje? Ele ajuda, ele é um outro lado...

Eu acho que eu aprendi muito com o blog. Eu acho que eu repensei completamente a minha profissão a partir do blog. Especialmente na questão colaborativa, quer dizer, o aprendizado que eu tive. O que que aconteceu? Eu passei a acreditar, eu passei a ver, ao fazer o blog, eu passei a ver que eu tinha leitores que eram muitos deles, aos poucos fui aprendendo que eu tinha leitores os quais sabiam muito mais do que eu sobre os assuntos que eu tratava no blog. Especialmente depois que eu passei a me dedicar mais ao blog, mais recentemente. Ele passou a crescer, passou a ter um público, então eu passei a me deparar, a ver na internet que alguns dos meus comentaristas sabiam muito mais do que eu sobre vários assuntos, sabiam mais do que eu sobre medicina, alguns sobre política, eles tinham muito mais conhecimento do que eu, então eu posso dizer para você que com certeza eu passei a me sentir muito mais, a minha postura mudou muito, porque eu passei a ter consciência de que eu tinha que, por uma questão de compromisso com a realidade, de sair do pedestal, vamos dizer assim. Porque quando você é repórter, especialmente repórter de televisão, nós temos aquela coisa na televisão, que o microfone fica na mão do repórter, você tem o controle, tem um poder muito grande na televisão. Especialmente porque você tá gravando, você tem o controle, tem o microfone, aquilo meio que se mistura com a sua postura profissional, fica meio pretensioso. Os jornalistas já são um pouco assim por natureza, por causa do poder que eles têm, real, então eu comecei a ver isso e passei a ter uma postura muito mais prudente como jornalista. Talvez também veio o amadurecimento profissional, uma série de outras coisas, mas isso foi um processo consciente. E eu comecei a ver, porque a internet abriu caminho para isso, que eu não podia mais ter que fazer julgamentos definitivos, como generalista que eu era, sobre uma série de tema

sobre os quais antes eu fazia julgamentos, ou pelo menos pretendia fazer. Então, sobre medicina, sobre engenharia, sobre advocacia, sobre vários temas, então aí que eu percebi o poder que a internet tinha e eu passei de ser o opinionista generalista eu passei a ser mais um agregador de informação e um administrador dessa informação que vinha dos meus leitores.

Como é que você administra isso, e agrega isso?

Então, inicialmente, olha isso tudo foi um aprendizado ao fazer, eu criei uma seção chamada “Você escreve” no blog em que eu passei a reproduzir textos sugeridos pelos internautas, eu passei a reproduzir textos que os internautas me mandavam por e-mail, eu passei... e passei a estimular os internautas que criassem blogs. Vários blogs que existem hoje eu estimulei muito. Eu criei um núcleo de blogs chamado Sinuca, na época, que agregava vários blogs do Brasil todo, e eu fazia questão de promover esses blogs, pra justamente estimular a blogosfera como um todo. Então tudo isso eu acho que me deu uma penetração lateral dentro da internet, então hoje, embora eu não tenha um correspondente formal em Belém do Pará, ou na Amazônia, eu tenho blogs que eu leio lá, e eu tenho para onde correr. Eu tenho no sul, o pessoal do RS Urgente, enfim vários blogs em várias partes do Brasil. E por que? Porque tudo isso como resultado dessa visão de jornalismo colaborativo. Poucos são os jornalistas entre esses blogueiros que me ajudam.

E poucos são os jornalistas que conseguem, em contrapartida, ter um blog que cria uma comunidade em torno...

Inclusive está havendo uma discussão aí a partir de uma crítica que o Carlos Eduardo, o ombudsman da Folha fez, não era bem uma crítica. Ele fazia uma avaliação dizendo: olha, os blogs nunca vão substituir os jornais, porque qual o

blog que pode mandar quatro profissionais pro Haiti devastado em ruínas? Eu acho que o Carlos Eduardo em parte tem razão, eu não acho que os blogs vão substituir os jornais, mas acho que essa avaliação que ele fez, essa análise dele trai um pouco a visão que os jornalistas tradicionais, que não têm entendimento da ferramenta têm do que é o blog. Porque ele, ao dizer isso, ele despreza completamente o caráter colaborativo da internet, que é a grande novidade dela. Porque obviamente que eu não tenho condições de deslocar quatro jornalistas para o Haiti, mas no desenvolvimento dos blogs no futuro, eu posso ter vários correspondentes no Haiti, que vão ser muito mais capacitados para falar sobre o Haiti do que quatro paulistanos de classe média que a Folha de São Paulo despenca lá por avião, entende? Então é uma falta... eu vou escrever sobre isso, o Carlos inclusive é meu amigo, mas é uma falta de entendimento dele. Você vê o papel que os estudantes de uma pequena cidade, estudantes de cinema de uma pequena cidade chamada Jacmel, porque como o Carlos não tem essa, talvez não frequente a internet tanto quanto a gente, esses meninos de Jacmel saíram filmando tudo o que aconteceu no terremoto e subiram na internet. O New York Times pegou e disseminou num blog do The New York Times e esses meninos acabaram atraindo a ONU, atraindo o exército americano, para fazer o resgate das pessoas que estavam lá. Jacmel é uma cidade pequena, distante de Porto Príncipe. Então imagina se o repórter da Folha vai parar lá. Então é uma falta de conhecimento que toda a grande mídia, vamos dizer assim, muito jornalista não tem isso. Por que? O que acontece? Para você ter entendimento disso, você precisa desenvolver, inclusive, uma outra forma, o que eu te disse inicialmente, que eu mudei meu jeito de ser como jornalista, porque eu precisei desenvolver uma outra forma de relacionamento com a notícia. Por que os grandes jornais e os grandes portais não conseguem reproduzir o ambiente dos blogs da internet? Eles fazem lá... eles têm os blogs deles, o Estadão, a Folha têm

seus blogs, tem blog do Josias, blog do Noblat, mas esses jornalistas não tem a liberdade que nós temos, de publicarem absolutamente tudo o que quiserem ali. Eles reproduzem ali os parâmetros que uma redação... e a nossa, e os blogueiros que são blogueiros mesmo, que tem esse entendimento do que é o blog não tem. As limitações de uma redação. Eles podem, como eu faço, reproduzir textos que são textos que nunca entrariam num jornal, por exemplo. Eu reproduzo textos que não entrariam num jornal que tivesse... e com a rapidez também, tem isso. A rapidez, o dinamismo. Por que? Chega um texto escrito para mim por um advogado, vamos dizer assim, é uma opinião dele. Às vezes tem alguma informação boa no texto dele. O jornal teria que ter feito todo um trabalho de conhecimento dessa fonte. Eu não. Eu o conheço pela internet, sei que essa pessoa existe, publico e conto com a colaboração de todos os leitores comentaristas do blog. Porque eles virão indicar: “olha, ele errou nesse ponto. Eu acabei de checar lá no...” Então, esse caráter evolutivo da notícia, com o passar dos minutos num blog, o conjunto, a maneira, a forma de apuração praticamente ao vivo do blog, os blogs dos grandes portais não tem, e a internet dos grandes portais não tem.

Já ouvi algumas críticas que dizem o seguinte: “Ah, o blog dos jornalistas, nesse molde, tira a responsabilidade de apurar o fato”. Isso procede?

Não, eu ajo no meu blog com a mesma responsabilidade que eu agiria como editor de um jornal, até porque o blog tem responsabilidades jurídicas. Eu não sou irresponsável no meu blog. Obviamente eu não faço apuração de notícia, embora eu tenha uma repórter que faz, e eu para escrever meus textos faço apuração, mas assim, eu não tenho a preocupação de cobrir e nesse ponto o Carlos Eduardo tem razão. O modelo de negócio no Brasil ainda não permitiu e possibilitou que os blogs no Brasil tivessem o mesmo desenvolvimento de alguns

blogs que existem nos Estados Unidos. Então vou dizer para você, Daily Post é um exemplo, Huffington Post, e outros e blogs de grupos de jornalistas que estão se formando lá, especialmente para publicar na internet, e que a capacidade de produção da notícia existe. Não é só o comentário, mas a produção da notícia existe. Então, é errado, o Carlos Eduardo tem razão nesse ponto, e as pessoas, eu digo o Carlos Eduardo porque ele expressa a opinião de um grupo de pessoas, é óbvio que não, mas agora isso não é uma coisa que não exista no nosso horizonte. É só que nós não temos o modelo de negócio agora, aliás está começando a se desenvolver nos Estados Unidos, agora, pelo o debate existe, do “pay as you go”, como se você fizesse pequenas, não gosto de falar de pedágio porque pega mal, mas se você fizesse micro-pagamentos, pelo acesso à informação, para desenvolver o modelo de negócio que permita a manutenção, sustentável. Outro ponto: no Brasil o mercado de publicidade está muito concentrado. Concentrado em cima do que? Desses grandes grupos de comunicação. E são esses grandes grupos de comunicação que não querem abrir mão do financiamento, que criticam toda e qualquer tentativa, de qualquer governo que seja, eventualmente é o governo Lula agora, mas se vier outro com a mesma ideia, de pulverizar e disseminar a publicidade oficial, porque eles querem o controle total. Então eles estão em xeque, esse modelo está em xeque. Mas o Brasil é um país em que você pega as verbas públicas estaduais, federal e municipais e elas estão muito concentradas. Cerca de 50% delas vão para as organizações Globo. Como é que pode? Num país todo, essa concentração? Quando se você tivesse uma desconcentração, você poderia fomentar e dar emprego inclusive para dezenas de milhares de jornalistas com múltiplas fontes de informação, o que é muito mais interessante para o Brasil como país e para a democracia brasileira. Então esse modelo exclusivista, voltado para um pequeno grupo de donos, ele é que está em xeque, não são os blogs que são incapazes de

produzir informação igual os jornais. Não, nós temos esse horizonte, precisamos conseguir mudar o modelo de negócio e formular um modelo de negócio. Agora, que esse é o caminho, não tenho a menor dúvida. Eu boto muito mais fé em eu desenvolver quatro correspondentes no Haiti, produzindo localmente informação local de qualidade, do que jogar quatro jornalistas brasileiros. Eu acho que o modelo é esse aí.

E por outro lado você tem o movimento inverso. Você tem os jornalistas que estão aprendendo a trabalhar com isso, mas você tem também o público que está aprendendo a trabalhar com isso...

Sim, com certeza. Você vê, por exemplo, hoje eu escrevo sobre enchentes em São Paulo. Aí vem uma pessoa lá no comentário e fala assim: “ó, fulana fez um trabalho sobre enchentes, um trabalho bacana”. Eu vou lá, procuro, pesquiso, pego o trabalho acadêmico dela e publico no blog. Meu blog tem 15 a 20 mil leitores únicos/dia, eu pego um trabalho acadêmico que estava trancado numa gaveta e boto para 20 mil pessoas, ou seja, eu dispenso o intermediário. Eu faço isso com frequência. Então é um modelo que coloca em xeque a própria profissão do jornalista, de certa forma, a profissão, a autoridade do jornalista de dizer o que pode e o que não pode, o que é e o que não é. Por isso existe uma certa reação dos próprios jornalistas a essa ideia, que não deixa de ser um pouco de perda de poder...

Mas também se abrem outras possibilidades enquanto profissional.

Sim, mas é necessário uma mudança da visão do jornalista em relação a sua própria profissão. Hoje você tem um modelo em que o jornalista se submete a um patrão, que é o dono do meio de comunicação e deriva seu poder dessa relação. A nova relação dá muito mais autonomia. Coloca muito mais em risco,

mas dá muito mais autonomia para o jornalista desenvolver o seu próprio negócio. Porque se você for olhar no passado, quem é que tinha condições de comprar uma rotativa e imprimir um jornal. Comprar tinta, comprar papel... Hoje esse modelo de negócio permite que o jornalista só com o trabalho dele desenvolva o próprio meio de comunicação. Então, é super democratizante, inclusive para os próprios profissionais do jornalismo. Mas é um modelo que acima de tudo coloca em risco uma estrutura já existente.

Como é que você administra isso? Quero dizer, você tem seu trabalho na TV, além disso o blog, coisas que ocupam bastante tempo...

E eu tenho mais outro trabalho ainda. Eu sou diretor da revista África, do programa Nova África, que vai ao ar na TV Brasil. O blog eu faço em alguns horários. Hoje eu tenho três pessoas que me ajudam a cuidar. Tem uma jornalista que me ajuda a aprovar os comentários, tem uma pessoa que me ajuda a fazer o blog, que é o Leandro Guedes, que eventualmente também pode me ajudar a aprovar os comentários, e eu desenvolvi... porque o blog não dá dinheiro ainda. Quer dizer, eu já tenho leitores para dar dinheiro, o blog, mas ainda não tive tempo na verdade de desenvolver um pacote comercial para começar, mas acho que em breve eu consigo fazer isso. O que eu fiz foi adequar o blog à minha realidade, ou seja, eu ando com um Blackberry, onde eu posso aprovar os comentários, eu ando quando estou na Record ando com o laptop com internet, então eu quase sempre, acho que quase 70% do meu tempo, eu estou conectado na internet, e nas minhas andanças às vezes até produzo para o blog, agora tem uma pessoa que faz já uma boa parte do trabalho do blog para mim, em termos de aprovação de comentário, de aprovação de ideias de outros textos e outras pessoas. Eu trabalho no blog umas 4 ou 5 horas por dia nele mesmo.

E como é que você faz para responder aos seus leitores? Porque eu vejo que muitos comentários são direcionados diretamente para você.

Eu respondo porque a Conceição Lemes, essa jornalista, ela que monitora o blog e separa as perguntas que são feitas para mim e me manda por e-mail. Então eu sei as perguntas quando são específicas para mim, eu recebo. E respondo, nem sempre, mas no blog. Nem sempre respondo, só quando eu acho que eu tenho alguma coisa a dizer. Eu não gosto muito de dirigir o blog, eu prefiro deixar que os próprios leitores levem. A minha direção no blog é no sentido de criar um ambiente que seja, que conduza uma boa qualidade de debates e comentários, e criar debate, eu acho que o essencial é criar debate. Tanto é que eu publico coisas de esquerda, de direita, publico tudo. Visões de todos os tipos, porque eu acho que o interessante da internet é o debate. Eu não quero ser, eu não tenho nenhuma pretensão de conseguir nada do ponto de vista político ou de opinião no blog, a minha visão dele é um ponto de debate sobre vários temas, e também de publicar textos suficientemente provocativos que eu não conseguiria, presumo que não fossem publicados em outros lugares.

E o blog em relação ao seu trabalho na TV? São trabalhos que convergem ou não?

Eu acho que a TV comercial, não dá para dizer que são distintos, mas a TV comercial tem um nexos, que é o da audiência, e eu já não tenho essa preocupação no blog. Então acho que são duas coisas distintas nesse aspecto. Na TV, quando eu estou fazendo o meu trabalho, pra TV, eu tenho que pensar em aspectos do meu trabalho que atendam ao interesse da TV. É uma TV comercial, que busca audiência. No blog eu já não tenho. Por exemplo todo mundo diz, “ah, texto longo, na internet, é ruim de publicar”. Eu não tenho esse problema, porque eu não preciso, eu não estou atrás de número de leitores, embora seja

bacana ver que tem resposta. Mas eu não falo, “ah, per aí, isso tá muito longo, vou cortar isso aqui pela metade”. Não, eu gosto de publicar o texto todo, porque acho que a gente combate aquela visão da internet apenas como uma coisa reduzida, eu prefiro, quando publicar os textos, publicá-los inteiros, completos.

E o que você acha do conteúdo gerado pelos seus usuários, de modo geral?

Eu acho que pode melhorar, sempre. Eu estou mudando agora, a gente vai fazer umas mudanças no blog já pensando mais no futuro mesmo. Por exemplo, eu estou integrando o blog às redes sociais. Por que? Porque eu acho que a rede social é um caminho muito importante para o jornalismo. Porque nas redes sociais você tem informação trocada entre pessoas que têm uma relação um pouco mais desenvolvida que uma relação digital fria. Eu acho que é uma relação um pouco mais completa. Se vem uma mensagem de alguém que, por exemplo, é meu amigo no Facebook, eu levo mais a sério do que se eu recebo uma informação escrita no jornal que é impessoal. Então eu acho que é o caminho para a credibilidade da notícia passa um pouco por isso, pelas ligações das redes sociais. Então eu vou me colocar a disposição dos meus leitores nas redes sociais, quem quiser entrar, porque aí nas redes sociais a gente tem uma relação mesmo, uma proximidade maior. Eu também vou, também fiz uma nova forma, desenvolvi uma nova forma de aprovar os comentários, vou reduzir o número de comentários do blog...

Você vai limitar o número de comentários possíveis em cada texto?

Não, eu vou simplesmente reduzir. Eu vou aprovar menos comentários, selecionar baseado na qualidade, e vou dar maior destaque para que esses

comentários possam ser elencados, classificados pela ordem, para que eles sejam avaliados pelos próprios comentaristas, rankeados, justamente para fazer melhorar a qualidade dos comentários, para fazer com que as pessoas pensem mais antes de deixar recado na internet e para que o comentário venha a ser a grande, eu acho que é a grande diferença do blog em relação aos jornais.

E como você vai comunicar isso ao seu leitor?

Já estou dizendo isso. Já fiz vários limites na publicação. Tem gente, por exemplo, que deixa vários comentários em diferentes assuntos, deixa comentário em matéria que não é aquele assunto, mas ele deixa porque ele quer deixar uma informação uma notícia, então eu estou organizando, vou organizar os espaços do blog de forma a valorizar melhor os comentaristas, justamente para estimular o cara quando escrever escrever alguma coisa que tenha a ver, não perder tempo, entendeu? Porque o tempo que eles perdem é o tempo de quem lê o blog também, porque você há de considerar que 90% das pessoas não deixam comentário em blog, são só leitores. E eu acho que o objetivo dessas mudanças é esse: fazer com que o blog tenha uma qualidade melhor de comentarista.

Você acha que seu público também fica mais exigente?

Eu acho que o público cansa um pouco, embora o público goste de debate, o público cansa um pouco de um traço da internet que é uma certa violência verbal que acompanha os debates na internet e uma certa, eu acho que os leitores da internet reproduzem o que os jornalistas já fizeram muitas vezes, eles são muito definitivos nos comentários deles. Então você pega um leitor que às vezes não tem nenhuma intimidade com determinado assunto, mas ele fala sobre, ele dá palpite sobre usinas nucleares, sobre medicina, política, sobre tudo. Então o que eu quero fazer, é difícil fazer isso, mas eu quero tentar fazer com que

o leitor que tem o comentário dele publicado, fale sobre as questões com propriedade ou tirar um pouco esse tom de Fla-Flu, de “eu acho que”, eu acho que isso é uma coisa cansativa, que tira um pouco a gente da internet. Eu quero eliminar isso do blog justamente por isso, eu busco um público mais qualificado, no sentido não é de renda, classe social ou quanto ganha, mas que esteja mais disposto a colaborar com o blog do que participar de um bate boca.

Como fica sua posição enquanto autor nesse contexto todo?

Eu acho que a tendência é ir desaparecendo. Eu vou me retraindo e falar de coisas que eu vivencio, opinar sobre coisas que eu, sobre jornalismo mais especificamente. Me retrair, eu sinto isso. Eu já tenho me retraído em questões das quais eu participava muito mais eu participo menos. Eu falo mais de coisas ligadas à minha profissão, jornalismo especificamente. Área na qual eu tenho experiência, sobre a qual eu posso falar com tranquilidade. E eu estou me retraindo um pouco, sim. Eu sinto isso.

Anexo 4 – Íntegra da entrevista com o editor da Wikinews Vander Marcovecchio

Entrevista por mensageiro instantâneo com Vander Marcovecchio, em 08/01/2010. Username no projeto Wiki: Sir Lestaty de Lioncourt.

Queria que vc começasse me contando um pouco sobre você. Quem é, o que faz, idade...

Bem, tenho 22 anos, trabalho com programação de sistemas, construção de sites e qualquer coisa relacionada a área de informática.

Qual é sua formação?

Me formei em tradução (sim coisa louca rs) mas como sempre gostei de informática acabei partindo pra outros cursos relacionados a área.

Uma pergunta meio off topic: de onde vem seu nick na Wikipédia?

Sempre gostei de vampiros, filmes de terror, e me principalmente de coisas "sobrenaturais" e quando me registrei na verdade meu primeiro nick foi "Avalon", mas depois acabei pedindo pra ter a conta renomeada pra meu nick atual Sir Lestaty de Lioncourt pois em outros projetos já havia um outro Avalon. O Avalon veio do filme *As Brumas de Avalon* e o Lestaty veio do filme *Entrevista com um vampiro*, ele é o personagem interpretado pelo Tom Cruise.

Vc se formou em tradução, é de Ribeirão Preto (me corrija se estiver errada), trabalha com internet e um dia se envolveu com o projeto wiki.

Como e quando isso começou?

Sim correto, bem devido as pesquisas que sempre fazia pra construção de sites e coisas que as vezes me interessavam como biografias de pessoas sempre acabava sendo direcionada pra Wikipédia, o que me fez acabar vendo um erro num artigo... Acabei criando a conta pra corrigir, ai como dizem entrei no vício. A comunidade na época era um pouco mais receptiva que hoje, e acabei me dedicando ao projeto e estou até hoje a data exata do meu registro foi em 7/12/2007. Talvez por ser menor, a comunidade tinha menos "complexidades" do que hoje...

Vc começou com a Wikipédia, imagino. Quando teve contato com a Wikinotícias?

Sim, com a wikipédia, e sempre fui muito curioso. Foi olhando o que havia ocorrido com um usuário (ele havia abandonado a wikipédia) que eu acabei caindo na wikinotícias. Gostei do ambiente e acabei ficando rs.

Vc atua no wikinotícias desde quando? Hoje, quais são suas atribuições e como se deu essa evolução (considerando o wikinotícias)?

Nela minha conta foi criada em 23/12/2007 mas comecei mesmo a contribuir efetivamente em janeiro... Hoje sou administrador e burocrata da wikinews, o mesmo usuário que lhe falei que fui verificar o pq ele abandonou o a Wikipédia naquela época era um administrador lá, entretanto ele tinha certas tendências autoritárias. O que acabou fazendo ele bloquear uma pessoa por um ano sem motivos aparentes. Após isso ele perdeu a administração e com a falta de pessoas acabaram meio que me empurrando pra ela rs e aceitei de muito bom gosto, é

um projeto que praticamente me fez crescer como editor mais ainda que a wikipédia.

Vc me diz que o ambiente te atraiu. O que te atrai exatamente na wikinews?

comparando com a pedia, por exemplo...

Primeiro a paz rs, a Wikipédia tem um ambiente muito hostil seja para novatos ou veteranos. A wikinews não, lá mesmo com situações complicadas as coisas se resolvem de modo tranquilo. E também pelo fato que coisas como trolls são imediatamente suprimidos, o que na wikipédia acaba demorando a acontecer e desgasta o projeto.

Concordo... mas e em relação ao tipo de conteúdo produzido? Quero dizer, enquanto na wmedia o conteúdo é mais estático, na wnews vcs trabalham com informação de atualidade. O que exige muito mais comprometimento, talvez...

Sim verdade, e isso se torna até muito mais fácil do que a própria wikipédia, uma vez que a wikipédia lida com um conteúdo que muitas vezes acaba sendo difícil achar fontes, enquanto na wikinews as informações surgem de maneira muito rápida gerando assim uma habilidade maior para se desenvolver a notícia

Me conta como é sua rotina na wnews... vc cria conteúdos novos ou acaba só editando coisas que já estão lá?

bem vou ser sincero haha faz algum tempo que não ando criando notícias, quem anda a fazer mais isso são outros usuários. Ando tendo muito pouco tempo, mas o tempo que tenho acabo fazendo ações administrativas apenas, ou como as que

fiz recentemente em que iniciei a migração do projeto para ele entrar em acordo com o acordo ortográfico.

Sim, imagino que as atividades administrativas de um projeto como esse ocupem muito tempo... Vc dedica um tempo diário para a wnews, ou é mais esporádico?

Eu sou um dos poucos usuários que não fica fixo em uma única wiki, sou o que as pessoas chama de usuários globais, acabo correndo por todos os projetos todo dia... Mas em geral sempre me dedico um pouco mais nos que tenho responsabilidade admin como a news lá sempre reservo algumas horas pra ver o que precisa fazer, ou planejar e afins

Vc é um dos responsáveis pelo fechamento da home da wnews, não é? Quero dizer, escolher o que vai para destaque...

Não somente eu, na verdade diferente da pedia qualquer usuário pode fazer isso mas em geral admins o fazem.

Pessoalmente, que critérios vc usa para escolher o que vai para a home?

Sempre procuro ver se a notícia tem impacto que possa interessar não só pessoas do brasil, mas sim de todos os outros países que falam português. Em geral a notícia de um assalto em um bairro do Rio de Janeiro por exemplo não seria tão interessante pra uma pessoa de Cabo Verde

Então poderíamos dizer: amplitude do interesse e atualidade da notícia?

Exato.

E que critérios vc usa para analisar um texto? quero dizer, em relação à credibilidade das fontes, acuracidade dos dados.... Quero dizer: como manter a confiabilidade de um projeto como a wnews?

Primeiro verificamos se ela consta em muitos meios de comunicação, e em geral alguns usuários tem suas preferências pra escolher as fontes, uma das mais utilizadas hoje é a da agência brasil que assim como a news possui a mesma licença e tem uma variedade muito grande de temas. A confiabilidade se dá primeiro pelo usuário que posta a notícia e segundo pq temos um sistema instalado que se uma pessoa "confiável" aprovar a notícia ela não aparece pras pessoas que estão visualizando a news

Hummm, não entendi essa segunda parte... por exemplo: se eu crio uma notícia, ela só é vista se vc (que é confiável) aprova?

Exato, se eu não aprovar ela fica pendente como rascunho.

Entendi... é comum os usuários inserirem informações colhidas "de próprio punho"? quero dizer, a partir de uma ação de reportagem própria ou só a partir da compilação de fontes jornalísticas existentes e confiáveis?

Embora seja mais comum isso na wikinews em inglês, na nossa também ocorre isso, e principalmente quando se trata de notícias da própria wikimedia.

E nesse caso? a credibilidade é dada por meio da confiança num usuário já conhecido da comunidade?

Sim, como disse nesses casos nos valemos pela confiança que o usuário alcança dentro da comunidade, não que com isso nós estamos dizendo que não confiamos em novatos, apenas sabemos que em geral o pessoal que edita a mais

tempo tem habilidades maiores e em alguns casos a própria fundação wikimedia confia nessas pessoas.

Claro... teoricamente um novato precisa provar que está no projeto para contribuir efetivamente... no caso de informação própria, isso parece na lista de fontes que vcs costumam colocar no final dos textos (eu, pessoalmente, não lembro de ter visto algo assim)?

Nesses casos colocamos uma tag informando que aquela notícia tem como fonte um dos wikijornalistas, e isso é o que tb nos difere da Wikipédia, na Wikipédia jamais poderia colocar eu como uma fonte fiável.

Então, ao fim e ao cabo, a credibilidade é dada pelo autor, certo? Mesmo num ambiente de criação colaborativa, a marca do autor (ou seja, quem é o responsável pela informação) tem um peso considerável. Ou não?

Sim, em geral quem realmente acaba sendo a grande fonte é o autor, pois ele no momento que coloca uma notícia no ar já decidiu que aquilo é algo importante e que tem credibilidade não só pra ele mas para ser visto por outras pessoas, independente de fontes ou qualquer outra coisa...