



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS

A SEGUNDA GERAÇÃO DO JORNALISMO COLABORATIVO:  
Quando as bases de dados se tornam dispositivos para a produção  
colaborativa de conteúdo

YURI ALMEIDA

Salvador - Bahia

2014

YURI ALMEIDA

A SEGUNDA GERAÇÃO DO JORNALISMO COLABORATIVO:  
Quando as bases de dados se tornam dispositivos para a produção  
colaborativa de conteúdo

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em  
Comunicação e Cultura Contemporâneas, da Faculdade  
de Comunicação, da Universidade Federal da Bahia,  
como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Suzana de Oliveira Barbosa

Salvador - Bahia

2014

À minha família

## AGRADECIMENTOS

Ainda que este trabalho tenha uma assinatura individual é preciso reconhecer que ele é um fruto coletivo. Por um lado, o apoio e incentivo da família foram fundamentais para continuar a jornada. De outro, o ensinamento e a boa convivência no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA) foram essenciais para o enriquecimento intelectual, humano e o amadurecimento da pesquisa.

À *Samantha, Patrícia, Iris* e a minha mãe, pelo amor, carinho e dedicação meu muito obrigado, afinal vocês criaram condições para que um sonho se tornasse possível.

À Prof. Dr<sup>a</sup> Suzana Barbosa pela generosidade, estímulo, paciência e pelos ensinamentos. Sou grato pela competência na condução da pesquisa e lições grandiosas para vida.

Aos colegas do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL) pela acolhida e pelos debates enriquecedores. Meu agradecimento especial ao Prof. Dr. *Marcos Palacios* pelas contribuições relevantes, estímulo e dedicação ao compartilhamento de conhecimento.

Ao CNPq pela oportunidade e apoio para a dedicação ao mestrado.

## RESUMO

Esta dissertação visa ponderar a questão relativa à reconfiguração do jornalismo colaborativo a partir de associações com base de dados. Ao identificar e compreender os usos, reconfigurações e funções das bases de dados no Jornalismo Colaborativo, propõe-se uma nova fase para a produção colaborativa de conteúdo. Após a análise de aplicativos gerados por cidadãos, após a abertura de bases de dados governamentais na América Latina e das experiências desenvolvidas por organizações jornalísticas, são apresentadas funcionalidades e categorias, que configuram as bases de dados como dispositivos para a colaboração.

**PALAVRA-CHAVE:** jornalismo colaborativo, bases de dados, dispositivo, colaboração

## ABSTRACT

This dissertation has the objective to talk about the journalism collaborative reconfiguration, based on databases associations. Identifying and understanding databases uses, reconfigurations and functions, it suggests a new phase to collaborative content production. After citizens generated applications analysis, Latin American governments databases openness and journalistic organizations developed experiences, categories and functionalities are presented that assign to databases as collaboration apparatus.

**KEY WORD:** collaborative journalism, data base, aparato, collaboration

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Seção <i>Get Involved</i> busca potencializar a colaboração no <i>ProPublica</i> . (Nov. 2013)	102
<b>Figura 2</b> - <i>The Guardian</i> utiliza própria base de dados para elaborar novos produtos. (Nov. 2013)	103
<b>Figura 3</b> - Reprodução do <i>La Nación</i> dos documentos compartilhados com os leitores. (Nov. 2013)	105
<b>Figura 4</b> - Leitores podem fazer o download usado pela equipe de reportagem. (Nov. 2013)	106
<b>Figura 5</b> - Site do <i>ICIJ</i> , responsável pela investigação em rede. (Nov. 2013)	108
<b>Figura 6</b> - Base de dados do <i>IRE</i> .(Nov. 2013)	109
<b>Figura 7</b> - <i>Moendo Gente</i> traçou um mapa dos frigoríficos no país. (Nov. 2013)	110
<b>Figura 8</b> - Qedu consiste em uma base de dados útil para pesquisas temas educacionais. (Nov. 2013)	111
<b>Figura 9</b> - Dados do Brasil de acordo com a pesquisa. Nov. 2013	113
<b>Figura 10</b> - Disposição geográfica dos países que contam com sites de dados abertos. Fonte: <i>Data.gov</i> . (Nov.2013)	114
<b>Figura 11</b> - Portal de dados abertos do Chile. (Nov. 2013)	115
<b>Figura 12</b> - Gasto público reúne diversos recursos multimídia. (Nov 2013)	116
<b>Figura 13</b> - Portal de dados abertos do Chile. (Nov. 2013)	118
<b>Figura 14</b> - Visualização com tecnologia do treemaps é destaque nos aplicativos colombianos. (Nov. 2013)	119

<b>Figura 15</b> - Portal de dados abertos da Argentina. (Nov. 2013)	120
<b>Figura 16</b> - Aplicação resgata a memória da ditadura militar no país (Nov. 2013)	122
<b>Figura 17</b> - Portal de dados abertos da Costa Rica (Nov. 2013)	124
<b>Figura 18</b> - Portal de dados abertos de El Salvador. (Nov. 2013)	126
<b>Figura 19</b> - Portal de dados abertos do Uruguai. (Nov. 2013)	127
<b>Figura 20</b> - Visualização dinâmica é destaque em aplicativos (Nov. 2013)	128
<b>Figura 21</b> - Portal de dados abertos do México. (Nov. 2013)	130
<b>Figura 22</b> - Portal de dados abertos do Brasil. (Nov. 2013)	131
<b>Figura 23</b> - Linha do tempo foi recurso adotado por app (Nov. 2013)	132
<b>Figura 24</b> - Retrato da violência foi o vencedor da disputa (Nov. 2013)	134
<b>Figura 25</b> - Nova visualização foi criada para o portal de dados Mineiro (Nov. 2013)	135
<b>Figura 26</b> - Objetivo do app é potencializar o controle social (Nov. 2013)	136
<b>Figura 27</b> - <i>Monitora</i> (Nov. 2013)	137
<b>Figura 28</b> - Prefeitura do Recife desenvolveu concurso para criação de aplicativos (Nov. 2013)	138
<b>Figura 29</b> - Mapeamento da atuação da máfia, uma das reportagens elaborada por membros do <i>OCCRP</i> . (Nov. 2013)	139
<b>Figura 30</b> - <i>Poderopedia</i> auxilia na fiscalização da política no Chile. Nov. 2013	142
<b>Figura 31</b> - Reportagem disponibilizou todos os dados utilizados pela equipe. (Nov. 2013)	142
<b>Figura 32</b> - <i>BBC</i> aposta na abertura dos dados utilizados na composição da matéria. (Nov. 2013)	143
<b>Figura 33</b> - Mapa permite visualizar novos sentidos para a cidade. (Nov. 2013)	145

**Figura 34** - Aplicativo da *VEJA* utiliza base de dados gerada por usuários. (Nov. 2013)

146

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Novo ecossistema midiático	61
Quadro 2: News diamond e suas escalas	62
Quadro 3 (HARTLEY, 2005, p. 30 apud BENDASSOLI <i>et al</i> , 2009, p. 15)	71

## SUMÁRIO

<b>DEDICATÓRIA</b>	<b>3</b>
<b>AGRADECIMENTOS</b>	<b>4</b>
<b>RESUMO</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>6</b>
<b>LISTA DE FIGURAS</b>	<b>7</b>
<b>LISTA DE QUADROS</b>	<b>9</b>
<b>SUMÁRIO</b>	<b>10</b>
<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
II - Objetivos e hipóteses	19
III – Metodologia	20
IV - Estrutura da dissertação	20
<b>1 – QUANDO OS LEITORES ESCREVEM AS HISTÓRIAS</b>	<b>21</b>
<b>1.1 A internet e a potencialização das práticas colaborativas de produção de conteúdo</b>	<b>21</b>
<b>1.2 - Que jornalismo é esse?</b>	<b>22</b>
<b>1.2.1 - Jornalismo Cívico e Jornalismo Público</b>	<b>25</b>
<b>1.2.2 - Jornalismo Comunitário</b>	<b>26</b>
<b>1.2.3 - Jornalismo Cidadão</b>	<b>26</b>
<b>1.2.4 - Jornalismo Open Source</b>	<b>27</b>

1.2.5 - Jornalismo Fonte Aberta	27
1.2.6 - Jornalismo Participativo	28
1.2.7 - Autoria Colaborativa	29
1.2.7 - Jornalismo Colaborativo em redes digitais	29
1.2.8 - Comunicação Colaborativa	30
1.2.9- Webjornalismo Participativo	30
1.2.10 - Jornalismo Colaborativo	30
<b>1.3 – Das mídias de massa para a massa de mídias</b>	<b>32</b>
<b>1.4 Culto do amador e o mito da colaboração</b>	<b>39</b>
<b>1.5 - Zonas de filtragem e o jornalismo colaborativo</b>	<b>45</b>
<b>1.6 - O cidadão como produtor de conteúdo</b>	<b>51</b>
<b>1.7 - Convergência e polivalência jornalística</b>	<b>54</b>
<b>2. O QUE É JORNALISMO COLABORATIVO?</b>	<b>63</b>
<b>2. 1 Jornalismo Colaborativo: conceito, especificidades e níveis</b>	<b>64</b>
<b>2.2 - Jornalismo colaborativo como atividade do setor criativo</b>	<b>68</b>
<b>2.3 - Novos sentidos e funções para a notícia</b>	<b>74</b>
<b>2.4 - <i>Gatekeeping, gatwatching</i> e cartografia da informação</b>	<b>78</b>
<b>3. BASES DE DADOS COMO DISPOSITIVO PARA O JORNALISMO COLABORATIVO</b>	<b>83</b>
<b>3. 1 A construção colaborativa da memória</b>	<b>87</b>
<b>3.2 As possibilidades do jornalismo a partir das bases de dados</b>	<b>91</b>
<b>3.3 Liberação das API's e a segunda fase do jornalismo colaborativo</b>	<b>92</b>
<b>3.4. Funcionalidades e características do Jornalismo Colaborativo a partir das Bases de Dados</b>	<b>121</b>
<b>3.5 Hackeamento como estratégia de inovação das organizações</b>	

<b>jornalísticas</b>	<b>143</b>
<b>3.6 O que o jornalismo pode aprender com os hackers</b>	<b>150</b>
<b>CONCLUSÕES</b>	<b>154</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>156</b>
<b>APÊNDICES</b>	<b>160</b>

A história da humanidade é marcada por três grandes revoluções no que tange a comunicação. A primeira tem início no século V a.C, com o surgimento da escrita. Vinte séculos depois, a invenção dos tipos móveis e a imprensa de Gutenberg representará a segunda revolução. Já na Revolução Industrial, entre os séculos XIX e XX, a sociedade assistiu a terceira revolução com a cultura de massa e os meios de comunicação eletrônicos.

Marcondes Filho (2000) diz que após a criação das rotativas e dos processos massivos de produção dos jornais, a revolução tecnológica afetou o jornalismo de forma significativa.

O processo digital, de tempo real, de comunicações on-line estabelece novos parâmetros sociais. Tudo muda. O jornalismo, bem como os valores de progresso, evolução, e razão, foram emanações de outra época histórica, foram epifenômenos da revolução industrial e da revolução social burguesa nos séculos 18 e 19. Não seria coerente que num momento de introdução revolucionária de técnicas de inscrição, armazenamento e reaproveitamento de informações - como é a informática - sobrevivessem derivações de outras épocas históricas (MARCONDES FILHO, 2000, p. 37)

Di Felice (2008) argumenta que a humanidade passa por mais um processo revolucionário na comunicação, resultante das tecnologias digitais. “Além da expansão do elemento comunicativo, que passará a permitir o alcance das informações a um público ilimitado e a transmissão em tempo real de uma quantidade infinita de mensagens, é o próprio processo e o próprio significado do ato de comunicar a serem radicalmente transformados” (p. 22 e 23)

Contudo, é necessário retomar os postulados de Wolton (2000), quando propõe que o entendimento da comunicação em cada época não pode ser reduzido apenas as performances tecnológicas, mas sim a compreensão entre as três lógicas que compõem o estatuto da comunicação: a técnica, a cultura e o social.

Se as técnicas são claramente o que há de mais espetacular, o essencial não está nisso, nem nas performances sempre sedutoras, mas na compreensão dos laços, em maior ou menor grau, contraditórios entre sistema técnico, modelo cultural e projeto de organização da comunicação. São, sempre, estes três elementos que possibilitam compreender o estatuto da comunicação de uma época (p. 15)

O pesquisador francês argumenta que a comunicação não é um mero acontecimento técnico e, portanto, a internet não deve ser vista como uma verdadeira revolução capaz de produzir uma nova sociedade, tendo em vista o desenvolvimento das tecnologias digitais.

A técnica não é o suficiente para mudar a comunicação na sociedade, e é por esta razão que numerosas “revoluções das tecnologias de comunicação” não tiveram o impacto esperado, simplesmente porque não estavam em sintonia com nenhum movimento mais geral relativo à evolução do modelo cultural de comunicação (p.34).

De acordo com Wolton (2000), se uma tecnologia desempenha um papel essencial em determinado momento histórico é porque traduz/cataliza mudanças que ocorrem na sociedade. “As novas tecnologias são, como uma figura de emancipação individual, “uma nova fronteira”. Não é somente a abundância, a liberdade e ausência de controle que seduzem, como também essa ideia de uma autopromoção possível, de uma escola sem mestre, nem controle” (WOLTON, 2010, p. 87)

O que diferencia a internet dos outros meios de comunicação é justamente a sua arquitetura, pois há mudanças nos mecanismos e processos de difusão e circulação. Atualmente, na internet, o produto se tornou o processo (JARVIS, 2010) e essa lógica irá resultar na abertura dos processos produtivos das redações jornalísticas para incorporar a colaboração dos seus usuários.

O que a revolução tecnológica introduz em nossa sociedade não é tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas, mas, sim, um novo modo de relação entre os processos simbólicos - que constituem o cultural - e as formas de produção e distribuição dos bens e serviços: um novo modo de produzir, confusamente associado a um novo modo de comunicar (BARBERO, 2006, p. 54)

Outro aspecto que potencializou a prática colaborativa diz respeito à emergência das dinâmicas ativistas na década de 90, do século XX, que fizeram resgatar o sentido originário *peer to peer*<sup>1</sup> da internet “dando a ela um novo uso, ao promover diversas inovações que vão do Napster ao Pirate Bay, dos blogs aos mashups, dos sistemas de troca de arquivo às mídias sociais colaborativas, do jornalismo cidadão neozapatista à tuitagem iraniana” (ANTOUN E MALINI, 2010, p. 2)

Tapscott e Williams (2006) vão propor que esse modelo de produção baseado em pares, que eles conceituam como *wikinomics* está estruturado em quatro ideias: abertura, *peering*<sup>2</sup>, compartilhamento e ação global.

A abertura diz respeito às atitudes das empresas em tornar suas fronteiras permeáveis às ideias externas, resultando ainda assim em uma otimização dos próprios processos produtivos. “Ao contrário de ser algo a se temer, a transparência é uma poderosa e nova força para o sucesso das empresas” (TAPSCOTT e WILLIAMS, 2006, p. 34).

O *peering*, na avaliação dos autores, é mais eficiente na produção de bens de informação - software, mídia, cultura, pois a partir da auto-organização as tarefas de gestão hierárquicas são melhor efetuadas. O exemplo deste modelo é a comunidade de desenvolvedores do software livre, Linux.

---

<sup>1</sup> *Peer to peer*, traduzido do inglês como ponto-a-ponto, diz respeito a arquitetura de computadores interligados, ora funcionando como cliente, ora como servidor. Tal estrutura permite o compartilhamento e troca de informações sem a necessidade da centralização das redes.

<sup>2</sup> O conceito do *peering* diz respeito a contribuição voluntária de cada parte para a construção de determinado conteúdo de forma aberta. Na ausência de uma palavra em português que traduza e mantenha o sentido original optou-se em manter o conceito no inglês.

Ao comentar sobre a importância do compartilhamento para o modelo *wikinomics*, Tapscott e Williams (2006) apontam que a propriedade intelectual, muitas vezes, enfraquece a capacidade de criação de valor, o que sinaliza a necessidade em se repensar as licenças e a forma de permitir o uso e apropriação dos produtos pelos usuários. Por isso, em 1988, quando Richard Stallman, fundador da Free Software Foundation e do Projeto GNU, lançou a licença GPL tornou-se mais fácil ou seguro o desenvolvimento de produção colaborativa, principalmente de software livre.

Por fim, a ação global tornou-se possível após o desenvolvimento das tecnologias digitais, que permite integrar os melhores componentes e profissionais independente do local. “Uma empresa verdadeiramente global não tem fronteiras físicas ou regionais. Ela constrói ecossistemas planetários para projetar abastecer, montar e distribuir produtos em uma base global” (p. 42).

Botsman e Rogers (2011) comentam que as práticas colaborativas, no cerne do consumo colaborativo, estão reinventando não apenas o que consumimos, mas como consumimos. A internet é a ferramenta para conectar, combinar, formar grupos ou encontrar indivíduos para desenvolver relações baseadas na produção em pares.

De maneiras simples, as pessoas estão compartilhando novamente com sua comunidade - seja ela um escritório, um bairro, um edifício de apartamento, uma escola ou uma rede no Facebook. Mas o compartilhamento e a colaboração estão acontecendo de maneiras, e em uma escala, que nunca tinha sido possível anteriormente, criando uma cultura e economia em que *o que é meu é seu* (BOTSMAN, ROGERS, 2011, p. XIV)

De acordo com os autores, os sistemas de consumo colaborativo são divididos em: sistemas de serviços de produtos, mercados de redistribuição e os estilos de vida colaborativos, cujos princípios são a massa crítica, capacidade ociosa, crença no bem comum e confiança entre estranhos. “A experiência das redes colaborativas é um exemplo das formas contemporâneas de apropriação das novas tecnologias para o estabelecimento de outros tipos de mediações sócio-culturais” (BECKER, TEIXEIRA, 2009, p.6) A crise econômica foi o grande vetor de crescimento do consumo colaborativo, pois tornou as pessoas mais abertas a desenvolver novas moedas e procedimentos para aquisição, troca e venda de produtos e serviços, sem falar na massa

crítica e novos movimentos de organização social estrutura em novos modelos econômicos.

Lemos (2009) defende que é impossível compreender os novos instrumentos de comunicação, após a internet e as novas tecnologias de informação e comunicação, a partir do viés dos meios de massa, mas sim, pensá-los em duas funções: função de massa - mídia de informação; e função pós-massiva: mídias de comunicação, diálogo e conversação. De acordo com Lemos (2009), a reconfiguração e ampliação do sistema comunicacional - saindo de um fluxo *um-todos* para *todos-todos*, a popularização dos microcomputadores, a liberação do polo da emissão e a conexão planetária, resultam em uma nova esfera conversacional pós-massiva, onde a conversação ocorre na própria produção e processos de trocas informativas, seja por indivíduos ou coletivos.

A nova esfera conversacional se caracteriza por instrumentos de comunicação que desempenham funções pós-massivas (liberação do polo emissor, conexão mundial, distribuição livre e produção de conteúdo sem ter que pedir concessão ao Estado), de ordem mais comunicacional do que informacional (mais próxima do “mundo da vida” do que do “sistema”), alicerçada na troca livre de informação, na produção e distribuição de conteúdos diversos, instituindo uma conversação que, mesmo sendo planetária, reforça dimensões locais. As tecnologias da comunicação e da interação digitais, e as redes que lhe dão vida e suporte, provocam e potencializaram a conversação e reconduzem a comunicação para uma dinâmica na qual indivíduos e instituições podem agir de forma descentralizada, colaborativa e participativa (LEMOS, 2009, p. 3)

Ainda que a possibilidade dos leitores participarem de alguma forma da elaboração das notícias date do próprio surgimento da imprensa, será com as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, a internet, a popularização dos dispositivos (computadores, *smartphones*, câmeras fotográficas), o desenvolvimento de das interfaces com melhor navegabilidade e também de algoritmos e o acesso à banda larga, que a colaboração será potencializada no jornalismo.

A migração do jornalismo para o ambiente digital foi marcada por desafios e oportunidades. Dentre eles, destaque para a interatividade e, conseqüentemente, a relação com os leitores, uma vez que as próprias características da internet apontam para um espaço marcado pela conversação e colaboração em sua gênese produtiva. Com as

mídias sociais, o papel do jornalista e o próprio jornalismo sofre uma reconfiguração considerável, sendo a mediação e a circulação da notícia um dos aspectos mais analisados pelos pesquisadores do campo da comunicação.

Em 2007, quando iniciamos as pesquisas sobre o jornalismo colaborativo, que resultou em uma monografia no curso de especialização em Jornalismo Contemporâneo (Unijorge), as experiências desenvolvidas tanto pelo *mainstream* midiático como pelos grupos de mídia alternativa, encontravam-se em seu ápice, assim como a pesquisa sobre a temática, que ocupava espaço importante nos estudos em comunicação. Ainda que a natureza dos trabalhos possa ser incluída, resumidamente, em uma classificação - tomada de empréstimo de Umberto Eco (1964) - Apocalípticos e Integrados, as reflexões foram essenciais por um lado para identificar quais os modelos e formas que os jornais e jornalistas podem desenvolver para uma co-criação com seu público, e por outro, nos estudos acadêmicos para a compreensão do fenômeno e suas nuances.

Uma dessas nuances se tornou mais evidente após o contato com a tese da professora Dr<sup>a</sup> Suzana Barbosa sobre o Jornalismo Digital em Base de Dados (2007). Um dos pontos que mais chamou atenção foi a compreensão do papel que as bases de dados desempenhavam no jornalismo, capazes, inclusive de conferir ao jornalismo digital um novo status e uma nova geração. Ora, se as bases de dados representam um novo paradigma, com funcionalidades e rupturas no jornalismo (Barbosa, 2007), quais seriam as implicações do uso das bases de dados no jornalismo colaborativo? Quais seriam os usos e funções que as BD's desempenhariam na produção colaborativa de conteúdo? Como os usuários se apropriam da abertura dos dados pelos jornais e como os próprios jornalistas se relacionam com esse novo processo nas redações foram os problemas centrais que se buscou entender.

As respostas iniciais para essas questões foram apresentadas durante o X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011 (Intercom), realizado em Recife e no 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2012, Curitiba. O argumento que propomos é de que as bases de dados irão resultar em uma segunda geração para o jornalismo colaborativo, tendo em vista que, agora, não são apenas os canais de emissão que são abertos, mas sim, o próprio conjunto de dados dos jornais

para a apropriação e remix das comunidades, sejam organizadas em hacktons ou por meio das API's. Tal processo promove uma reconfiguração nas formas e mecanismos de colaboração entre o público e as organizações jornalísticas.

A compreensão desta temática é salutar e relevante para o campo da comunicação, pois dá continuidade a duas questões importantes para o jornalismo na contemporaneidade: a colaboração e as bases de dados, temas que ainda encontram-se em desenvolvimento no mundo. Outro aspecto que torna o estudo das práticas colaborativas de produção de conteúdo e as interseções com as bases de dados relevantes, principalmente no Brasil, é a recente aprovação da Lei de Acesso à Informação, que torna direito do cidadão o acesso aos dados sobre ações e gastos públicos. Um dos pontos da Lei prevê a transparência ativa, onde conjuntos de dados e informações devem ser disponibilizados nos sites institucionais dos órgãos públicos, desse modo um dos desafios do jornalismo será traduzir grandes quantidades de bites, tabelas e números em narrativas objetivas, claras e dinâmicas. Neste processo, a colaboração dos cidadãos emerge como condição essencial, seja na mineração dos dados, produção de novos produtos e compartilhamento das informações.

## **II - Objetivos e hipóteses**

Este trabalho teve como objetivo compreender a relação das bases de dados no jornalismo colaborativo. Desse modo, investigar como as práticas colaborativas foram potencializadas após a abertura de conjuntos de dados, seja de órgãos públicos ou de organizações jornalísticas, consiste o objetivo central. Em paralelo, foram estabelecidos quatro objetivos específicos, a saber:

1. Delimitar um conceito operacional de jornalismo colaborativo e seus níveis;
2. Indicar a emergência de uma nova geração para o jornalismo colaborativo.

3. Avaliar o processo de abertura e o hackeamento e, conseqüente, as narrativas jornalísticas produzidas a partir dos modelos colaborativos de produção de conteúdo a partir de base de dados;

4. Identificar a estruturação e aplicação do jornalismo colaborativo associado às estratégias ligadas à base de dados.

Além dos objetivos estabelecidos, a hipótese principal elaborada tem como argumento central que a abertura das bases de dados pelos jornais potencializaria a prática colaborativa de produção de conteúdo.

### **III - Metodologia**

O corpus empírico é constituído por produtos criados por produtores de conteúdo a partir de bases de dados dos jornais e de órgãos públicos que ganharam notoriedade em maratonas hackers, comunidade de desenvolvedores ou destaque no campo midiático. Por se tratar de um processo em sua fase de exploração, optou-se por um corpus mais amplo considerando a sua originalidade e representatividade dos produtos. Assim, os casos selecionados são utilizados para ilustrar e propor argumentos, efetuar comparações e identificar as apropriações feitas pelos produtores, por isso foi considerado mais importante utilizar os dados empíricos como fontes para refutar ou comprovar a hipótese proposta do que realizar uma descrição minuciosa da amostra selecionada.

A observação dos produtos foi realizada mediante ficha de análise *ad hoc* (Apêndice x) para identificar o uso das bases de dados na produção colaborativa de conteúdo. Vale destacar que os produtos foram o cerne de análise. Evidente que a análise do perfil dos autores, as rotinas produtivas e uma observação participante, certamente, iriam revelar outros aspectos não abordados no presente trabalho.

### **IV - Estrutura da dissertação**

O presente trabalho está dividido em três capítulos, além da introdução e das conclusões. No primeiro capítulo é destacado o processo de potencialização das práticas colaborativas de produção de conteúdo, a partir da internet e das Novas Tecnologias de

Informação e Comunicação. Ainda neste capítulo são revisadas as terminologias do Jornalismo Colaborativo e as modificações no campo do jornalismo.

No capítulo 2 é definido o conceito de Jornalismo Colaborativo, as especificidades e os níveis, bem como define-se o Jornalismo Colaborativo como uma atividade do setor criativo e as novas funções para a notícia em ambientes colaborativos.

Por fim, no último capítulo é abordada as bases de dados como dispositivo para o jornalismo colaborativo, com destaque para a liberação das API's e as bases de dados, bem como as ações de hackeamento como estratégia de inovação.

## **1 – Quando os leitores escrevem as histórias**

### **1.1 A internet e a potencialização das práticas colaborativas de produção de conteúdo**

Ainda que as práticas colaborativas de produção de conteúdo remontem a própria origem da imprensa (Shaw,1959) o campo do jornalismo se dedicou a compreender o fenômeno, com maior ênfase a partir da década de 90, período que coincide com a expansão da internet comercial, popularização das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) e ampliação das conexões banda larga.

Apesar do primeiro registro histórico de práticas colaborativas de elaboração de notícias datar do século XVII, quando o jornal norte-americano *Publick Occurrences Both Forreign and Domestic* passou a incluir quatro páginas em branco em sua edição com o intuito de permitir aos leitores escrever e compartilhar as suas próprias informações, a internet vai proporcionar experiências inovadoras para a produção colaborativa de conteúdo noticioso.

Pensando em uma linha histórica, é preciso destacar a criação do site especializado em tecnologia, o Slashdot<sup>3</sup>, em 1997, com o slogan *News for nerds, stuff that matters*<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> [< http://slashdot.org/>](http://slashdot.org/). Acesso em: 22/10/2013

Criado por Rob Malda, o Slashdot, permite a publicação de conteúdo por qualquer usuário, estabelece uma sistema de validação das notícias e ranqueamento dos participantes, bem como o livre debate entre os seus membros sobre temas que dizem respeito aos leitores. Dois anos depois, em Seattle, durante os protestos contra a reunião da Organização Mundial de Comércio (OMC), é lançado o site Indymedia<sup>5</sup>, formado por uma rede de ativistas, jornalistas, militantes políticos, artistas, entre outros, visando uma cobertura alternativa sobre as temáticas discutidas pela cúpula da OMC. Sob o slogan “Odeia a mídia? Torne-se a mídia”, o Indymedia tornou-se uma plataforma de coberturas mais politizadas e ideológicas.

Vale ressaltar que, até a década de 90, a produção colaborativa estava restrita aos blogs - ferramentas e plataforma de comunicação digital que permitiram que qualquer pessoa sem grandes conhecimentos e domínios de linguagem de programação criasse seu próprio diário na internet. Por isso, os blogs figuram na linha histórica dos estudos do jornalismo colaborativo como os primeiros ambientes/tecnologias para livre expressão do público na Web. Destaca-se, ainda, a criação do Geocities, em 1995, comprado pelo Yahoo! em 1999, que permitia a hospedagem gratuita de sites na Web e a iniciativa da revista Wired News, quando apostou nas possibilidades de colaboração no dia 26 de agosto de 1999 abrindo espaço para a participação dos seus leitores.

Até 2001, as experiências de jornalismo colaborativo estavam restritas a nichos e comunidades específicas. Após o ataque terrorista às Torres Gêmeas, em Nova York (2001), a Tsunami na costa do oceano Índico (2004), os atentados de Londres e o Furacão Katrina, nos Estados Unidos (2005), a participação dos cidadãos-repórteres<sup>6</sup> tornou-se necessária para os meios de comunicação de massa, principalmente em uma perspectiva de complementação do noticiário, ou seja, aproveitar o conteúdo publicado

---

<sup>4</sup> “Notícias para nerds, coisas que importam, em tradução livre”. Todas as traduções realizadas no presente trabalho foram realizadas pelo próprio autor.

<sup>5</sup> < <http://www.midia independente.org>> Acesso em: 22/10/2013

<sup>6</sup> Neste trabalho, o termo cidadão-repórter refere-se aos colaboradores na produção de conteúdo, portanto não está associado à profissionalização dos colaboradores ou significa dizer que estes integram o campo jornalístico. Por cidadão-repórter entendemos os atores sociais que reportam informação sobre acontecimentos locais e globais. Cidadão-repórter diz respeito a uma prática: reportar informações.

pelos leitores para preencher as lacunas onde os jornalistas profissionais não poderiam estar e estratégia de inovação das empresas jornalísticas. Nota-se que o início das práticas desenvolvidas pelos meios de comunicação de massa, é marcado por relatos testemunhais, comentários em notícias e conteúdo audiovisual dos cidadãos sobre fatos inusitados e tragédias (Gillmor, 2005).

A análise sobre as primeiras experiências desenvolvidas pelos *mass media* no que tange a colaboração do público pode ser descrita em quatro ações básicas: a) blog do leitor; b) abrir a notícia para comentários; c) usar as mídias sociais como fonte; d) solicitar a participação dos leitores.

Como referiram Bowman e Willis (2003), o jornalismo participativo brinda as empresas jornalísticas com o potencial de desenvolver uma relação mais leal e confiável com suas audiências: “Una conversación honesta y una colaboración apasionada puede imprimir respeto y confianza a la relación entre ambas partes<sup>7</sup>” (p. 57).

A partir da revisão da literatura<sup>8</sup> que realizamos sobre a temática, nos anais dos principais congressos brasileiros e de artigos sobre o jornalismo colaborativo, armazenados na Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, foi possível identificar três categorias na abordagem do jornalismo colaborativo, tendo em vista a: a) historicização ou previsão; b) tipos de uso e práticas sociais; e c) análise dos dados.

As pesquisas que têm como categoria a historicização ou previsão se concentram em pontuar o que o jornalismo colaborativo deveria ser ou será, em vez de analisar o que ele é ou como é produzido.

---

<sup>7</sup> “Uma conversa honesta e uma colaboração apaixonada podem imprimir respeito e confiança na relação entre ambas as partes.”

<sup>8</sup> Foram analisados 187 artigos nos anais dos principais encontros e congressos de comunicação no Brasil, cujas palavras-chaves estavam relacionadas à temática desta dissertação: 15 trabalhos da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber), 41 da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), 67 da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), 32 da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Além disso, consultamos 32 artigos contidos na base da Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC), da Universidade da Beira Interior, Portugal.

Já na categoria tipos de uso e práticas sociais, os estudos focam a apropriação tecnológica nas práticas de produção colaborativa de conteúdo, bem como tal atividade reconfigura o campo jornalístico.

Por fim, na categoria de análise de dados, os estudos dedicam-se a analisar o que é produzido e/ou os perfis dos colaboradores. São comuns as pesquisas a partir dos critérios de noticiabilidade ou análise de conteúdo, sobretudo centradas nas técnicas quantitativas.

Essa diversidade na abordagem teórica e empírica do fenômeno se reflete também nas definições para a produção colaborativa de conteúdo, bem como em uma variedade terminológica. Jornalismo Participativo, Jornalismo Colaborativo, Jornalismo *Open source*, Jornalismo Cidadão, Webjornalismo Colaborativo, Jornalismo Amador, Comunicação Colaborativa, Pro-Am, Jornalismo de Fonte Aberta, Jornalismo Cívico, Jornalismo Público foram os termos encontrados na revisão bibliográfica realizada para esta dissertação. Nas páginas que se seguem será apresentado cada um dos conceitos e as respectivas terminologias, para que possamos, na sequência, expor o conceito operacional que será utilizado no presente trabalho.

## **1.2 Que jornalismo é esse?**

Mesmo com diversas nomenclaturas, é possível perceber mais aproximações do que distanciamentos entre os conceitos propostos pelos pesquisadores da temática. Ponto comum entre as diversas abordagens diz respeito ao perfil dos leitores, que assumem uma postura mais ativa nas narrativas jornalísticas. Esse novo leitor relaciona-se ao conceito do *prosumer*, proposto por Toffler (1980), que preconiza que o leitor também produz conteúdo.

Outro consenso é a modificação do papel do mediador no processo informativo ou a sua nova configuração em um ambiente conversacional e a relação simbiótica entre jornalista e o seu público. Bolter e Grusin (2000) focaliza o ser-hipermediado como indivíduo, como um colecionar de conteúdo, a respeito de seus *hobbies* e o remixa de

forma amadora. De acordo com os autores, o ser hiper-mediado é configurado pelo eu, pois estabelece as redes de conexões; e também pelos eus – presente nas redes online ou offline. “O ser-hipermediado está constantemente construindo e quebrando conexões, declarando alianças e interesses e depois renunciando a eles” (*Ibidem*, p. 232).

Nessa relação, os jornalistas desempenham um papel mais de *gatewatchers*<sup>9</sup> (Bruns, 2003) do que de *gatekeepers*<sup>10</sup> filtrando o conteúdo disponível na rede. Por fim, os estudos sustentam que o jornalismo colaborativo é um desvio, ou seja, variações ou modulações que não podem ser inteiramente previstas nem concebidas com antecedência.

Foschini e Taddei (2006, p. 19) sistematizaram uma lista classificatória, com diferenças entre os termos, porém enfatizam que todos os nomes traduzem o mesmo fenômeno, a saber:

- Jornalismo Participativo: ocorre, “por exemplo, nas matérias publicadas por veículos de comunicação que incluem comentários dos leitores. Os comentários somam-se aos artigos, formando um conjunto novo”;
- Jornalismo Colaborativo: é “usado quando mais de uma pessoa contribuiu para o resultado final do que é publicado”;
- Jornalismo Código Aberto: define “um estilo de jornalismo feito em sites wiki, que permite a qualquer internauta alterar o conteúdo de uma página”;
- Jornalismo *Grassroots*: refere-se à “participação na produção e publicação de conteúdo na web das camadas periféricas, aquelas que geralmente não participam das decisões da sociedade”.

---

<sup>9</sup> De acordo com Bruns (2003), o *gatewatchers* teria mais o papel de filtrar o conteúdo em um determinado contexto, do que decidir o que deve ou não ser publicado.

<sup>10</sup> Segundo Lewin (1943), *gatekeeping* é a prática da edição jornalística que definirá o que será ou não noticiado. Está relacionada a uma rotina produtiva.

A seguir, destaca-se cada uma das terminologias e adiciona-se as demais identificadas no levantamento realizado:

**1.2.1 Jornalismo Cívico e Jornalismo Público** - Abreu (2003) defende que as origens do *public* e do *civic journalism* tiveram seu início nos Estados Unidos, tendo cada uma das variantes características e objetivos específicos.

O primeiro foi uma resposta à perda de leitores da imprensa escrita na concorrência com os canais de televisão, e também uma maneira de impedir o controle, cada vez maior, das máquinas partidárias sobre o debate político na mídia. Esse novo jornalismo pretendia impor uma nova agenda de opinião e se tornar o intérprete dos cidadãos quanto à hierarquia dos problemas e à escolha das soluções pela comunidade. O *civic journalism* nasceu na década de 1970 por iniciativa de um industrial de petróleo, que decidiu financiar projetos de jornalismo tendentes a enaltecer os valores democráticos. Desenvolveu-se a partir dessa experiência, orientado para mobilizar, dar a palavra aos cidadãos comuns e aos responsáveis por associações e comunidades. Baseado na afirmação dos procedimentos democráticos, esse movimento, considerava o confronto de opiniões o motor das escolhas e da deliberação na comunidade e apresentava o jornalista como o animador dessa atividade. Esse movimento representava a democracia participativa, direta, que servia de referência nesse tipo de jornalismo. (ABREU, 2003, p.6)

Em Abreu (2003), a atividade jornalística precisa estar a serviço da comunidade na luta por seus direitos, seja emprego, habitação, educação, saúde, segurança, entre outros. Contudo, o conceito descreve mais uma linha editorial a ser seguida do que um processo produtivo, que contempla os leitores na elaboração ativa dos produtos.

**1.2.2 Jornalismo Comunitário** - Melo (2005) diz que o jornalismo comunitário precisa de amparo na comunidade e tem por finalidade “dar visibilidade a grupos sociais sem espaço na mídia. Foi uma tentativa de dar voz àqueles que de acordo com a estrutura social vigente não teriam participação nos meios de comunicação estruturados. A comunicação pensada pelo e para o grupo seria uma ferramenta de conscientização política” (p. 2);

**1.2.3 Jornalismo Cidadão** - Bowman e Willis (2003, p.9) conceituam o jornalismo cidadão como “um ato de um cidadão ou grupo de cidadãos que desempenham um papel ativo no processo de coletar, reportar, analisar e disseminar

informação. A intenção dessa participação é fornecer a informação independente, confiável, exata, ampla e relevante que a democracia requer”.

Correia (2008) opta pelo uso do termo jornalismo do cidadão e diz que tal prática só foi “possível com o surgimento da Internet e principalmente com as alterações que, como já explicamos, tornou possível a utilização de capacidades antes desconhecidas ou não existentes” (*Ibidem*, 2008, p. 13). Ainda que o argumento de Correia aponte para o jornalismo do cidadão como resultado do determinismo tecnológico, o autor vai criticar as diversas terminologias para conceituar a prática colaborativa de produção de conteúdo. Segundo ele, “todas as denominações coincidem na base de que o cidadão, que pode ser ou não profissional de jornalismo, desempenha a função de transmitir e difundir informação.” (*Ibidem*, 2008, p. 13).

Malini (2008, p. 14) utiliza o termo jornalista cidadão e o define como “usuário registrado, que participa da construção do ambiente, através de *upload* de notícias e comentários próprios”. Já Dourado (2010) não diferencia os termos, mas prefere utilizar o jornalismo cidadão e o define como: “aquele em que as audiências atuam ativamente na produção das notícias, propondo que qualquer pessoa possa produzir e publicar matérias, tendo papel ativo na recolha, análise, escrita e divulgação de informações – funções antes restritas aos meios de comunicação” (*Ibidem*, 2010, p. 5).

**1.2.4 Jornalismo Open Source** - Brambilla (2006) utiliza o termo Jornalismo Open Source e o conceitua como “aquele que conta com a participação ativa do internauta em interação mútua com o conteúdo noticioso” (p. 16). De acordo com a autora, o termo Jornalismo Open Source remonta a 1999, quando Andrew Leonard o cunhou como referência a um episódio no site Slashdot. Quem também argumenta que a tecnologia foi a grande responsável pelo *Open Source Journalism* é Brier (2004), principalmente pela ubiquidade das informações na rede de computadores.

Lara (2009) utiliza *Open Source Journalism* e fonte aberta como sinônimos e pontua que tal prática é um novo passo na evolução do jornalismo digital. “O *open source journalism* abre um imenso leque de possibilidades para o antes denominado leitor,

colocando-o agora em posição de construtor da notícia e ainda dando-lhe oportunidade de adicionar, comentar ou alterar informações já publicadas” (LARA, 2009, p. 26).

**1.2.5 Jornalismo Fonte Aberta** - Holanda (2007) acentua diferenças entre o Jornalismo Participativo ou Cidadão para o Jornalismo Fonte Aberta (tradução de Holanda para o *Open Souce Journalism*), cuja essência é a busca por aprimorar a qualidade do produto pelos próprios colaboradores de cada projeto, em suas interações e realimentação dos sistemas. Assim, o Jornalismo de Fonte de Aberta teria como processo produtivo o aprimoramento interativo, semelhante ao desenvolvimento das comunidades de software livre, o que denota uma estética inacabada ou em constante transformação.

Jornalismo de fonte aberta é aquele que depende da participação do público tanto para a produção do conteúdo a ser publicado, quanto para a sua validação através do escrutínio e da correção efetuados pelos leitores. A notícia não vale por ter sido publicada, mas sim por resistir ou incorporar as críticas do público a que se destina (HOLANDA, 2007, p. 8).

Para Holanda (2007), abrir o código fonte significa aprimorar a qualidade de um determinado produto. Outro aspecto destacado é a importância da filtragem coletiva em processos colaborativos, uma vez que os filtros delimitam o objeto e figuram como um elemento diferencial para o jornalismo participativo, por exemplo.

A metodologia [Open Source] caracteriza-se pela valorização do trabalho colaborativo, voluntário, e não mercantil, o sistema de reputação com base nas colaborações realizadas pelos participantes, a distribuição gratuita do código fonte, o questionamento da autoria intelectual e a abertura dos sistemas às modificações provocadas pela interação com os seus usuários (HOLANDA, 2007, p. 6)

O autor pontua ainda que o processo de abertura do código fonte, inicialmente foi relacionado ao uso de fontes especialistas (como Slashdot) e, em um segundo momento, possibilitou o livre uso e alterações para o público (Wikipedia, por exemplo).

**1.2.6 Jornalismo Participativo** - Fonseca e Lindemann (2007) conceituam Jornalismo Participativo como “uma prática em que qualquer cidadão pode se tornar repórter, redigindo matéria e/ou enviando fotografias, áudios ou vídeos que são veiculadas em sites abrigados na rede mundial de computadores.” (FONSECA E LINDEMANN, 2007, p. 1). Já Madureira e Saad (2009) argumentam que o Jornalismo Participativo é “o princípio que todo cidadão é um jornalista em potencial e pode contribuir para a construção de uma notícia” (MADUREIRA; SAAD, 2009, p. 2). Os autores discutem ainda a diferença entre *participatory journalism* (Jornalismo Participativo) e *citizen journalism* (Jornalismo Cidadão). O primeiro estaria mais próximo ao processo de *gatewatching* e o segundo implica a participação do público em determinados assuntos.

**1.2.7 Autoria Colaborativa** - Martins (2009, 2010) fala em processos autorais colaborativos, que “não é mais referida necessariamente a um indivíduo em particular, mas a uma multidão”, assim a figura do autor “é substituída por uma atuação coletiva distribuída em rede, que mistura diversas competências e níveis de contribuição” (MARTINS, 2009, p. 1). Para ela (2010) a dinâmica autoral em rede criaria uma nova ordem do texto e, conseqüentemente, uma nova ordem do discurso: “(...) o que Foucault chama de ordem do discurso é algo que não se reduz a uma mera interdição do discurso, mas diz respeito à sua organização e circulação social, em uma lógica muito mais complexa” (MARTINS, 2010, p. 11 e 12). Ainda de acordo com a autora, os processos autorais nos meios digitais são marcados por ações colaborativas e distribuição da autoridade.

O lugar anteriormente ocupado pelo especialista ou pelo gênio criador, cuja assinatura era já sinônimo de valor, é apropriado por uma multidão de atores sociais distribuídos em rede que criam coletivamente os mais diferentes tipos de publicações como jornais, blogs e enciclopédias (*Ibidem*, 2010, p. 7)

A partir da concepção foucaultiana, Martins (2009) pontua que o autor é aquele que faz o discurso convergir, lhe dá unidade e coerência, desempenhando assim um papel vital na circulação dos discursos na sociedade.

### 1.2.8 Jornalismo Colaborativo em redes digitais - Belochio (2009, 2010, 2011)

defende que o termo participativo é limitado para abordar a prática colaborativa de notícias e vai propor o conceito de jornalismo colaborativo em redes digitais, que é uma “modalidade que integra um processo mais amplo, utilizando desde bases de dados até equipamentos móveis conectados ao ciberespaço” (BELOCHIO, 2009, p. 12).

O jornalismo colaborativo em redes digitais é uma modalidade comunicativa que possui peculiaridades marcadas pelo seu formato e pela complexidade das trocas que possibilita entre jornalistas e amadores. A colaboração é efetivamente um dos aspectos que diferenciam os seus sistemas no ciberespaço. Igualmente, outra característica que o distingue é a produção ubíqua, que ocorre a partir da ampla utilização dos computadores coletivos móveis (LEMOS, 2005) em ambientes de conexão sem fio (BELOCHIO, 2009, p. 13).

A proposta de Belochio (2009) é a de que o movimento Pro-Am designa de forma mais contundente o processo colaborativo, isso porque “trocas entre jornalistas e amadores, ultrapassam as perspectivas de um processo de participação comum” (p. 2) e “o Pro-Am significa a execução de tarefas que antes eram restritas a pessoas reconhecidamente capacitadas, com o apoio do público leigo disposto a se engajar” (*Ibidem*, p. 3).

Assim, a pesquisadora defende que o movimento Pro-Am, conceito sistematizado por Anderson (2006), entendido como a parceria entre profissionais e amadores na construção de uma atividade/produto específica, que complexifica a relação entre jornalistas e amadores, em ambientes digitais. “A manifestação do público amador na rede é considerada fator de valorização dos produtos, dos processos e das dinâmicas estabelecidas na ambiência digital, tendo potencial para alterar significativamente as práticas estabelecidas nas mídias antigas” (BELOCHIO, 2011, p. 2).

### 1.2.9 Comunicação Colaborativa - Beltrão (2008) usa o conceito de Comunicação

Colaborativa “para denominar práticas da internet, nas quais os usuários participam ativamente na produção de conteúdo” (BELTRÃO, 2008, p 1);

### 1.2.10 Webjornalismo Participativo - Primo e Träsel (2006) definem o

Webjornalismo Participativo como “práticas desenvolvidas em seções ou na

totalidade de um periódico noticioso na web, onde a fronteira entre produção e leitura não pode ser claramente demarcada ou não existe” (*Ibidem*, p. 10);

**1.2.11 Jornalismo Colaborativo** - Sbarai (2009), após uma rápida revisão das nomenclaturas, vai defender o termo Jornalismo Colaborativo, por compreender que este está mais próximo para descrever os processos participativos em ambientes virtuais, pois “o Jornalismo Colaborativo, caracterizado pela produção da informação realizada por cidadãos, por meio de textos, fotos e vídeos, distribuídos pela rede, sob uma plataforma centralizada informativa e dependente de seus princípios estabelecidos e descritos”. (SBARAI, 2009, p. 7)

Sbarai continua a defesa:

Jornalismo Grassroots designa, por exemplo, um público específico: as camadas periféricas. Jornalismo Participativo não abrange todo o processo de colaboração e tem um princípio apenas de auxiliar; participar pressupõe compartilhar, ter parte em ou dividir algo que foi produzido e idealizado por apenas uma pessoa. Jornalismo Cidadão, por sua vez, não sintetiza a prática virtual pessoal. É uma nomenclatura complexa e sem precisão. Por último, o Jornalismo Open Source parte de uma premissa de alteração contínua de conteúdo, técnica visível em sites wiki (*Ibidem*, p. 7)

No campo de pesquisa de fanzines, *fan fictions*, *fan films*, identifica-se ainda o termo de “cultura participatória”, que é “uma subcultura na qual fãs de produtos culturais se apropriam de conceitos e personagens sem preocupação com direitos autorais ou restrições legais, na intenção de criar novos produtos derivados” (LUIZ, 2009, p. 1).

Oliveira (2011, p. 6) diz que Jornalismo Colaborativo pode ser definido como a “prática de, intencionalmente, contribuir a um meio de comunicação com algum fato que pode se tornar pauta jornalística. Mais diretamente, pensemos na ideia de enviar o que é potencialmente uma notícia, ou seja, um fato do cotidiano”. Briggs (2007), por sua vez, sustenta que o fundamental no debate acerca da colaboração no jornalismo é focar nas transformações essenciais e conceituais que esse novo cenário provoca.

Um enfoque da criação e distribuição de conteúdos na Web caracterizada pela comunicação aberta, controle descentralizado, liberdade para compartilhar e recombinar conteúdos, bem como o desenvolvimento da idéia de “mercado como uma conversa” (muitos para muitos). No modelo 1.0, um editor (seja um site de notícias ou um site pessoal no Geocities) colocava o conteúdo num site da Web para que muitos outros lessem, mas a comunicação terminava aí. O modelo 2.0 não apenas permite que “muitos outros” comentem e colaborem com o conteúdo publicado, como também permite que os usuários coloquem, eles mesmos, material original (BRIGGS, 2007, p. 28).

Träsel (2006) filia-se ao argumento de que a colaboração significa melhoria nos produtos informativos, enquanto Brambilla (2005) ressalta que no modelo *open source* as falhas podem ser detectadas e modificadas de forma mais célere. A abertura de canais de publicação para virtualmente qualquer um no ciberespaço não implica na publicação de notícias sem qualquer controle sobre a precisão dos fatos relatados. (TRÄSEL, 2006, p. 2). Para o autor (2006), esse monitoramento realizado por diversos leitores pode, inclusive, contribuir para que as informações sejam mais exatas, além de possibilitar, a partir dos comentários e correções, ampliar a variedade interpretativa sobre um determinado assunto.

### **1.3 – Das mídias de massa para a massa de mídias**

*“We Media: how audiences are shaping the future of news and information”*, escrito por Bowman e Willis (2003) é a obra mais referenciada nos estudos sobre a participação dos usuários na produção de notícias. Foi neste livro que figurou de forma mais estruturada o conceito de Jornalismo Participativo, a partir da análise das práticas desenvolvidas, sobretudo nos Estados Unidos.

O conceito de Jornalismo Participativo foi cunhado para que se pudesse diferenciá-lo, na época, da terminologia jornalismo cívico. Se o Jornalismo Cívico era comumente associado ao estímulo da participação dos leitores em grandes temas – como crimes e política – seja com enquetes ou controlando as opiniões dos usuários, no Jornalismo Participativo “no existe organización central noticiosa que controle el intercambio de información. La conversación es el mecanismo que transforma los roles tradicionales

del periodismo y crea una ética dinámica e igualitaria de dar y recibir<sup>11</sup>”. (BOWMAN e WILLIS, 2003, p. 9)

Os autores pontuam que o Jornalismo Participativo ocorre no fluxo de baixo para cima, com pouco ou quase nenhum controle de editores e os temas abordados dizem respeito ao cotidiano dos leitores. Nesse novo ecossistema, a comunidade teria como função tanto ampliar/debater as reportagens dos jornais tradicionais como elaborar novas matérias e, quiçá, tornar-se fonte para os meios de comunicação. Assim, a grande diferença entre o Jornalismo Participativo e o jornalismo tradicional estaria na estrutura e na organização.

Chirky (2003) argumenta que a grande diferença entre os modelos poderia ser descrito da seguinte forma: no modelo *broadcast* a ordem é: filtrar para publicar; agora o lema é: publicar para filtrar.

Los medios tradicionales son creados por entidades jerárquicas, construidas para el comercio. Su modelo de negocios y organización se concentra en la emisión y en la publicidad enfocada. Valoran el riguroso flujo de trabajo editorial, la rentabilidad y la integridad. El periodismo participativo es creado por comunidades en red que valoran la conversación, la colaboración y el igualitarismo por encima de la rentabilidad<sup>12</sup>. (BOWMAN e WILLIS, 2003, p. 13)

Bowman e Willis (2003), na tentativa de construir uma “linha do tempo” do Jornalismo Participativo destacam acontecimentos que potencializaram a participação dos usuários na elaboração de conteúdo noticioso, como o ataque às Torres Gêmeas, em Nova York, no dia 11 de setembro de 2001; o desastre do ônibus espacial Columbia (2003) ou a Guerra do Iraque (2003), quando os jornais passaram a solicitar da sua

---

<sup>11</sup> “não existe organização central jornalística que controle o intercâmbio de informação. A conversação é o mecanismo que transforma as regras tradicionais do jornalismo e cria uma ética dinâmica e igualitária de dar e receber.”

<sup>12</sup> “Os meios tradicionais são criados por entidades hierarquizadas, construídas para o comércio. Seu modelo de negócio e organização se concentra na emissão e publicidade direcionada. Valorizam o rigoroso fluxo do trabalho editorial, a rentabilidade e a integridade. O jornalismo participativo é criado por comunidades em rede que valorizam a conversação, a colaboração e a igualdade no lugar da rentabilidade”.

audiência relatos testemunhais, fotos, vídeos ou qualquer informação que pudesse auxiliar a compor as narrativas jornalísticas.

A comienzos de los años 90, los periódicos experimentaron con la idea del periodismo cívico, que buscó la participación de los lectores y las comunidades en la forma de sesiones de grupo ('focus groups', en inglés), encuestas y reacción a las historias noticiosas diarias. La mayoría de estos primeros proyectos se centraron en la cobertura electoral. Más tarde, los periódicos buscaron involucrar a las comunidades en deliberaciones de enorme importancia sobre temas públicos, tales como la raza, el desarrollo y el crimen<sup>13</sup> (BOWMAN, WILLIS, 2003, p. 9).

Dados do Pew Center for Civic Journalism<sup>14</sup> revelaram que, entre 1994 e 2001, quase 20% dos jornais diários nos Estados Unidos demandaram algum tipo de auxílio dos leitores para contar as histórias. Os dados, segundo avaliam Bowman e Willis (2003), ratificam as previsões feitas por John Seely Brown em seu livro *The Elements of Journalism* (2001), no qual apontava que a Web, classificada como um ambiente aberto à participação de todos, reconfiguraria o papel do jornalismo, que passaria a atuar mais como um mediador e a audiência seria um híbrido de produtor e consumidor, um *prosumer*<sup>15</sup>.

La participación ha sido un componente fundamental de Internet desde sus inicios. Los grupos de discusión ('newsgroups'), listas de correo y tableros de mensajes ('bulletin boards') fueron los predecesores de los foros, los weblogs y las comunidades colaborativas que florecen hoy. Estas primeras formas todavía prosperan, como un testamento de la necesidad de estar conectados a nuestras redes sociales. El periodismo participativo florece en los medios sociales –la comunicación interpersonal que se desarrolla mediante el correo electrónico, el 'chat', los tableros de mensajes, foros– y en los medios colaborativos –formas híbridas de noticias, discusiones y comunidad<sup>16</sup> (BOWMAN, WILLIS, 2003, p. 22).

<sup>13</sup> “No começo dos anos 90, os jornais experimentaram a ideia do jornalismo cívico, que buscou a participação dos leitores e das comunidades em sessões de grupos focais, enquetes e comentários sobre as histórias do cotidiano. A maioria desses projetos se concentrou na cobertura eleitoral. Mais tarde, os jornais buscaram envolver as comunidades em deliberações de grande importância sobre temas públicos, como raça, desenvolvimento e crime.”

<sup>14</sup> Disponível em <http://www.pewcenter.org/>. Acesso em: 22/10/2013

<sup>15</sup> Toffler (1980) já falava da figura do *prosumer*, com o sentido de que o leitor também produz conteúdo.

<sup>16</sup> “A participação tem sido um componente fundamental da Internet desde o início. Os grupos de discussão, lista de e-mails e os painéis de mensagens foram predecesores dos fóruns, weblogs e as comunidades colaborativas que florescem hoje. Porém, as primeiras não prosperaram como prova da necessidade de estarmos conectados a nossas redes sociais. O jornalismo participativo floresce em mídias

O jornalismo, em sua história, sempre precisou fazer frente às mudanças tecnológicas e sociais, pois cada transformação implica também uma reestruturação do fazer jornalístico e, principalmente, das notícias. Ramonet (2012) destaca que, na Web, a informação é publicada em estado bruto suscetível a constantes modificações, o que a torna *work in progress*, um processo de conversação contínuo, em contraponto a um produto finalizado. “Na nova sociedade em rede, cada cidadão torna-se um “jornalista” em potencial. Na frente de sua tela (de computador, de telefone ou de palmtop), o internauta que domina os recursos da Web 2.0 não se julga inferior ao jornalista profissional. Ele disputa com ele seu *status* privilegiado”. (RAMONET, 2012, p. 22)

Ramonet (2012) defende que o ecossistema da comunicação passa por uma mudança estruturante, saindo de um cenário de mídias de massa para um ambiente de massa de mídias. Segundo ele, as mídias de massa não são mais o centro do sistema comunicacional e nem a informação é exclusividade dela. Agora, a partir de uma estrutura rizomática, a massa de mídia consegue se aglutinar e criar grandes estruturas midiáticas para produção e circulação de conteúdo.

Nós saímos de um sistema mídia-cêntrico e entramos num sistema eu-cêntrico, em que cada internauta possui o poder de comunicar sons, textos, imagens, de trocar informações, de redistribuí-las, de misturá-las a diversos documentos, de realizar suas próprias fotos ou vídeos e de colocá-los na rede, onde massas de pessoas vão vê-las e, por sua vez, participar, discutir, contribuir, fazer circular. O desenvolvimento das redes sociais renova, assim, o projeto de uma democratização da informação (RAMONET, 2012, p. 28).

Rodrigues (2008), por sua vez, pontua que a possibilidade de qualquer pessoa publicar conteúdos na internet desafia a especificidade do jornalismo enquanto profissão, pois “não pode ser reduzida aos meios tecnológicos utilizados ou ao público a quem se dirige” (RODRIGUES, 2008, p.1).

A entrada em cena da internet veio quebrar esse monopólio da narração. Através de suas interfaces qualquer usuário podia tornar atualizável qualquer informação, liberando sua comunicação. O investimento comunicacional dos movimentos sociais e coletivos passava a responder pelo alcance ou frequência de uma informação qualquer, conectando entre si diferentes interfaces e promovendo sua disseminação (ANTOUN, MALINI, 2010, p. 7).

Dib, Aguiar e Barreto (2010) destacam que a revolução digital tem impactos não só nas rotinas produtivas, mas também indicam uma necessidade da revisão da formação profissional, pois o novo mercado demanda novas características e saberes, sobretudo do jornalista. Essa adequação é fundamental tendo em vista que o jornalismo é um campo de mediação de opiniões na esfera pública e um lugar de produção de conhecimentos.

Transformações nas estruturas produtivas do capitalismo contemporâneo repercutem de maneira contundente nas estruturas organizacionais do mundo do trabalho e sobre a formação dos futuros profissionais. Na área de comunicação, principalmente no jornalismo, as tecnologias digitais modificam as estruturas produtivas e os fundamentos da formação profissional (DIB, AGUIAR, BARRETO, 2010, p.1).

Ao analisar os formatos iniciais do Jornalismo Participativo, Bowman e Willis (2003) identificaram os seguintes modelos:

- Grupos de discussão;
- Chamadas para colaboração da audiência na produção de conteúdo;
- Avaliação/ranqueamento das notícias;
- Weblogs;
- Melhoria na usabilidade dos CMS<sup>17</sup> e crescimento das ferramentas de código aberto;
- Uso do P2P<sup>18</sup> para potencializar a comunicação interpessoal e distribuir conteúdos;
- XML<sup>19</sup> como mecanismo de distribuição e agregação de conteúdo.

---

<sup>17</sup> Sistema de Gerenciamento de Conteúdo, do inglês Content Management System (CMS), permite gerenciar publicações em uma determinada plataforma.

<sup>18</sup> Peer-to-peer

<sup>19</sup> eXtensible Markup Language (XML), linguagem que permite que publicações possam ser lidas por software e possibilitar a integração com outras linguagens.

Já sobre as possibilidades da audiência participar, os autores destacam o comentário, filtrar e editar, verificar dados/informação, complementar uma reportagem, produzir conteúdo original, enviar áudio e vídeo e, em alguns casos, comentar/avaliar a qualidade dos produtos e editar, revisar ou complementar as reportagens, em uma espécie de escrita colaborativa.

Bowman e Willis (2003) levantam seis pontos para compreender as motivações que levam os indivíduos a participarem dos processos construtivos das notícias, a saber:

- 1- Acumular capital social, ganhar status e reputação em uma comunidade;
- 2- Criar conexões com outras pessoas que tenham interesses semelhantes, seja online ou fora da Web;
- 3- Entender e aprender a dar sentido às coisas, diante de um fluxo massivo de informação;
- 4- Informar e ser informado;
- 5- Entreter e ser entretido;
- 6- Criar, ato que envolve autorealização

Bordenave (1994, p. 16) lembra que as bases de processos participativos estão ligadas aos laços entre os atores, aos níveis de conexões entre os indivíduos. O autor propõe pensar as motivações a partir de uma “base afetiva – participamos por que sentimos prazer em fazer coisas com outros e uma base instrumental – participamos por que fazer coisas com outros é mais eficaz e eficiente que fazê-las sozinhos”.

Outro texto que merece destaque para a compreensão do emergente Jornalismo Colaborativo, no início do século XXI, é o artigo “*Coase’s penguin, or Linux and the nature of the firm*”, escrito por Benkler (2002) que analisou o *commons-based peer production* (produção por pares, em tradução livre), quando uma comunidade específica trabalha de forma aberta e voluntária na produção e compartilhamento de um produto/conteúdo.

Bankler (2002) argumenta que este modelo segue três características: 1- Divisão do trabalho em escalas e módulo diferentes; 2- Independência entre cada etapa produtiva

por módulo; e 3- Facilidade na integração nesta produção. Ainda que o artigo tivesse como objeto as comunidades de software livre, os postulados do autor são úteis para compreender as experiências como o Slashdot<sup>20</sup> e o Indymedia<sup>21</sup>, por exemplo e, conseqüentemente a sua relação com as novas formas emergentes de produção e circulação de informação.

Se por um lado a internet e as novas tecnologias de informação e comunicação modificaram a estrutura produtiva das empresas, no jornalismo terão impacto relevante na forma de produzir e distribuir as notícias.

Ao revisitar os postulados de Otto Groth – que definiu a periodicidade, atualidade, universalidade e acessibilidade como características do jornalismo –, Casasús (2001, 2005) defendeu que o que caracteriza o jornalismo na internet é a sua continuidade, integralidade, interatividade e transtemporalidade.

Assim, cada uma das características de Otto Groth torna-se uma nova: periodicidade torna-se continuidade; atualidade torna-se integralidade; universalidade torna-se transtemporalidade e acessibilidade torna-se interatividade.

A continuidade, segundo Casasús (2001), é o valor dominante do jornalismo digital. A integralidade estaria relacionada à ideia de multimídia, ou seja, a integração de vários formatos dentro de uma única mensagem. Já a transtemporalidade será uma característica definidora das notícias digitais, uma vez que agora é acumulativa, sucessiva e sequencial. A interatividade não carece de mais detalhamento. Prestinari (1994) comenta que a comunicação é sempre interativa, devido à reciprocidade no processo comunicacional. Quanto maior a interatividade, mais eficaz é a comunicação.

Para Manovich (2001), a nova mídia não deve ser compreendida através em uma lógica de transposição de uma forma cultural existente, ou no sentido da metáfora – projetar um novo modelo remetendo-o a modelos anteriores. Pelo contrário, deve operar no

---

<sup>20</sup> [www.slashdot.org](http://www.slashdot.org)

<sup>21</sup> [www.indymedia.org](http://www.indymedia.org)

sentido de migração ou de deslocamento, como forma de ampliação dos atuais modelos narrativos.

A Web é um suporte para a produção de informação, as rotinas produtivas, a seleção de notícia, a apuração dos fatos, edição e escrita ganham novas configurações. Canavilhas (2001) apresenta quatro fatores estruturantes da diferença entre jornalismo tradicional e jornalismo digital: distribuição (o acesso), personalização (o papel ativo do utilizador), periodicidade (fim da lógica de “uma edição, um produto”) e informação útil (prática e objetiva). Estes elementos se inserem na reconfiguração que a internet faz do espaço mediático.

Palacios (1999) sistematiza seis características do webjornalismo<sup>22</sup>

- a) Multimídia/Convergência: responsável pela convergência dos formatos midiáticos, sejam em áudio, texto e som e a sua incorporação às narrativas jornalísticas, e a convergência é fruto dos avanços tecnológicos que possibilitam distribuir e circular informações em novos formatos;
- b) Interatividade: possui a característica de interagir e estimular a participação do usuário no conteúdo;
- c) Hipertextualidade: permite incluir novos elementos, através dos links, nas matérias do webjornalismo;
- d) Customização: opção que os produtos jornalísticos oferecem aos seus usuários para configurar as notícias de acordo com as suas necessidades e interesses;
- e) Memória: por possuir um espaço ilimitado, os sites otimizam o arquivamento e armazenamento de conteúdos que podem ser utilizados como bancos de dados ou material de pesquisa;

---

<sup>22</sup> Formato de jornalismo desenvolvido na Web

f) Instantaneidade: proporciona atualizações dos conteúdos em tempo real.

#### 1.4 Culto do amador e o mito da colaboração

Rodrigues (2008, p. 8) é cautelosa ao abordar o Jornalismo Participativo e, sobretudo, o cidadão como produtor de notícias. Segundo ela, “o cidadão comum pode dar contributos importantes, mas é ao jornalista que cabe decidir quais as informações que têm interesse e valor informativo. É também sobre este que recai a responsabilidade de confirmar todo tipo de informação”.

Existem críticas sobre a exploração dos usuários em processos colaborativos de conteúdo. Brown e Quan-Haase (2012) sinalizam que o conteúdo gerado por usuário (UGC) em sites da Web 2.0<sup>23</sup> é marcado por grande criatividade, engenhosidade e generosidade por parte dos seus participantes. Nesses ambientes, os usuários tornam-se participantes ativos, porém sem remuneração financeira. A esse trabalho Bruns (2008) vai conceituar como *produsage*, que diferencia o modo industrial de produção.

Na argumentação de Brown e Quan-Haase (2012), a relação salarial não nega as capacidades produtivas dos usuários na Web 2.0, assim como a presença de uma relação de exploração. Os trabalhadores são altamente explorados, os sites conseguem grandes lucros e não oferecem um salário em troca por esse trabalho, apesar de terem retorno em capital social, como os sites de redes sociais Facebook, Twitter, Flickr, entre outros.

A *produsage* é a construção elaborada por uma comunidade e a expansão na busca de melhorias. Os artefatos digitais não são produtos convencionais e a produção é diferente do modelo industrial. Os usuários trabalham quando querem, concentram a sua energia sobre as tarefas que julgam importantes. Artefato é o termo usado por Bruns (2008) para descrever a dinâmica e natureza interativa dos produtos digitais.

A compreensão destas novas perspectivas do artefato e produção, destacam Brown e Quan-Haase (2012), será importante para reconfigurar a noção de alienação do trabalho,

---

<sup>23</sup> Termo cunhado pela O'Reilly Media para sinalizar uma nova conotação para a Web, vista agora como um ambiente não apenas de "leitura", mas também de "escrita".

pois se no trabalho industrial a mercadoria é separada do trabalhador, na *produsage* os trabalhadores detêm o controle da produção e da mercadoria em suas mãos.

Mas, se são explorados, porque continuam a produzir, sendo que a natureza do serviço é voluntária?

Brown e Quan-Haase (2012) argumentam que os sites de redes sociais são ambientes centrais no ciberespaço e não participar deles significa ficar desconectado de amigos e grupos sociais. Os indivíduos são obrigados, então, a participar desses sites para não perder ou diminuir o seu capital social. A mercadoria dos sites de redes sociais são as informações dos seus usuários, que são vendidas aos anunciantes, desse modo, a audiência se torna uma *commodity*. Sendo assim, os usuários produzem também a mais-valia e são explorados pelo capital, pois além de “se divertir”, as informações são mercadorias geradas pelo excedente de trabalho.

Antoun e Malini (2010, p. 5) a partir dos postulados de Negri e Hardt pontuam que “a propriedade privada dos bens informacionais só reduzem as capacidades de cooperação e de comunicação, que são as bases da inovação numa economia em que o valor se concentra na qualidade imaterial do trabalho, ou seja, na competência de incorporar nos processos e nos produtos informação, cultura e afeto”.

Moretzsohn (2006), por sua vez, argumenta que o Jornalismo Cidadão é um mito, pois a tecnologia, por si só, não provoca mudanças sociais e, apesar da liberação do polo emissor, a mediação jornalística torna-se cada vez mais importante em um cenário que se vislumbra ou, melhor, se profetiza o fim do jornalismo.

Na avaliação de Moretzsohn (2006), o *Open Source Journalism* é mais viável em nichos de mercado especializados por possuir um público mais qualificado e ter um alcance limitado. Já na cobertura do cotidiano, a autora reforça a importância dos jornalistas para verificar as informações, pois as notícias precisam ser publicadas após a apuração e não podem ser alvo de constantes alterações, conforme um modelo wiki.

Longe de diluir-se entre as múltiplas atividades do cotidiano – como ocorreria se, de fato, ‘todos’ fôssemos potencialmente jornalistas – torna-se cada mais complexo diante desse quadro novo que nos transforma a todos, potencialmente, em fontes, e portanto impõe um rigor ainda maior no critério de seleção das informações (MORETZSOHN, 2006, p. 2).

A autora critica também a tese do Gillmor (2005), quando ele afirma que os leitores sabem mais do que o jornalista, o que ratifica a importância da abertura à colaboração. Para Moretzsohn “o público, em geral, necessariamente sabe menos, e se quiser informar-se precisará recorrer a algum meio confiável” (*Ibidem*, p. 8).

Outro mito criticado pela pesquisadora é o de que o cidadão tem papel ativo no processo colaborativo. Para ela, o cidadão ainda é fonte para os jornais, pois

Os acenos das empresas de comunicação ao ‘repórter cidadão’ tem inapelavelmente esse sentido mistificador de sugerir o que o ‘povo’ fala, embora não edite. Além disso, representam uma econômica alternativa para obter matéria-prima a partir de uma mão de obra informal, que ao mesmo tempo se comove com a súbita valorização e retribui com sua audiência fiel (MORETZSOHN, 2006, p. 14).

Keen (2007) em seu polêmico “*O culto do amador*” faz duras críticas aos processos colaborativos, que, para ele, não passam de uma perpetuação da desinformação e ignorância, pois são produzidos sem critérios, esforço, restrições éticas e validado sem um conselho editorial. A crítica do autor é justamente sobre os novos modelos de mediação que surgem após as tecnologias digitais. Na avaliação dele, cabe ao jornalista nos informar e não conversar conosco. “Os jornalistas-cidadãos simplesmente não têm os recursos necessários para nos trazer notícias confiáveis. Falta-lhes não somente *expertise* e formação, mas relações e acesso à informação” (p.49)

Silva (2012, p. 29), por sua vez, vai defender que a internet matou o *gatekeeper*, pois cada um pode publicar o que quiser sem passar por nenhuma espécie de filtro. “A internet foi a Revolução Francesa dos meios de expressão. O emissor despótico (selecionador, editor, *gatekeeper*) acabou guilhotinado”.

Quando todos, enfim, têm uma câmera na mão ou no bolso, é preciso que alguém tenha uma ideia na cabeça. (...). O imaginário tecnológico concebeu máquinas tomando o lugar dos narradores e disseminou o medo da técnica.

As tecnologias do imaginário transformaram a narração numa máquina tão normal quanto um forno de pizzas (*Ibidem*, p 23).

Em *Gadget: você não é um aplicativo*, Jaron Lanier (2010), considerado por alguns como o pai da realidade virtual, critica fortemente a ideologia dominante do mundo digital e elenca três fracassos do “totalitarismo cibernético”: espiritual, comportamental e econômico. O primeiro estaria ligado ao distanciamento que fazemos das pessoas por nos aproximar demais dos gadgets. Já o segundo diz respeito à falta de “humanidade” - são meras reações a comandos, segundo o autor - nos processos tecnológicos e, por fim, a cultura livre tem impactado negativamente nas indústrias, o que configuraria um terceiro fracasso.

As palavras serão moídas até se transformarem em palavras-chave atomizadas para ferramentas de busca dentro de instalações industriais de nuvens computacionais em locais muitas vezes secretos e remotos ao redor do mundo. Elas serão copiadas milhões de vezes por algoritmos elaborados para enviar um anúncio em algum lugar a alguma pessoa que possa ter algum interesse em algum fragmento do que eu digo. Elas serão escaneadas, reprocessadas e deturpadas por multidões de leitores rápidos e pouco atentos em wikis e agregadas automaticamente em streams de mensagens de texto sem fio (LANIER, 2010, p. 11).

Lanier (2010) sustenta que a ideologia da web 2.0 favorece mais as máquinas do que as pessoas e que a comunicação impessoal tem rebaixado a interação entre as pessoas. Para ele, os comentários anônimos em blogs, videopegadinhas e mashups são exemplos que mostram que o princípio libertário da internet foi desviado. Para o autor, as identidades são fortemente influenciadas pelas idiossincrasias dos gadgets.

Na avaliação do autor, a arquitetura da rede digital nada mais é do que uma incubadora de monopólio, o que, conseqüentemente, fortalece o aprisionamento tecnológico. “Tenho medo de estarmos começando a nos projetar para nos adequar a modelos digitais de nós mesmos e me preocupo com a dissolução da empatia e da humanidade no processo” (*Ibidem*, 2010, p. 61).

Porém, três elementos não podem ser negados pelos críticos do Jornalismo Colaborativo:

1- A arquitetura da participação passou a se tornar “padrão” nos meios digitais:

O que não se esperava e tem se evidenciado é a boa aceitação dos espaços colaborativos nos jornais digitais, que resultou num movimento interessante na rede. A apropriação dos conteúdos amadores nos veículos jornalísticos coincidiu com a estabilização da adesão às páginas colaborativas. Percebeu-se que tais ferramentas não causaram alterações tão radicais nos meios noticiosos como era imaginado inicialmente. Apesar disso, elas possibilitam o aproveitamento da potência da criação coletiva e da qualidade da cultura analógica em meios reinventados. (BELOCHIO, 2011, p. 7).

## 2- O público tem sido convocado a colaborar com a produção de notícias:

O público tem sido chamado para pensar desde a pauta dos veículos, até participar da elaboração do material jornalístico final, seja verbal ou imagético. Pela forma como tem se apresentado, essa presença tende a ser muito mais um ritual do que uma participação que represente a democratização da comunicação (FELIPPI, PICCININ, 2009, p. 8).

## 3- O jornalismo colaborativo reconfigura a esfera pública habermasiana:

Com a descentralização do poder enunciativo, as mídias não são apenas instrumentos das empresas privadas, mas elementos centrais para a publicização e fomento do debate público – considerando que a mídia é um elemento chave para a livre circulação de opiniões entre os cidadãos, de forma universal e democrática. “O público pode assim influenciar a esfera de produção das informações, interferir nos conteúdos e nas grades de programação, proporcionar surgimento de novas linguagens, novos temas, novos enfoques” (DOURADO, 2010, p. 6).

Dentre os críticos do Jornalismo Colaborativo, a confiança e a reputação são os pontos mais contestados, porém Bowman e Willis (2003) lembram que, no Jornalismo Participativo, o sistema de reputação e confiança, ocorre de baixo para cima, diferente dos meios tradicionais.

Un individuo anónimo entra al ambiente sin reputación y la mayoría gana la confianza de otros a través de su compartimiento y a través de la información que suministra. A través de la clasificación y calificación del contenido y de sus creadores, varias comunidades en línea exitosas han

usado sistemas de reputación para ayudar a mantener la calidad de las discusiones y el contenido<sup>24</sup> (BOWMAN, WILLIS, 2003, p. 45)

Vale destacar que nos projetos colaborativos o anonimato carrega em si a reputação, pois importa mais o a atuação dos atores envolvidos do que eles são. “Por não terem instâncias centralizadas de verificação e avaliação, tais projetos dependem necessariamente de sistemas igualmente descentrados de pontuação a fim de valorar tanto a produção compartilhada quanto os próprios participantes” (ANTOUN, PECCINI, 2007, p. 8).

Ainda que existam debates sobre a exploração ou não dos usuários no Jornalismo Colaborativo, a colaboração é um aspecto fundamental na evolução do jornalismo para quarta geração<sup>25</sup>. Ao lado da resolução semântica, metadados, relato imersivo ou narrativa multimídia, o Jornalismo Colaborativo é sinalizado por Barbosa (2006) como uma das características importantes do Jornalismo Digital em Bases de Dados, que será explicado com mais detalhes no capítulo 3.

O Jornalismo Colaborativo irá implicar também na reconfiguração de duas práticas fundantes do jornalismo profissional: a zona de filtragem e a definição dos critérios de noticiabilidade.

### **1.5 - Zonas de filtragem e o jornalismo colaborativo**

Filho e Martino (2003, p. 65) defendem que os significados são produtos sociais que vão além do conteúdo enunciado. A compreensão dos significados, a partir desta

---

<sup>24</sup> “Um indivíduo anônimo entra no ambiente sem reputação e a maioria ganha a confiança de outros por meio do seu comportamento e através da informação que fornece. Através da classificação e qualificação do conteúdo dos seus criadores, várias comunidades online têm utilizado sistemas de reputação para ajudar a manter a qualidade das discussões e do conteúdo”.

<sup>25</sup> Segundo diversos autores, como Barbosa (2005) e Mielniczuk (2003), a primeira fase do webjornalismo corresponde à mera distribuição de conteúdo de jornais impressos na Internet. A segunda fase contempla as experiências de exploração de potencialidades do meio digital. A terceira fase relaciona-se com um pensamento comunicacional voltado para as especificidades do meio digital.

perspectiva, depende em parte, do entendimento do conceito bourdieriano de *habitus*, fruto da relação entre as estruturas incorporadas de ação com as estruturas objetivas em cada campo. “O *habitus*, somado às especificidades de interação de cada campo, constitui o núcleo gerador do cotidiano”.

A noção de *habitus* bourdieriano, pode ser explicada comparada, metaforicamente, com a figura de um maestro que comanda inúmeras partes de uma determinada ação em um respectivo campo. Em Bourdieu (2011), as relações materiais e simbólicas atuam de forma interligada, sob as estruturas psicossociais dos agentes em contextos históricos definidos. A mídia, assim como a família, a escola, são vistos por Bourdieu como instâncias educativas, que estruturam a forma pelos quais os sujeitos percebem a realidade e determinam sua ideologia.

Ao analisar os processos de legitimação do criador, Bourdieu (2001), pontua que as reputações são resultantes dos campos de produção e suas relações objetivas e não fruto da influência de determinados sujeitos ou instituição. “O poder da palavra não reside nas próprias palavras, mas nas condições que dão poder às palavras criando a crença coletiva, ou seja, o desconhecimento coletivo do arbitrário da criação de valor que se consoma através de determinado uso das palavras” (*Ibidem*, p. 161).

No jornalismo, de acordo com Filho e Martino (2003), o *habitus* representa a ruptura entre os sentimentos humanos e o seu papel de comunicador.

Os condicionamentos associados a uma classe particular de condições de existência produzem o *habitus*, sistemas de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, enquanto princípios geradores e organizadores de práticas e de representações que podem ser objetivamente adaptadas a seus fins sem supor o alcance consciente desses fins e o domínio expresso das operações necessárias para alcançá-los (FILHO, MARTINO, 2003, p. 44).

No jornalismo, o mecanismo para a ruptura entre a ideologia pessoal e a objetividade jornalística é operado pelo *gatekeeper*, que avalia, a partir dos critérios de noticiabilidade e do interesse do público, os fatos que irão ganhar status de notícia. Em

ambientes conversacionais e convergentes, o *habitus* jornalístico demandará uma reconfiguração de uma das suas práticas mais tradicionais: a mediação.

Brier (2004) ressalta que o *Open Source Journalism (OSJ)* não significou o fim das práticas de filtragem (*gatekeeping*). Ao estudar a arquitetura do Slashdot identificou a presença de *gatekeepers*, em três níveis de filtro: edição, moderação e a meta-moderação.

Ainda que possamos entender o *Open Source Journalism* como uma forma menos hierarquizada, no sentido da organização do trabalho, de produção de conteúdo, temos que ressaltar que algumas características das redações de mídias massivas e dos portais de internet são mantidas nessa estrutura (Brier, 2004, p. 3).

Ainda que o objeto da análise de Brier tenha sido o Slashdot, é possível identificar as zonas de filtragem em sites como a Wikipedia<sup>26</sup> ou Overmundo<sup>27</sup>. Em artigo sobre o papel dos operadores de normatização da Wikipedia, Lopes (2008) argumenta que eles cumprem papel importante na zona de controle da enciclopédia, visando preservar os princípios editoriais da Wikipedia, seja na padronização dos verbetes ou no bloqueio de atos que prejudiquem o trabalho colaborativo.

Outro tipo de produção colaborativa são o “*social filtering*”, pois garantem uma nova forma de produção, filtragem e compartilhamento de informação. Antoun e Pecini (2007) destacam que a emergência de novas formas de atuação na Web como plataforma trazem também novos questionamentos sobre a mediação na rede, pois “o aspecto decisivo na construção de empreendimentos descentralizados na internet é a mediação do acesso” (*Ibidem*, p. 5)

Bowman e Willis (2003, p. 44) já haviam identificado “regras que organizariam a participação”. As duas normatizações estariam ligadas à própria tecnologia – “reglas que están construidas en el software social que administra la comunidad o forma de

---

<sup>26</sup> [www.pt.wikipedia.org](http://www.pt.wikipedia.org)

<sup>27</sup> [www.overmundo.com.br](http://www.overmundo.com.br)

participación<sup>28</sup>” e a comunidade, que estabelece as suas próprias regras e dinâmicas, assim como os “moderadores” que zelam pela cumprimento dos princípios comuns. Os autores comentam ainda que nos meios massivos as regras de participação são estritas e limitadas, pois assim é mais fácil autenticar a credibilidade dos participantes, em casos de desvios.

Romaní (2007) pontua que em modelos abertos estruturados no livro intercâmbio de conhecimentos permite a melhoria constante dos produtos elaborados por uma comunidade.

Las comunidades hackers son un ejemplo de las prácticas de colectivización del saber y de intercambio de experiencias, dinámicas fundamentales en la actual sociedad del conocimiento. La era actual está centrada, entre otros aspectos, en bienes intangibles como la educación, la formación de capacidades-habilidades-talentos, el uso inteligente de la información, y la ecuación I+D+I (es decir, investigación más desarrollo más innovación). En este contexto, agregar valor al intercambio de información ha pasado a ser un objetivo fundamental para el desarrollo y la expansión del conocimiento<sup>29</sup> (ROMANÍ, 2007, p. 44)

Romaní (2007) cita ainda os argumentos de Surowiecki (2004), que sustenta que a soma das decisões coletivas são mais acertadas do que as decisões individuais dentro de um grupo. A web facilita a formação de redes de colaboração entre os indivíduos, tendo em vista que a sua arquitetura é propícia a participação (O'Reilly, 2005).

Rocha e Brambilla (2009) argumentam que “pensar em interlocução com a audiência na produção informacional requer uma necessária reconfiguração nos processos de mediação, caso realmente encaremos a colaboração como um fator essencial para a sociedade em rede” (p. 3). Para os autores, a lógica P2P (*peer-to-peer*) é característica das novas mídias e seus processos colaborativos.

---

<sup>28</sup> “Regras que estão construídas no software social que administra comunidade ou a forma de participação”

<sup>29</sup> “As comunidades hackers são um exemplo das práticas de coletivização do saber e do intercâmbio de experiências, dinâmicas fundamentais na sociedade atual do conhecimento. A era atual está centrada, entre outros aspectos, em bens intangíveis como a educação, a formação de capacidades-habilidades-talentos, o uso inteligente da informação e a equação I+D+I (que é dizer, investigação, mais desenvolvimento mais inovação). Neste contexto, agregar valor ao intercâmbio de informação passou a ser um objetivo fundamental para o desenvolvimento e expansão do conhecimento”.

Na Web, os leitores desempenham papel ativo na construção das narrativas, pois as

Definições dos papéis joga-se agora numa dialética permanente, já que o protagonismo do emissor, do receptor e do arquitecto da obra são peças de um jogo, dinamicamente exploradas” assim “embora o jornalista possa ter o cuidado de cumprir a estória com um lead bem estruturado, que suceda a um desenvolvimento e a uma eventual conclusão, no entanto, a escrita produzida não significa que, obrigatoriamente, o consumidor a leia de modo linear (NUNES, 2005, p.4 e 5)

Neste contexto, o papel do jornalista seria semelhante ao de um cartógrafo, autenticando notícias em um extenso mapa informativo alimentado por qualquer pessoa.

Parece claro que, mesmo em processos altamente interativos de produção de notícias, o jornalista manter-se-á no mercado, exercendo funções diferenciadas do cidadão repórter. Fortalecendo seu papel de mediador, atualizando sua função de gatekeeper e agindo, sobretudo, como um editor, o jornalista profissional traz em sua formação aspectos que o diferenciam para tanto (BRAMBILLA, 2005, p. 9 e 10).

Singer (2005) diz que, diante da nova realidade do Jornalismo Colaborativo a própria função e característica do *gatekeeper* é reconfigurada, cabendo ao jornalista a tarefa de controlar a qualidade do noticiário. Singer (2013) argumenta que em ambientes digitais, os usuários tornaram-se *secondary gatekeepers* do conteúdo publicado nos sites jornalísticos. Neste processo, os usuários atuam na recirculação das notícias, a partir das percepções individuais do valor e da qualidade dos produtos jornalísticos. “The result is a two-step gatekeeping process, in which initial editorial decisions to make an item part of the news product are followed by user decisions to upgrade or downgrade the visibility of that item for a secondary audience<sup>30</sup>” (SINGER, 2013, p. 2).

Ainda de acordo com Singer (2013), a internet reconfigurou a relação dos usuários com os sites jornalísticos. Agora, os leitores podem compartilhar suas impressões e

---

<sup>30</sup> “O resultado é um processo de *gatekeeping* em duas etapas, na qual a escolha por compartilhar uma notícia é definida pelas decisões de usuários para atualizar ou reduzir a visibilidade de determinado item para um público secundário”.

julgamentos do conteúdo publicado para as suas respectivas redes, agindo como distribuidores secundários nas notícias que considerarem importantes.

Com o *secondary gatekeeping*, as notícias ignoradas ou subvalorizadas pelos editores na capa do jornal, por exemplo, podem ganhar relevância e visibilidade a partir do compartilhamento dos leitores, assim a própria noção do *gatekeeping* é relativizada, pois a visibilidade do conteúdo depende mais da audiência do que colocar determinada informação no topo da página.

This shift can be understood as occurring along a continuum of journalistic control over content decisions. At one end of the continuum is the traditional process, in which journalists make and enact decisions about virtually all editorial content that appears in their product and is therefore ‘visible’ to the public. At the other is a news environment in which users make all the decisions; social bookmarking sites such as Digg, which typically display lists of clickable headlines based on user recommendations, are examples of aggregated user-generated visibility<sup>31</sup> (SINGER, 2013, p. 13)

Por outro lado, as práticas colaborativas podem ser utilizadas pelo próprio jornalismo para reforçar o campo, que se encontra em crise, diante das mídias sociais e colaborativas, da ausência de modelos de negócios que tornem rentável os produtos digitais, a migração da audiência para mídias de nicho, as demissões em massa e o próprio papel do jornalismo na sociedade contemporânea.

Carvalho e Barichello (2008) defendem que a autoreferencialidade é estratégia de legitimação do campo jornalístico e, assim, os espaços colaborativos são alternativas do próprio campo para se legitimar diante do público, tendo em vista a ampliação do polo de emissão. “Ao contrário de a abertura representar alguma ameaça à legitimidade do campo, acaba por ser mais uma estratégia de reforço de sua importância” (p.8).

Em um ambiente conversacional, marcado pela liberação do polo emissor, a questão central para os meios de comunicação é buscar a legitimação, uma vez que o processo de mediação não é apenas realizado pela mídia. O Jornalismo Colaborativo, de certa

---

<sup>31</sup> “Essa mudança pode ser entendida como um processo de continuum de controle jornalístico sobre as decisões de conteúdo. Em um extremo, o processo tradicional, onde os jornalistas tomam decisões para dar visibilidade a determinados conteúdos. No outro, os usuários atuam na recomendação de notícias, agregando valor, como em sites de *social bookmarking*, como o Digg”.

forma, contribuiu para tornar mais transparente o processo de construção das notícias, o que implica no questionamento da validade do conceito de mediação, processo pelo qual o jornalismo oferece, após a seleção e o enquadramento, elementos da realidade para dar conta dos fenômenos midiáticos contemporâneos. A mídia não é apenas a ponte entre cidadão e realidade, mas tornou-se central nas relações sociais.

Nesta perspectiva, Fausto Neto (2008) argumenta que o Jornalismo Colaborativo, ao revelar os modos de produção midiática “relativiza a opacidade enunciativa” que marca o jornalismo moderno, cuja objetividade e imparcialidade são as principais características. Prova dessa realidade de visibilidade dos bastidores é desenvolvida pelo programa Roda Viva (TV Cultura) desde 2008, quando passou a convidar usuários do Twitter para acompanhar o programa e “tuitar” durante as gravações ou transmissão das entrevistas.

O uso da hashtag (#rodaviva) é uma exemplificação das estratégias de legitimação do programa jornalístico, pois visa ampliar o debate para outro suporte, neste caso as mídias sociais, referendando a sua credibilidade e, quiçá, visando aumentar a sua audiência.

Diante disso, Brambilla (2005) ressalta que a integração de público e profissionais desmitifica o jornalista e reconfigura o conceito de mediação. Neste cenário, o jornalista deixa de ser um “propagador de pontos de vistas soberanos, instituindo-o como alguém que consolida uma informação que vem do público, a que se acrescenta a importância que o jornalista assume no estímulo à discussão pública de pautas com diferentes enfoques” (p.4).

## **1.6 - O cidadão como produtor de conteúdo**

Marques (2008) defende que o cidadão jornalista emerge a partir da “perda de credibilidade dos órgãos de comunicação tradicional, do desenvolvimento da Internet e da vontade do cidadão de participar activamente na vida social”. Para ela, “este indivíduo altera e complementa a esfera noticiosa, e até mesmo a forma como a comunicação social se adapta a estas mudanças” (*Ibidem*, p. 2). A autora pontua ainda

que esse processo deve-se às tecnologias modernas e à necessidade de uma nova forma de participação social.

O cidadão jornalista é um indivíduo sem formação acadêmica na área do jornalismo com uma vontade enorme de participar na esfera social. Apresenta conteúdos informativos (de texto, imagem e som), onde exprime novas perspectivas e informação que, de outro modo, não teria visibilidade na esfera pública (*Ibidem*, p. 18).

A autora pontua que o grande desafio para o cidadão jornalista diz respeito à verificação da autenticidade da informação e à credibilidade do conteúdo. Com isso, vai defender a importância da validação por parte dos profissionais.

A meu ver, não existe cidadão jornalista, mas sim, cidadania para e da informação. Defendo estas designações, porque esta é uma nova forma de exercício da cidadania que incide nas formas de produção e de difusão da informação e de conhecimento e porque o cidadão que envia imagens e outros documentos para uma redacção, é, para mim, uma testemunha ou uma fonte de informação. (*Ibidem*, p. 20).

Marques defende, ainda, que os colaboradores não podem ser classificados como jornalistas, pois não seguem as normas do campo e os códigos deontológicos e o mais importante é o conteúdo produzido e não quem o produz.

O OhmyNews, uma das experiências mais exitosas de jornalismo colaborativo, diferenciava os repórteres cidadãos e os profissionais. O OhMyNews recebia cerca de dois milhões de visitas diariamente e reuniu mais de 26 mil jornalistas-cidadãos cadastrados em seu sistema.

Brambilla (2005), em entrevista com o fundador do OhmyNews, Yeon Ho<sup>32</sup>, comenta que a

---

<sup>32</sup> “El concepto principal es que cada ciudadano puede ser un reportero. Un reportero es el único que tiene las noticias y quien está tratando de informar a otros”, disse Oh Yeon-ho, editor e fundador do OhmyNews.com na entrevista”.

Concepção de ‘citizen reporter’ para Yeon Ho vai além da participação na redação de artigos e publicação em um site noticioso. Não se trata de uma tática, conforme aponta o jornalista, mas de uma filosofia. Yeon Ho fala de um modelo de pensamento que visa transformar a sociedade através da mídia, guiando-se por ideais libertários, viabilizados por uma orientação editorial interativa o que, em sua opinião, baliza um jornal na Internet com alto nível de interação (*Ibidem*, p. 5).

Já Träsel (2006) propõe que o papel do repórter amador não é competir com o jornalismo tradicional, mas sim efetuar uma atitude fiscalizadora no que tange à cobertura sobre determinado assunto e/ou complementar a agenda midiática. “Ainda que estejam abertos à produção de conteúdo por parte de qualquer internauta, ambos reconhecem que as contribuições dos cidadãos repórteres não caracterizem uma atividade profissional e que, por isso, contam com o auxílio de jornalistas” (BRAMBILLA, 2005, p. 10).

Foschini e Taddei (2006, p. 19) propõem uma classificação do perfil dos cidadãos-jornalistas, a saber:

**Publicador** - Tem páginas pessoais (*blog*, *flog*, *vlog*<sup>33</sup> ou produz podcasts com notícias, independentemente do assunto abordado);

**Observador** – No universo do Jornalismo Cidadão, quem tem um gravador, uma câmera ou um celular está pronto para registrar eventos imprevisíveis. Muitas vezes, esse observador torna-se fonte da notícia por acaso;

**Militante** – É o cidadão-jornalista que defende uma causa ou dedica-se a um assunto com paixão. Nesse tipo encaixam-se os torcedores de times de futebol, defensores de partidos políticos ou de causas como ambientalismo e a defesa de minorias. O militante pode dedicar-se também aos fatos referentes à sua comunidade, seja ele um prédio, um bairro ou uma associação;

**Comentarista** – É o cidadão jornalista que se manifesta nas páginas já existentes da web. Ele exercita seu papel por meio de comentários em blogs, flogs, vlogs, fóruns, comunidades ou em portais da grande mídia;

---

<sup>33</sup> Os Flogs seguem a mesma estruturação dos blogs, porém, têm como conteúdo principal as fotos. Já no Vlogs o foco dos conteúdos são os vídeos.

**Editor** - Seleciona notícias e participa de comunidades ou sites colaborativos nos quais é possível sugerir links da grande imprensa ou de páginas pessoais.

No estudo da Columbia Journalism School<sup>34</sup> (2012), que analisa o atual estágio do jornalismo (pós-jornalismo), seus desafios e oportunidades, é destacado que a mudança no perfil da audiência, que deixa de ser um mero leitor e telespectador, para se tornar um usuário e editor, demanda mudanças na concepção que o jornalismo tem de si.

Incorporar um punhado de técnicas novas não será suficiente para a adaptação ao novo ecossistema; para tirar proveito do acesso a indivíduos, multidões e máquinas, também será preciso mudar radicalmente a estrutura organizacional de veículos de comunicação (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2012, p. 33).

Em consonância, Jeff Sonderman (2011), do Poynter Institute, defende que a dimensão colaborativa é uma das tendências que orientariam o jornalismo a partir de 2012. De acordo com Sonderman, a mudança mais significativa será no fluxo narrativo, passando do jornalista para a sociedade, para narrativas feitas pela sociedade por meio de um jornalista, que neste cenário teria a função de ouvir os indivíduos e selecionar os fatos mais importantes. A sociedade produziria diversas camadas informativas e caberia ao jornalista estruturar e contextualizar esses conteúdos. Exemplos deste processo seriam o Storify<sup>35</sup> e o ProPublica<sup>36</sup> cujas narrativas transcendem a autoria individual. Desse modo é fundamental a compreensão do estatuto do jornalista em ambientes conversacionais e convergentes.

## 1.7 - Convergência e polivalência jornalística

---

<sup>34</sup>

<[http://www.espm.br/download/2012\\_revista\\_jornalismo/Revista\\_de\\_Jornalismo\\_ESPM\\_5/#30](http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/#30)  
> Acesso em: 22/12/2013

<sup>35</sup> Storify.com permite a criação de histórias por meio da colagem de informações extraídas das redes sociais

<sup>36</sup> ProPublica, sediada nos Estados Unidos, produz jornalismo investigativo, de forma independente e sem fins lucrativos.

Desde a década de 70, a convergência é objeto de estudo no campo jornalístico. Com as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs), principalmente a internet e, atualmente, os dispositivos móveis (como *tablets* e *smatphones*), os processos convergentes acentuaram-se, tanto nas empresas de comunicação quanto nos estudos acadêmicos.

No campo da comunicação, o conceito de convergência é utilizado para descrever desde estratégias das empresas frente ao desenvolvimento tecnológico, à evolução tecnológica, aos acordos comerciais entre jornais e emissoras de TV, por exemplo, além de nomear práticas profissionais e gêneros narrativos.

Rich Gordon (2003) pontua que o conceito de convergência é um chavão onipresente no campo dos estudos da comunicação e propõe pensar a convergência a partir de cinco pontos: 1- Propriedade; 2- Estratégias, 3- Estrutura, 4- Coleta de informações e a 5- Apresentação das narrativas.

Por Propriedade, o autor vai comentar que a convergência pode descrever um processo de acumulação de conteúdos múltiplos ou canais de distribuição. Em termos de Estratégias, visa compreender a convergência a partir da busca pelo aumento de receita, marketing multiplataforma e produção integrada de conteúdo, tendo em vista o objetivo de conduzir os leitores do impresso para o telejornal e vice-versa, por exemplo, além disso, os profissionais se tornariam multimídia, o que implica dizer: produzir conteúdo para diversos suportes e com diversos recursos - texto, imagem, áudio.

Para Gordon (Idem), ao pensar a convergência no que tange à Estrutura, não significa uma mudança radical no modo organizacional das empresas, ou a integração das redações, por exemplo. A defesa é que cada profissional e cada mídia devem concentrar sua energia em seus respectivos *devices*. Ao abordar sobre os processos produtivos (Coleta de informações), o autor contextualiza a mudança no estatuto do jornalista, diante da convergência, exemplificada com a ideia do “jornalista mochila”, um profissional equipados com diversas tecnologias e aparatos, que deveria usar diversas ferramentas para contar uma história.

Por fim, no que se refere à Apresentação das notícias, Gordon destaca que cada novo meio traz em si uma necessidade de narrativas adaptadas ou sob medida, assim é preciso desenvolver versões para desktop, dispositivos móveis ou televisão interativa. O autor comenta ainda que a Web foi o primeiro meio convergente – metamedium -, tanto por armazenar diversos tipos de mídias e, principalmente, por sua característica interativa, que permite aos usuários o controle sobre o consumo de conteúdo.

Salaverria, Avilés e Masip (2010) explicam que o conceito de convergência, no campo do jornalismo, é utilizado como referência aos processos de integração das redações, para fazer frente aos desafios do digital e, conseqüentemente, aumentar a produtividade das equipes. Além disso, os estudiosos da convergência midiática têm analisado também as questões de ordem empresarial, profissional, cultural, legal e jurídica.

Esta pluralidad de enfoques convierte a la convergencia periodística en un concepto poliédrico que atañe a ámbitos tan diferentes como tecnologías, industrias, mercados, géneros y audiencias. Pero, además de poliédrico, lo dibuja también como un concepto dinámico<sup>37</sup> (*Ibidem*, p. 42).

A partir da revisão da vasta literatura sobre convergência jornalística, Salaverria, Avilés e Masip (2010) vão propor a sistematização dos estudos em três escolas, que definem a convergência como: 1- Produto; 2- Sistema e 3- Processo.

Entre os pesquisadores que defendem a convergência como um Produto, a tese central é a de que a confluência de tecnologias possibilitou a produção de conteúdos com novas características. Nesta escola, os limites entre os diversos meios são borrados e o sinônimo para convergência é a multimidialidade. Destaca-se, ainda, a defesa do determinismo tecnológico, no qual o foco da análise é a distribuição do conteúdo e a integração entre os suportes.

Já a escola que aborda a convergência como um Sistema, vai defender que a produção e o consumo também são integrantes do processo de convergência, com influência múltipla entre os dois polos. Nesta escola, há distanciamento da análise puramente

---

<sup>37</sup> “Esta pluralidade de abordagens converte a convergência jornalística em um conceito poliédrico que diz respeito à ámbitos tão diferentes como tecnologías, industrias, mercados, géneros e audiencias. Além de poliédrico, ele também é um concepto dinámico”.

tecnicista e a convergência passa a ser vista como área integrada, seja nos aparatos, redes e conteúdos (Salaverria, Avilés e Masip, 2010).

Por fim, na escola que trata a convergência como Processo, o argumento central é que a convergência, muito além de um sistema, é um processo contínuo que tem como meta a integração. A convergência é um *continuum* (Dailey, Demo y Spillman, 2005) um marco de atuação, assinalado pela coexistência, promoção combinada, cooperação, integração e fusão (*Ibidem*, p.47, 2010).

La convergencia, por tanto, se configura como un proceso dinámico, en continuo cambio, en el que los medios de masas tradicionales pierden protagonismo frente a los medios personales y las redes sociales, y los procesos de captación, producción y distribución de contenidos se encuentran sometidos a constantes innovaciones<sup>38</sup> (García Avilés, 2009, *apud* Salaverria, Avilés e Masip, p.48, 2010).

Após a revisão teórica dos principais conceitos e escolas, os autores propõem a seguinte definição de convergência jornalística:

La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una<sup>39</sup> (SALAVERRIA, AVILÉS, MASIP, 2010, p. 59).

Merece destaque nos postulados de Salaverria, Avilés e Masip a análise sobre a convergência profissional, que ocorre na produção e na distribuição.

La convergencia en la producción supone, como mínimo, la cooperación entre redacciones de medios distintos (...) la fusión de redacciones es excepcional. (...) El proceso de convergencia, cuando varias redacciones colaboran en la producción de contenidos y comparten recursos, implica el trabajo conjunto de profesionales con concepciones periodísticas muy distintas<sup>40</sup> (*Ibidem*, p. 52)

---

<sup>38</sup> “A convergência, por tanto, se configura como um processo dinâmico, em mudança constante, em que os meios tradicionais de massa perdem o protagonismo frente aos meios pessoais e as redes sociais, e os processos de captação, produção e distribuição de conteúdos se encontram submetidos a constantes inovações”.

<sup>39</sup> “A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregados, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que circulam através de múltiplas plataformas, mediante a linguagem específica de cada uma”.

<sup>40</sup> “A convergência na produção supõe, como básico, a cooperação entre as redações dos meios distintos (...) a integração das redações é excepcional (...) O processo de convergência, quando várias

Neste cenário, emerge a figura do jornalista polivalente, cujo princípio é a produção multiplataforma. Tais implicações irão provocar uma série de mudanças nas práticas jornalísticas e na própria cultura profissional. Rost e Liuzzi (2013) propõem pensar a polivalência jornalística em três formas: 1-Funcional ou tecnológica, quando o jornalista cuida desde a edição até a publicação; 2-Polivalência temática, quando o jornalista cobre diversos temas; 3- Polivalência mediática, quando o jornalista produz conteúdo para diversos meios dentro de uma mesma empresa.

Para os autores, a produção de conteúdos em um ecossistema multiplataforma significa repensar a forma de trabalho das redações. A mudança mais radical diz respeito ao fluxo de informação. Agora, para manter a atualização contínua, reconfiguram os filtros e se horizontaliza o processo de publicação. “Cada medio periodístico está tendiendo a convertise en una única usina de noticias para distribuir contenidos en todos los soportes y formatos<sup>41</sup>” (ROST, LIUZZI, 2013, p. 14).

Molina (2012) defende que a emergência dos dispositivos móveis introduziu uma série de mudanças na produção, distribuição e consumo informativo, que por sua vez demandam do profissional novas habilidades como gerenciar as fontes de informação, elaborar conteúdos jornalísticos e se relacionar com uma audiência cada vez mais participativa. Para a autora, a convergência é o ponto de partida para a polivalência. “Los procesos de convergencia introducen cambios en este sentido al fomentar que los trabajadores desempeñen todo tipo de funciones dentro de las redacciones de los medios y cubran una gran variedad de temas<sup>42</sup>” (MOLINA, 2012, p. 9)

---

redações colaboram na produção de conteúdos e compartilham recursos, implica no trabalho conjunto de profissionais com concepções jornalísticas muito distintas”.

<sup>41</sup> “Cada jornal está tendo que se converter em uma única usina de notícias para distribuir conteúdos em todos os suportes e formatos.”

<sup>42</sup> “Os processos de convergência introduzem mudanças no sentido de fomentar que os trabalhadores desempenhem todos os tipos de funções dentro das redações dos meios e cubram uma grande variedade de temas.”

Esta perspectiva de polivalência jornalística e da participação da audiência nas narrativas jornalísticas neste contexto de convergência jornalística, demanda repensar os processos de mediação, que nos meios de comunicação de massa estão calcados no *gatekeeping*, tendo em vista que a ambiência da convergência reconfigurou o relacionamento entre jornalistas e o público.

Além da possibilidade de participação dos leitores nos *media*, o Jornalismo Colaborativo questiona a própria função e práticas do profissional de imprensa<sup>43</sup>. Palacios (2008, online), por exemplo, questiona alguns postulados colocados pelo alargamento do campo jornalístico por conta da participação:

- 1- Subversão do lugar de emissão (quem pode publicar?);
- 2- Questionamento dos *habitus* (quem é jornalista, quem tem direito a publicar uma informação? Essa rotina é ideal? Os padrões ainda são úteis?);
- 3- Critérios de noticiabilidade (o que deve ser noticiado?);
- 4- Vigilância da mídia tradicional (*ombudsman* populares/especializados);
- 5- Ampliação do debate (esfera pública) via comentários dos usuários;
- 6- Blogs como potencialização do *Public Journalism*.

Os seis pontos sinalizados por Palacios indicam desafios e oportunidades para os jornalistas em um ambiente marcado pela colaboração e convergência. A ampliação do lugar de emissão reforça a necessidade do jornalista nos processos de apuração das notícias. Ainda que todos tenham as condições de publicar, a audiência espera notícias credíveis e objetivas. Por outro lado, a notícia, ao ser recirculada nas mídias sociais, resgata a função de impulsionar o debate sobre a agenda pública ao mesmo tempo em que indica falhas e excesso dos *mass media* em sua cobertura do cotidiano.

---

<sup>43</sup> Esta questão foi ainda mais problematizada quando, em 2009, o Supremo Tribunal Federal decidiu que o diploma não era mais necessário para o exercício do jornalismo. Atualmente, tramita na Câmara Federal a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 206/12, que institui a obrigatoriedade do diploma em jornalismo para exercer a profissão. A PEC foi aprovada pela Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) no dia 12 de novembro. Aprovada pelo Senado em 2012, a PEC agora deverá ser analisada por uma comissão especial antes do plenário para apreciação dos deputados federais.

Hall (2007), após analisar os efeitos da cobertura realizada por blogs do Furacão Katrina, concluiu que os weblogs atuam como complemento para o jornalismo tradicional no lugar de substituí-lo. De acordo com o autor, a cobertura midiática agora está sujeita a uma análise pública, comparação e até mesmo checagem das informações publicadas pelos jornais. Esta atividade, Hall (2007) vai conceituar como *news blogging*, definida como uma atividade quase jornalística, resultado das condições políticas e da cultura emergente das novas tecnologias.

Ao analisar a relação das mídias participativas e a fotografia, Munhoz e Palacios (2007) pontuam que um dos efeitos da participação do cidadão é criação e apropriação de espaços alternativos de circulação de informação, assim como a convivência do *mainstream* midiático com esses novos circuitos.

O jornalismo cidadão abre uma nova e dinâmica fonte de informação. A grande mídia, ao mesmo tempo em que busca preservar seus espaços de funcionamento e hegemonia, vê-se forçada a estabelecer simbioses com os novos circuitos de informação. As relações contraditórias de complementação, apropriação e oposição entre a mídiasfera e a blogosfera começam a ficar evidentes nos jornais on-line de todo o mundo (MUNHOZ E PALACIOS, 2007, p. 77 e 78)

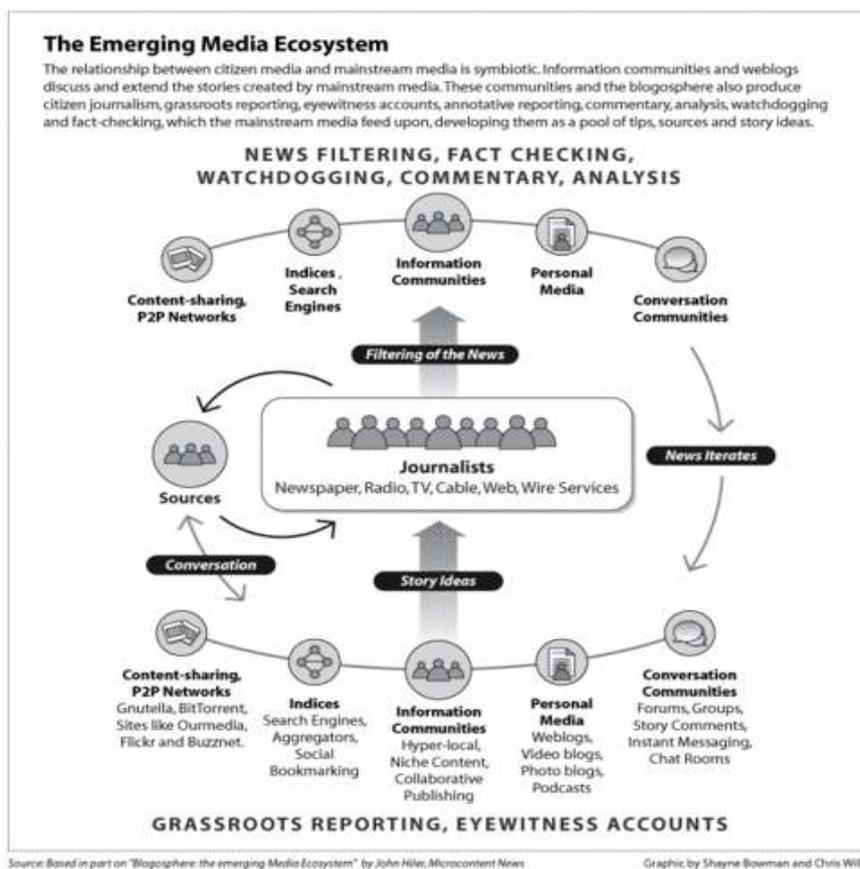
Hiller (2008)<sup>44</sup> sinaliza uma simbiose entre jornalistas e público, no atual ecossistema midiático. No diagrama abaixo, o autor explica a mudança.

---

<sup>44</sup>

<<http://www.microcontentnews.com/articles/blogosphere.htm>>. Acesso em 05/10/2013.

Quadro 1: Novo ecossistema midiático



As mídias sociais e colaborativas dialogam com os jornalistas, tanto como opinião especializada ou como testemunhas de determinados fatos constituindo um novo canal de difusão de conteúdo na web. Apesar de todas as mudanças provocadas pelas Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, os jornalistas mantêm o mesmo *modus operandi* de produção, cultivando fontes, apurando fatos e produzindo conteúdo, como pode ser visto no centro do diagrama. Retroalimentação é a palavra-chave para o ecossistema midiático no ciberespaço.

Tais considerações ainda encontram eco nas proposições de Bradshaw (2007) relativas ao *News Diamond*<sup>45</sup> (Quadro 2), modelo de produção que pode direcionar o trabalho jornalístico para um patamar mais interacional, de caráter evolucionário.

<sup>45</sup> Bradshaw (2007) especifica que *Draft* é a área, em uma publicação webjornalística, onde é possível publicar uma série de links que podem complementar a informação inicial e abrir uma discussão em rede. Os comentários podem ajudar inclusive na indicação de pistas para a cobertura. *Article* conta com a seleção de “melhores comentários” – em blogs da redação, Twitter, etc –, que podem gerar um artigo. *Context* pode ser associado a ideia de um “portal instantâneo”, com tags e links para outras

Quadro 2: News diamond e suas escalas



Conforme frisam Rocha e Almeida (2010, p.11), “é preciso que o jornalista, ao utilizar uma estratégia relacional, observe que a audiência pode também participar da checagem, da formatação final do texto e de sua repercussão”.

A compreensão das características do espaço relacional e as interações que aí se desenvolvem é premissa básica para a articulação de narrativas colaborativas. A função do jornalista é utilizar a conversação para construção de mecanismos que facilitem a troca de informações com e entre os co-autores. Essa estratégia relacional implica, sobretudo, evoluir de um autor de narrativas para um cartógrafo da informação. (ROCHA e ALMEIDA, 2010, p.11).

Neste caso, é pertinente reiterar que, com a adição das redes sociais às rotinas produtivas jornalística, a fronteira entre “quem produz” e “quem consome” torna-se

---

referências multimidiáticas sobre o tema. Já *Analysis* diz respeito à “debates” entre especialistas sobre o tema em questão – no caso, selecionados a partir da verificação em redes sociais, realizadas em outras áreas/etapas do *News Diamond*.

ainda mais tênue. Organizar o processo de significação interrelacional comunicativa entre pontos de uma ou diversas redes é o desafio para o cartógrafo da informação. É preciso deixar de fazer jornalismo para o público e passar para a produção de conteúdo com o público.

## **2. O que é jornalismo colaborativo?**

O leitor está sempre pronto a tomar-se um escritor. A tese é de Walter Benjamin (1936, 1955), em “A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica”, na qual analisou as

mudanças provocadas nas artes pelas técnicas. Ao analisar a escrita e a sua expansão após a imprensa e os tipos móveis – o que particularmente nos interessa neste trabalho – Benjamin defendeu que a popularização da imprensa proporcionou aos leitores uma gama maior de informação e, que conseqüentemente, aumentou também o interesse do público em expressar as suas opiniões.

Tudo isto começou com a imprensa diária a abrir aos leitores o seu ‘correio’, e actualmente a situação é tal que quase não deve haver um europeu, inserido no mundo do trabalho, que não tenha tido possibilidade de publicar uma experiência laboral, uma reclamação, uma reportagem, ou algo afim (BENJAMIN, 1955, p. 13).

Esse processo impactou também na relação entre autor e público, tendo em vista que a fronteira entre esses dois atores sociais ficou menos tênue. Benjamin (1955) vai pontuar que a especialização do trabalho, no contexto da sociedade capitalista, é um elemento importante para essa condição de mudança leitor-autor, pois “todos os indivíduos tiveram de se tornar, voluntária ou involuntariamente, especialistas numa dada área, ainda que num sentido menor, assim tendo acesso à condição de autor” (*Ibidem*), assim “a competência literária deixa de ser fundamentada numa formação especializada para passar a sê-lo numa formação politécnica, tomando-se deste modo em bem comum” (*Ibidem*).

Os postulados de Benjamin são fundamentais para compreender fenômenos atuais de produção colaborativa de conteúdo no campo da comunicação, principalmente aquelas desenvolvidas pela ética hacker<sup>46</sup> tendo em vista que essas práticas buscam adaptar o aparato tecnológico para fins sociais. As Novas Tecnologias de Informação e Comunicação e a internet, em particular, possibilitam a emergência de novas vozes e novas interações entre os sujeitos, além de influenciar novas dinâmicas e práticas no campo da comunicação.

---

<sup>46</sup> “Os princípios da ética hacker são o livre acesso às informações, o compartilhamento, descentralização, abertura dos códigos e melhoria constante da qualidade de vida. Nas décadas de 50 e 60, as primeiras bases do que passou a se chamar de ética hacker foi desenvolvida no Instituto de Tecnologia de Massachusetts e cunhado pelo jornalista Steven Levy em seu livro *Hackers: Heroes of the Computer Revolution* (1984)”.

Entre essas alterações, a mais visível é relação entre os *mass media* e o público. A estrutura colaborativa e interativa da *web* se estende para além do modelo comunicacional um-todos, passando para uma estrutura todos-todos (LÉVY, 1999), seja por meio dos blogs, listas de discussão e códigos abertos, possibilitando ainda a interação entre os usuários e os *media* e oferecendo ferramentas para a participação dos sujeitos na produção de notícias.

## **2. 1 Jornalismo Colaborativo: conceito, especificidades e níveis**

Para o leitor, estar sempre pronto a se “tomar-se um escritor” é necessário, sobretudo, ter acesso às tecnologias de produção e acesso aos canais de emissão. Ainda que a possibilidade de tornar-se um escritor remonte à época da imprensa de Gutemberg, com a internet e a popularização das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) essa condição leitor-autor foi potencializada, tendo em vista o desenvolvimento dos blogs, das mídias sociais e práticas colaborativas.

Na era das comunicações digitais, sinaliza Gillmor (2005), o público pode tornar-se parte integral do processo. Estas transformações darão uma conotação mais dialógica ao jornalismo nas mais distintas fases da produção da notícia. “O crescimento do jornalismo participativo nos ajudará a ouvir. A possibilidade de qualquer pessoa fazer notícia dará voz as pessoas que se sentiam sem poder de fala” (GILLMOR, 2005, Introdução).

A base conceitual da nossa definição operacional para o Jornalismo Colaborativo é o movimento do software livre iniciado em 1984, por Richard Stallman, como contraponto ao software proprietário, que “aprisionava” e “restringia a liberdade” dos usuários. A proposta do software livre era de abrir o código-fonte para a análise e modificações por parte de qualquer utilizador, aprimorando desta forma a usabilidade do programa. Além dos aspectos tecnicistas, o movimento trouxe consigo a luta pela liberdade, compartilhamento de conteúdo e a colaboração como processo produtivo, em substituição ao individualismo.

O requisito essencial para liberdade do software é a disponibilização do código-fonte para o estudo, cópia, modificação e distribuição da “versão” atualizada, sem restrições,

o que torna a atualização um movimento constante nas comunidades de desenvolvedores do software livre.

Além do movimento do software livre, a partir da revisão da literatura sobre a temática abordadas nas pesquisas no campo do jornalismo, é possível identificar outros três elementos para a compreensão e definição do nosso conceito de Jornalismo Colaborativo:

1- A extensão dos *mass media* para a Web, onde a mídia teve que adaptar-se ao novo meio, essencialmente aberto (a começar pela linguagem HTML), participativo e com o perfil “ativo” dos leitores. Neste sentido, a sociedade em rede (CASTELLS, 2007) promove um fluxo pluridirecional de mensagens pela web, possibilitando o surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação e interatividade em potência.

Moherdau (2006) revela que a função do interagente com as notícias na internet não está restrita a apenas ler, mas também, enviar e-mail com críticas, sugestões, comentários, sugerir pautas e participar da produção do conteúdo;

2- A liberação do polo emissor (Lemos, 2006), o que possibilitou multivocalidade na teia mundial, tendo em vista que os cidadãos passaram a ter em suas mãos as ferramentas/tecnologias para produção e veiculação de conteúdo. Primo (2002) argumenta que quando emissores e receptores coexistem, origina a figura do interagente, que age na estrutura informacional, mediante a negociação, modificando-a e imprimindo características pessoais nesta relação.

3- O desenvolvimento da cultura participativa. A metáfora desta fase é a rede. O conhecimento valoriza a sabedoria das multidões e a produção coletiva de conteúdo, transformando o público em co-autor das mensagens e significados culturais e fortalecendo a interação entre os *media* e o seu público. Há também o resgate da autoria anônima, de assinaturas coletivas e licenças livres como Creative Commons<sup>47</sup> e o *copyleft*<sup>48</sup> em contraponto aos direitos autorais e ao status da propriedade intelectual.

---

<sup>47</sup> Organização sem fins lucrativos, que permite o compartilhamento e o uso da criatividade e do conhecimento através de licenças jurídicas gratuitas.

<sup>48</sup> Sátira ao termo copyright, que defende a abertura e amplo acesso às informações, obras e códigos.

O ciberespaço é justamente uma alternativa para as mídias de massa clássicas. De fato, permite que os indivíduos e os grupos encontrem informações que lhes interessam e também que difundam sua versão dos fatos (inclusive com imagens) sem passar pela intermediação dos jornalistas. O ciberespaço encoraja uma troca recíproca e comunitária, enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional na qual os receptores estão isolados uns dos outros LÉVY (1999, p. 203).

Após esboçar o conceito de Jornalismo Colaborativo em trabalhos apresentados em eventos durante o mestrado (2012) e em debates provenientes destas apresentações, aulas e seminários proferidos, define-se Jornalismo Colaborativo como as atividades jornalísticas que concedem espaços para veiculação do conteúdo produzido pelo público, ampliam os mecanismos de colaboração entre jornais e leitores em diversos suportes, mecanismos e formatos, seja na elaboração da pauta, na utilização de imagens produzidas por cidadãos-repórteres na composição de matérias, bem como desenvolvem uma estrutura de produção, edição, circulação e pagamento aos colaboradores<sup>49</sup>. O Jornalismo Colaborativo é uma atividade do setor criativo e tem como princípios estruturantes a inovação, a generosidade e o remix<sup>50</sup> e ocorre em níveis diferentes, a depender do espaço, tempo e motivações em que os produtos são desenvolvidos.

Faz parte do nosso conceito operacional de Jornalismo Colaborativo estruturá-lo em três níveis<sup>51</sup>, o que não implica argumentar uma hierarquização entre eles. Em algumas circunstâncias cada projeto pode estar estruturado em um *mix* de nível ou alterar de um nível para outro, tendo em vista a expectativa e necessidade de cada iniciativa.

**1- Nível de acesso parcial:** as possibilidades de colaboração são limitadas e ocorrem na etapa de construção de notícia – seja sugestão de matérias, fontes, envio de fotos e vídeos e/ou relatos testemunhais de fatos, assim como os comentários nas notícias,

---

<sup>49</sup> O jornal sul-coreano OhmyNews foi uma das primeiras experiências de Jornalismo Colaborativo do mundo. Fundado em 2000 por Oh Yeon Ho, a filosofia era “todo cidadão é um repórter”. Qualquer pessoa poderia enviar suas notícias e em troca receberia uma pequena quantia em dinheiro. As notícias eram editadas e publicadas pela equipe editorial do jornal sul-coreano.

<sup>50</sup> Leão (2012) pontua que o remix deve ser entendido como um processo de edição e utilização de elementos pré-existentis visando gerar novas obras e não apenas um recurso tecnológico. O remix envolve dimensões lógicas, éticas e estéticas.

<sup>51</sup> Mais importante do que debater as semelhanças e diferenças entre as inúmeras tipologias no campo do jornalismo para nomear as práticas colaborativas de conteúdo, é compreender que tanto nos projetos executados nos limites do *mainstream* midiático, quanto por pequenas empresas, coletivos e grupos organizados, a possibilidade de colaboração ocorre em níveis.

indicações de erros e compartilhamento de conteúdo. Neste nível de colaboração, os cidadãos-repórteres não têm o controle total de sua produção e ainda dependem do crivo do *gatekeeping*. As seções O VC no G1<sup>52</sup> ou Vc Repórter<sup>53</sup> do Terra são exemplos deste modelo de Jornalismo Colaborativo;

**2- Nível de acesso total:** neste modelo, o cidadão-repórter tem liberdade/acesso pleno ao “código-fonte”. Ele pensa a pauta, colhe os dados, embasa suas opiniões, escolhe suas fontes, escreve o conteúdo e sobe para a home da mídia colaborativa. O Centro de Mídia Independente<sup>54</sup>, Slashdot, Brasil Wiki<sup>55</sup>, Portal Software Brasil<sup>56</sup> e o Wikinews<sup>57</sup> são exemplos deste nível de participação;

**3- Nível rizomático/Em rede:** o que difere do Jornalismo Colaborativo ambientado em rede dos modelos parcial e total é caráter coletivo, seja de produção ou gerenciamento dos conteúdos colaborativos. A mineração de dados, o hackeamento, rankeamento e apuração distribuída são algumas das características desse nível. São exemplos deste nível o Overmundo<sup>58</sup>, Digg<sup>59</sup>, WikiLeaks<sup>60</sup>, os sites de redes sociais e as plataformas de blogs.

## 2.2 - Jornalismo colaborativo como atividade do setor criativo

O debate em torno da criatividade ganhou novos contornos quando da mudança conceitual de indústria cultural para indústria criativa. O termo “indústrias criativas”

<sup>52</sup> <<http://g1.globo.com/VCnoG1/0,,8491.00.html>>. Acesso em: 23/10/2013

<sup>53</sup> <<http://noticias.terra.com.br/vcreporter>>. Acesso em: 23/10/2013

<sup>54</sup> <<http://www.midiaindependente.org>>. Acesso em: 23/10/2013

<sup>55</sup> <<http://www.brasilwiki.com.br/>>. Acesso em: 23/10/2013

<sup>56</sup> <<http://softwarelivre.org/>>. Acesso em: 23/10/2013

<sup>57</sup> <<http://www.wikinews.org/>>. Acesso em: 23/10/2013

<sup>58</sup> <<http://www.overmundo.com.br/>>. Acesso em: 23/10/2013

<sup>59</sup> <<http://digg.com/>>. Acesso em: 23/10/2013

<sup>60</sup> <<http://wikileaks.org/>>. Acesso em: 23/10/2013

surgiu na década de 90, com o objetivo de destacar a importância da criatividade como dimensão essencial para os negócios. Bendassolli *et al* argumentam que o conceito surgiu na Austrália, mas foi na Inglaterra onde se fortaleceu (2009).

Se a indústria cultural, nas definições de Adorno e Horkheimer (2002), era abordada como uma manipulação ideológica da burguesia dos canais de comunicação, resultando na mercantilização da arte e na alienação da sociedade, as indústrias criativas pontuam o deslocamento do setor industrial para as atividades baseadas em conhecimento e criatividade, como principal fator para o desenvolvimento das sociedades.

O conceito de indústrias criativas (quadro 3) está fortemente relacionado aos processos de inovação, ao conhecimento como força-motriz para o desenvolvimento das sociedades, às tecnologias de informação e comunicação e, sobretudo, à sociedade da informação. No jornalismo, Machado (2010) pontua que a inovação é “todo cambio en las técnicas, tecnologías, procesos, lenguajes, formatos, equipos, dispositivos y aplicaciones, valores o modelos de negocios destinados a dinamizar y potenciar la producción y consumo de las informaciones periodísticas<sup>61</sup>” (p.67). Machado (2010) destaca ainda que a inovação no jornalismo busca maximizar a produção e atender os leitores com notícias de qualidade e instantânea, além de ser acessíveis por todos os meios.

Nas indústrias criativas, “criatividade é o elemento central, sendo percebida como necessária para a geração de propriedade intelectual (BENDASSOLLI *et al*, 2009, p. 12). Jaguaribe (2006) comenta que textos, imagens e símbolos são meio de produção nas indústrias criativas.

Em geral, existe uma espécie de acordo que as indústrias criativas têm um *coregroup*, um coração, que seria composto de música, audiovisual, multimídia, software, *brodcasting* e todos os processos de editorial em geral. No entanto, a coisa curiosa é que a fronteira das indústrias criativas não é nítida. As pessoas utilizam o termo como sinônimo de indústrias de conteúdo, mas o que se vê cada vez mais é que uma grande gama de processos, produtos e serviços que são baseados na criatividade, mas que têm as suas origens em coisas muito mais tradicionais, como o craft, folclore ou artesanato, estão cada vez mais utilizando tecnologias de management, de

---

<sup>61</sup> “toda mudança nas técnicas, tecnologias, processos, linguagens, formatos, equipes, dispositivos e aplicações, valores ou modelos de negócios destinados à dinamizar e potencializar a produção e consumo das informações jornalísticas”.

informática para se transformarem em bens, produtos e serviços de grande distribuição. (JAGUARIBE, 2006, *online*)

Florida (2011) defende que a base da economia atual é a economia criativa, voltada, sobretudo, para a informação e o conhecimento. O autor argumenta que os recursos econômicos básicos não são mais o capital ou os recursos naturais, mas sim o conhecimento e a criatividade. “Considero a criatividade – a criação de novas formas práticas a partir desse conhecimento – a principal força propulsora. Para mim, ‘conhecimento’ e ‘informação’ são ferramentas e matérias para a criatividade”. (FLORIDA, 2011, p. 44)

Países como o Reino Unido, por exemplo, destacam as indústrias criativas como setor fundamental para o crescimento econômico, seja em âmbito nacional e mundial, tendo em vista a crise das indústrias de transformação. Florida (2011) sinaliza que a economia criativa recebe apoio de diversas instituições e esferas, que formam uma “estrutura social da criatividade”.

Elas constituem em: (1) novos sistemas voltados para a criatividade tecnológica e o empreendedorismo, (2) modelos mais eficazes para a produção de bens e serviços, e (3) um vasto meio social, cultural e geográfico propício a todo tipo de criatividade (FLORIDA, 2011, p. 48).

Como os dois pontos estão mais centrados em lógicas empresariais, que se distanciam do objetivo desta dissertação, vale destacar os argumentos de Florida sobre o ponto 3 - um vasto meio social, cultural e geográfico propício a todo tipo de criatividade -, que foca sobre a relação do meio cultural e social para potencializar a criatividade.

Para ele, é necessário um ambiente onde as “formas multidimensionais da criatividade podem criar raízes e florescer” (FLORIDA, 2011, p. 55). A partir da análise feita dos aplicativos criados a partir das bases de dados públicos, que serão apresentados mais à frente, percebe-se a importância da autonomia, experimentação e liberdade para os atores criarem novos produtos.

Quadro 3 (HARTLEY, 2005, p. 30 apud BENDASSOLI *et al*, 2009, p. 15)<sup>62</sup>

	INDÚSTRIAS CRIATIVAS	INDÚSTRIAS DE COPYRIGHT	INDÚSTRIAS DE CONTEÚDO	INDÚSTRIAS CULTURAIS	INDÚSTRIAS DE CONTEÚDO DIGITAL
Definição	Caracterizadas amplamente pela natureza dos insumos de trabalho: "indivíduos criativos"	Definidas pela natureza das receitas e pela produção da indústria	Definidas pelo foco na produção industrial	Definidas em função do objeto cultural	Definida pela combinação de tecnologia e pelo foco na produção da indústria
Setores envolvidos	Propaganda Arquitetura Design Software interativo Filme e TV Música Publicações Artes performativas	Arte comercial Artes criativas Filmes e vídeos Música Publicação Mídia de gravação Software de processamento de dados	Música pré-gravada Música gravada Música de varejo Broadcasting e filmes Software Serviços de multimídia	Museus e galerias Artes visuais e artesanato Educação de artes Broadcasting e filmes Música Artes performativas Literatura Livrarias	Arte comercial Filme e vídeo Fotografia Jogos eletrônicos Mídia de gravação Gravação de som Sistemas de armazenamento e recuperação de informações

Com base em uma perspectiva crítica, Garnham (2005) argumenta que a mudança do termo indústria criativa só pode ser compreendida dentro do contexto da sociedade da informação e que o conceito não é neutro, mas contém implicações ideológicas e políticas nessa nova conceituação. “the choice of the term “creative” rather than “cultural” is a shorthand reference to the information society and that set of economic analyses and policy arguments to which that term now refers<sup>63</sup>” (p. 20). Ainda de acordo

<sup>62</sup> A partir das definições e setores envolvidos, expostos no quadro acima, cabe uma reflexão sobre o “lugar” que as organizações jornalísticas poderiam ocupar no quadro conceitual de Hartley (2005). Primeiramente, cabe compreender a natureza do jornalismo: uma atividade industrial, marcada por rotinas produtivas, cujo resultado é a produção de conteúdo e com plena defesa do copyright. Nesta breve definição resumida já é possível classificar as organizações jornalísticas como indústria de copyright, de conteúdo e cultural.

A partir da digitalização das redações e do processo produtivo, e mais adiante, a migração para o ambiente digital, a tecnologia passa a ter papel destacado na estruturação do jornalismo, o que implica incluir também o jornalismo como uma atividade da indústria de conteúdo digital. Contudo, se o conhecimento e a criatividade são as bases das indústrias criativas, logo a atividade jornalista pode, certamente, ser incluída na seara das indústrias criativas, ainda mais em um contexto marcado pela convergência, multimídia, horizontalidade, produção multiplataforma e colaboração.

Assim, as organizações jornalísticas perpassam todas as definições propostas por Hartley (2005), o que torna difícil buscar um enquadramento ou uma categorização do jornalismo a partir dos conceitos expostos no Quadro 3.

<sup>63</sup> “A escolha do termo ‘criativo’ em vez de ‘cultural’ é uma indicação para a sociedade da informação e o conjunto de análises econômicas e argumentos políticos para que este termo agora se refere”.

com Garnham, as indústrias criativas só ganharam importância após a crescente produção simbólica ou cultural, agora chamadas de informação ou conhecimento nas economias capitalistas.

O termo indústria, a partir de uma leitura marxista, está associado aos processos de mercantilização, troca de mercadorias, concentração de capital e alienação do trabalhador. Contudo, ainda que o termo “indústria” não seja o mais adequado para traduzir um processo emergente de produção colaborativa de conteúdo em bases de dados, a criatividade é elemento fundamental para a criação de *mashups*<sup>64</sup>, remix<sup>65</sup> e transformar o excedente cognitivo em novos produtos informativos. Assim, da mesma forma que a criatividade é peça-chave para o desenvolvimento do capitalismo na sociedade da informação, a criatividade é também um dos princípios basilares para o Jornalismo Colaborativo. Porém, vale destacar, enquanto a criatividade, nas indústrias criativas, busca o lucro, em ambientes colaborativos é associado à dimensão cognitiva individual ou coletiva.

No Brasil, o Ministério da Cultura, ao elaborar o Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011), pontuou que o conceito de “indústrias criativas” não era o mais adequado para descrever as atividades na seara da economia criativa. “Isto porque poderia causar “ruídos” de cognição em função da estreita associação que se faz comumente no Brasil entre o termo “indústria” e as atividades fabris de larga escala, massificadas e seriadas” (Ministério da Cultura, 2011, p. 19 e 20).

No Plano, o termo adotado é o de “setor criativo”, cuja definição é:

aquele cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social. (Ministério da Cultura, 2011, p. 22).

Na visão do Ministério da Cultura, os setores criativos não estariam restritos aos setores culturais, como a música, dança, teatro, ópera, circo, pintura, fotografia e cinema, mas

---

<sup>64</sup> Um mashup é um site ou aplicação cujo uso de diversas fontes para criação de um novo produto é a sua característica mais evidente.

<sup>65</sup> É o ato de mistura, recorte, colagem de pequenos trechos ou partes de uma obra para a construção de um novo produto ou releitura do original.

contemplaria também atividades relacionadas às novas mídias, à indústria de conteúdos, ao design, entre outros. Ao reconhecer que os setores criativos ultrapassam as barreiras das produções artísticas/culturais, a produção colaborativa de conteúdo, por exemplo, pode ser classificada como uma das atividades desta economia criativa, uma vez que tem como questões basilares: o conhecimento e a criatividade.

Outro aspecto que aproxima o Jornalismo Colaborativo do conceito de setores criativos e, assim, também do de indústrias culturais, é a dimensão coletiva e as ações transversais:

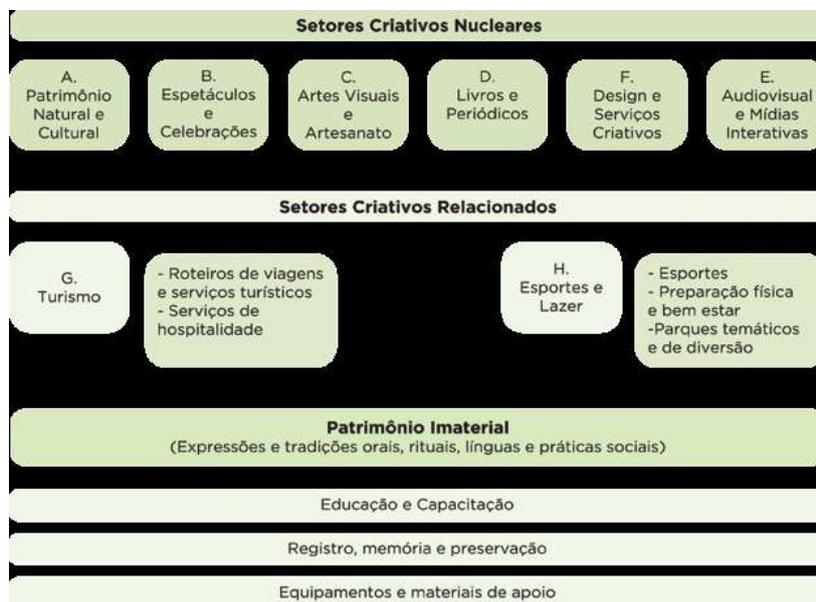
A mescla de várias linguagens e áreas tornou-se prática comum nessa nova economia, estimulada em função tanto das facilidades geradas pelas novas tecnologias, quanto pela capacidade criativa de se construir e se interagir de modo multidisciplinar. Afinal, falar de economia criativa é falar de transversalidade, de intersectorialidade, de complexidade, ou seja, do que é “tecido conjuntamente” (Ministério da Cultura, 2011, p. 25).

No documento *The Framework for Cultural Statistics (FCS)*<sup>66</sup> a Unesco organizou os setores criativos em duas macrocategorias: 1-Setores criativos nucleares, cuja natureza é basicamente criativa, onde os atos criativos geram valor simbólico e, 2- Setores criativos relacionados, que são influenciados e se relacionam com esses processos criativos. De acordo com essa definição, a prática colaborativa de produção de conteúdo poderia ser classificada no setor criativo nuclear, na categoria E, conforme gráfico abaixo:

---

<sup>66</sup> <<http://www.uis.unesco.org/culture/Pages/framework-cultural-statistics.aspx>>. Acesso em: 22/10/2013

Escopo dos Setores Criativos – Unesco *apud* Ministério da Cultura (2009).



Deheinzelin (2011) pontua que a economia criativa é estruturada em três infinitos: Intangíveis + novas tecnologias + colaboração e redes. "O infinito 1, dos patrimônios intangíveis, é tangibilizado pelo infinito 2 das novas tecnologias que os tornam acessíveis e compartilháveis e juntos ativam o infinito 3 da sociedade em rede e suas formas de organização" (DEHEINZELIN, 2011, p.132)

A autora argumenta que a colaboração exerce um papel fundamental nos processos criativos, pois "quando não há colaboração, tempo, energia e recursos se escoam no constante 'reinventar a roda'. As novas tecnologias convertem o conhecimento (infinito 1) e a interação do coletivo (infinito 2) num recurso acessível e capaz de realizar coisas fantásticas como a Wikipedia, os movimentos sociais que estão mudando governos ou o financiamento colaborativo (*crowdsourcing*) de ideias inovadoras." (DEHEINZELIN, 2011, p.132)

Desse modo, a abordagem do Jornalismo Colaborativo, a partir da perspectiva dos setores criativos é fundamental para aprofundar as pesquisas sobre a temática, que até então esteve focada nas mudanças das rotinas produtivas, nos critérios da produção de notícia ou no mero relato de experiências realizadas por veículos de comunicação. A

compreensão das práticas colaborativas de conteúdo, à luz da economia criativa, é salutar, pois potencializa a criatividade e o conhecimento como elementos fundamentais nos ambientes conversacionais, de escrita coletiva, com flexibilização da autoria e de acordo com uma estrutura horizontal, que implica no debate sobre novos sentidos e funções para a notícia.

### **2.3 - Novos sentidos e funções para a notícia**

A notícia é a síntese do jornalismo. Ao analisá-la desvendam-se discursos, ideologias e o *modus operandi* da produção jornalística. Em um contexto marcado pelas mudanças no campo do jornalismo, os processos de produção, circulação, recirculação, organização e distribuição da notícia também serão impactados.

Edo (2007) argumenta que a internet fragmentou a audiência e como resultado temos a personalização, nichos de mercado que demandam, cada vez mais, conteúdos específicos. As narrativas precisam se identificar com a própria navegação. “No se puede ya escribir sólo desde la perspectiva del emisor, del periodista: hay que contar más con el receptor y facilitar su participación<sup>67</sup>” (p.7).

A atualidade contínua e a busca de noticiar em tempo real mudou a forma de se apresentar as notícias, bem como os seus critérios de noticiabilidade (Edo, 2005). Em razão das *hard news*, é preciso escrever textos curtos, objetivos, mas sem perder a qualidade ou construir histórias multimídias, de estrutura simples que possam ser consumidas em pouco tempo. Para Edo, “a capacidade de síntese, tão necessária para qualquer jornalista, se converte em requisito básico para o ciberjornalismo, que requer narrativas curtas, porém completas e atrativas” (2005, online, p. 7).

A lógica plural do Jornalismo Colaborativo se reflete na produção de conteúdo. Segundo Brambilla (2005):

---

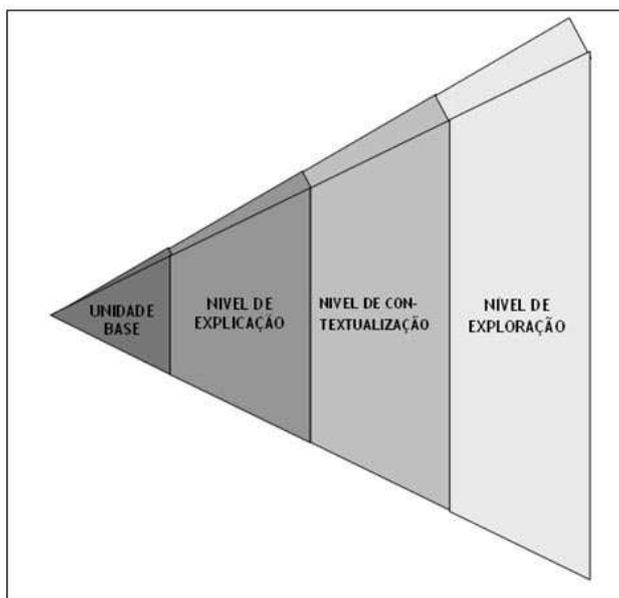
<sup>67</sup> “Não se pode escrever apenas a partir da perspectiva do emissor, do jornalista: tem que se contar a partir do receptor e facilitar a sua participação”.

a notícia, no jornalismo *open source*, é livre para ser apropriada, lida, distribuída e referenciada para qualquer propósito; ser aperfeiçoada ou comentada de acordo com visões particulares que possam enriquecer os relatos (e para isso o acesso a ferramentas de publicação é fundamental) ser produzida de modo irrestrito por diferentes pessoas, com diferentes objetivos, de modo que possa auxiliar a compreensão de um fato pela sociedade. (*Ibidem*, p. 2 e 3)

Além da dimensão temporal, outra transformação propiciada pela internet diz respeito à arquitetura da notícia, à longevidade e à estrutura de apresentação. Canavilhas (2004) ressalta que no Webjornalismo a notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria.

(a notícia) deve funcionar apenas como o “tiro de partida” para uma discussão com os leitores. Para além da introdução de diferentes pontos de vista enriquecer a notícia, um maior número de comentários corresponde a um maior número de visitas, o que é apreciado pelos leitores (CANAVILHAS, 2004, online)

No lugar da clássica técnica jornalística da pirâmide invertida, Canavilhas (2007) vai propor a estruturação da notícia a partir da pirâmide deitada, sendo neste formato necessário a elaboração de um guia que permita visualizar como a informação está organizada e criar ligações entre as partes relacionadas ao conteúdo.



Pirâmide deitada proposta por Canavilhas (2007)

O pesquisador português propõe que a pirâmide deitada com quatro níveis de leitura:

- 1- A Unidade Base – o lead – responderá ao essencial: O quê, Quando, Quem e Onde;
- 2- O Por Quê e ao Como estariam contemplados no nível de explicação, completando a informação essencial sobre o acontecimento;
- 3- No nível seguinte, o nível de contextualização, contém mais informação – em formato textual, vídeo, som ou infografia – aprofundando cada um dos W's;
- 4- Por fim, o nível de exploração, ocorre as ligações a memória do jornal ou redireciona para arquivos externos.

Brambilla (2006) sustenta que o diferencial da notícia no ciberespaço está na estrutura hipertextual e rizomática da rede, que reconfigura o *habitus* jornalístico.

A alteração mais visível fica por conta da perda da linearidade contida na informação veiculada nos media tradicionais. Para se ler um jornal não linearmente corre-se o risco de se perder o sentido da notícia. No ambiente digital, a notícia é naturalmente alinear por atender à estrutura do hipertexto (p. 37)

A potencialização do Jornalismo Colaborativo pode provocar interferência nos critérios de noticiabilidade e reforçar a existência de um valor-notícia no meio digital: o hiperlocal (BELOCHIO, 2010, online). López (2008) pontua que o critério de proximidade agrega à notícia maior interesse dos leitores, pois o fato diz respeito ao mesmo espaço em que este está localizado. De acordo com o autor, quanto mais próximo, mais a notícia será de interesse do público.

Barbosa (2002) diz que o critério da proximidade auxilia na segmentação do conteúdo para pessoas de uma determinada localidade. “Além disso, são um formato que pode ser utilizado como interface para intensificar as relações com a própria comunidade e o público no seu entorno, através da articulação entre o ciberespaço e o próprio espaço territorial” (p. 68).

Para Castilho (2012), os jornais que apostam nas notícias locais são mais importantes na formação de opiniões de pequenas localidades do que os jornais que circulam em grandes cidades.

O que acontece é que nas metrópoles as pessoas se informam sobre o que poderíamos chamar de macronotícias (conflitos internacionais, guerras, grandes desastres etc), recolhidas de forma segmentada em vários veículos, especialmente os móveis. No nível local, o foco da informação está no nível da micronotícia (matrículas na escola, horário do posto de saúde, debate sobre novos impostos etc.) (CASTILHO, 2012, Online).

Nesta perspectiva, as narrativas em bases de dados podem ser pensadas, a partir da dimensão da micropolítica, como uma forma de resistência aos processos de corrupção, desvios de conduta e falta de transparência nos órgãos públicos.

A notícia, que sempre esteve atrelada àqueles que detinham a capacidade de irradiar informação, hoje está em todos os lugares virtuais, que se comportam cada vez mais como mídias de multidão (multi-mídias), ou seja, mídias cujas produções se dão de forma articulada e cooperativa, cujo produto final é exibido de forma pública e livre, para públicos específicos, que ao mesmo tempo, são mídias para outros públicos. A natureza das multimídias é de portar uma linguagem desencarnada da mediação da mídia irradiada, desorganizando o modo tradicional da notícia, ao mesmo tempo em que elas organizam uma linguagem cooperativa, dialógica, múltipla e comum (ANTOUN, MALINI, 2010, p.9).

A notícia, neste caso, é fruto tanto do processo de filtragem das informações de interesse específico de uma comunidade e/ou indivíduo como a sucessão de comentários desta mesma informação, que acaba por revelar outros ângulos dos fatos.

A colaboração dos usuários é sinalizada por Scolari (2013, p. 183), como característica definidora das narrativas transmedia, pois a cooperação é de suma importância para a expansão das histórias. Nesta perspectiva, o jornalismo, para o autor, será mais parecido com uma conversa, cuja “estructura fundada en el modelo del broadcasting debe dejarle espacio a formas emergentes de comunicación bottom-up<sup>68</sup>”. Na avaliação de Scolari, o objetivo de uma reportagem transmidiática é informar da melhor maneira possível aos

---

<sup>68</sup> “estructura fundada no modelo de broadcasting deve deixar espaço para formas emergentes de comunicação bottom-up”.

leitores. “Gracias a una buena combinación de medios es posible crear sentido en un mundo donde los acuerdos entre diferentes plataformas de contenido son cada vez más plausibles<sup>69</sup>” (*Ibidem*).

A interatividade é um dos princípios fundantes do jornalismo digital e, conseqüentemente, demanda que as notícias sejam pensadas, produzidas e distribuídas a partir desta característica. Assim, a notícia precisa ser mais do que uma mera unidade informativa e, assim, potencializar a interação entre o público e o jornal, bem como entre o próprio público.

Kiousis (2002, p.366) defende que a interatividade pode ser entendida como o grau que uma tecnologia pode criar um ambiente no qual os participantes podem se comunicar, seja um-para um, um-para-muitos e muitos-para-muitos. Já Rost (2000) propõe pensar a interatividade a partir de três tipologias: a seletiva – interação com o conteúdo; a comunicativa – interação entre os indivíduos; e a combinação de ambas – interação com o conteúdo e entre os indivíduos.

#### **2.4 - *Gatekeeping*, *gatematching* e cartografia da informação**

Com a liberação do polo emissor, novas vozes puderam se somar ao coro midiático. Entretanto, essa mudança ocorre não apenas na publicação de novos conteúdos a partir das novas tecnologias de informação e comunicação, mas observa-se a reconfiguração das zonas de filtragem do fluxo comunicacional. Bruns (2005) revela que o alargamento entre os limites para publicação na Web gerou um novo fenômeno em paralelo ao *gatekeeping*: o *gatematching*.

O antigo monopólio de *gatekeeping* mantido pela mídia de massa tem sido desafiado pela nova prática de *gatematching*: feita pelos blogueiros individuais e pelas comunidades de comentaristas que podem não fazer reportagem das notícias de primeira mão, porém fazem a *curation* e avaliam as notícias e outras informações fornecidas pelas fontes oficiais, e assim prestam um serviço importante. E isto ocorre atualmente com cada vez mais rapidez, quase em tempo real: usando as redes sociais mais recentes, que divulgam, compartilham, comentam, questionam e desacreditam as matérias noticiosas dentro de minutos, e usando plataformas

---

<sup>69</sup> “Graças a uma boa combinação de mídias é possível criar sentido em um mundo onde os acordos entre as diferentes plataformas de conteúdo são cada vez mais plausíveis”.

adicionais que possibilitam a colaboração *ad hoc* rápida e eficaz entre os usuários. (BRUNS, 2011, p. 119).

Para Bruns (2005), as mídias colaborativas cumprem o papel de “bibliotecárias”, pois reúnem informações publicadas em outros sites com vistas a usar essas informações como fontes em matérias. A filtragem no Jornalismo Colaborativo não possui o mesmo caráter racional do *gatekeeping* nos *mass media*; o *gatewatching* contribui para o debate interno de determinada comunidade ou, geralmente, a mensagem publicada, mesmo que citada na grande mídia é recontextualizada e ganha um novo sentido no debate público.

O *gatewatching* não está relacionado ao *habitus* jornalístico, mas ao exame, avaliação e a expansão das contribuições dos predecessores. Bruns (2011) destaca que a lógica deste processo não é mais a produção das notícias, mas sim a melhoria contínua de produtos criados de forma coletiva, como a Wikipedia.

Naturalmente, os usuários envolvidos em organizar e fazer a curation da torrente das matérias noticiosas disponíveis e das informações que têm valor como notícias que estão atualmente disponíveis em uma multidão de canais, não têm condições de guardar – de controlar – os portões de quaisquer destes canais; entretanto, o que eles têm condições de fazer é de participar em um esforço distribuído e folgadoamente organizado de observar – de acompanhar – quais as informações que passam por estes canais; quais são os comunicados para imprensa que são feitos pelos atores públicos, quais são os relatórios que são publicados pelos pesquisadores acadêmicos ou pelas organizações da indústria, quais são as intervenções que são feitas pelos lobistas e políticos. (BRUNS, 2011, p. 124).

Desta forma, com a “reciclagem”, o co-autor torna-se também mediador, além de divulgar e/ou produzir as informações. A filtragem atende a critérios pessoais e aos interesses de uma comunidade para a qual é reverberizada. O recorte de determinada informação dos meios de comunicação reforça o valor-notícia do referido fato e amplia o seu debate na agenda pública, bem como potencializa a distribuição de conteúdo na Web.

Apesar dessas características, Rocha (2009) ressalta que em práticas colaborativas de *gatewatching*, o webjornalista<sup>70</sup> ainda é colocado em um patamar valorativo superior à audiência. No Jornalismo Colaborativo, o lugar da emissão e a mediação são

---

<sup>70</sup> Jornalista que produz conteúdo para os produtos na Web e/ou com recursos oferecidos pela Web.

reconfigurados. Se nos meios de comunicação de massa, a mediação é, sobretudo, conectiva (conectar o leitor a uma determinada realidade); em modelos rizomáticos e colaborativos, a mediação jornalística deve ser dialógica e relacional. Almeida e Rocha (2009) pontuam que compreensão das características do espaço relacional e as interações que aí se desenvolvem é premissa básica para a articulação de narrativas colaborativas.

A função do jornalista é utilizar a conversação para construção de mecanismos que facilitem a troca de informações com e entre os co-autores. Essa estratégia relacional implica, sobretudo, evoluir de um autor de narrativas para um cartógrafo da informação (ALMEIDA, ROCHA, 2009, p. 10).

A cartografia da informação compreende o processo de mediação webjornalística como um elemento de ligação entre diversos agentes ou comunidades virtuais informacionais em sistemas colaborativos – incluindo mídias sociais. Em ecossistemas colaborativos, a objetividade pode se tornar um empecilho para a comunicação, uma vez que pode colocar obstáculos, ao ser seguido à risca e de modo engessado, ao jornalista o exercício de sua função de intérprete dos acontecimentos. Por isso, a atuação do jornalista precisa assemelhar-se mais a um intermediário do que um mediador.

Cabe aqui ressaltar, que a partir dos níveis de colaboração outrora definidos neste trabalho, em cada um deles se faz necessário o desenvolvimento de estratégias específicas para atuação nos respectivos cenários. No nível de acesso parcial, onde o crivo dos jornalistas se manifesta com maior intensidade, o modelo do *gatekeeping* é o mais adequado, tendo em vista que o processo de apuração e validação do conteúdo, bem como a sua disposição e articulação com outros elementos informativos no site é de responsabilidade, somente, da redação.

Ainda no nível de acesso parcial, podemos identificar as características do que Singer (2013) conceitua como o *secondary gatekeeper*, quando a atuação da audiência é condição essencial para a recirculação do conteúdo noticioso por meio do compartilhamento por meio das mídias sociais.

No nível de acesso total, por sua vez, as proposições de Bruns (2011) acerca do *gatematching* e suas práticas de curadoria e aprimoramento de novas narrativas. Na maioria dos sites citados como exemplos na definição do conceito do referido nível,

apresenta o *remix* e a agregação de conteúdo como elementos constitutivos das postagens. Ainda que tenham pleno acesso às ferramentas e canais de emissão, os cidadãos-repórteres valem-se de conteúdos, seja dos meios de comunicação de massa ou de fontes alternativas para compor suas matérias.

Por fim, os argumentos aqui abordados sobre a cartografia da informação dependem sobretudo da radicalização dos modelos, mecanismos e formatos do Jornalismo Colaborativo, anteriormente indicados no nível rizomático/Em rede. Nos ambientes colaborativos, é preciso que o profissional, ao utilizar uma estratégia relacional, observe que a audiência pode também participar da checagem, da formatação final do texto e de sua repercussão.

A defesa é que, quanto mais amplo for o espaço para colaboração e este for apropriado pelos usuários, maior também será a necessidade de uma mediação mais dialógica, norteadas pela co-autoria e estratégia conversacional dos profissionais das empresas de comunicação para com seu público.

Rocha (2006, 2009) propõe cenários possíveis para a atuação de um jornalista, que contemple estratégias cognitivas de publicação, competência discursiva, processos de co-enunciação, elementos de organização de significados, atividades em espaços relacionais e configuração de espaço público relacional. Vale destacar que as redes sociais são elementos fundamentais ao se pensar a mediação colaborativa, pois permitem maior interação entre jornais e leitores, além de serem ferramentas de produção e compartilhamento de informação.

A necessidade da atuação dos jornalistas como um cartógrafo da informação é reforçada em um contexto no qual o jornalismo é estruturado em base de dados e que a ambiência é o da convergência jornalística, marcada por processos horizontalizados também quanto à distribuição de conteúdos multiplataforma. Barbosa (2013) ressalta que a lógica que caracteriza a atuação dos meios de comunicação se traduz na noção de um *continuum multimídia* de cariz dinâmico. “Desta maneira, nessa lógica de atuação conjunta, integrada, tem-se a horizontalidade perpassando os fluxos de produção, edição, distribuição, circulação, e recirculação dos conteúdos” (BARBOSA, 2013, p.36). De acordo com a autora, o *continuum multimídia* “compõe um dos traços

característicos para o que se depreende como novo estágio de evolução para o jornalismo em redes digitais” (p. 38).

Neste processo, a participação dos usuários é fundamental, seja nas mídias sociais com as escritas coletivas, os agregadores sociais, os *mashups*, rankeamento, a mineração ou o remix das bases de dados, pois as bases de dados são dispositivos para o jornalismo colaborativo, onde a liberação das API's, os hackeamentos e a abertura dos dados públicos são estratégias de inovação, novos modos de apropriação e representação das informações. Estes pontos serão detalhados no capítulo 3.

### **3. Bases de dados como dispositivo para o jornalismo colaborativo**

Dispositivo é tudo que, de alguma forma, orienta, determina, assegura práticas, comportamentos e discursos dos indivíduos. Esta é a tese defendida por Giorgio Agamben (2009) no artigo “*O que é o contemporâneo? e outros ensaios*”. No trabalho, o filósofo italiano realiza uma análise acerca do conceito de dispositivo e mostra que o conceito remonta à concepção grega para *oikonomia* – gestão da casa – e foi traduzido para o latim como *dispositio*.

O termo dispositivo nomeia aquilo em que e por meio do qual se realiza uma pura atividade de governo sem nenhum fundamento no ser. Por isso, os dispositivos devem sempre implicar um processo de subjetivação, isto é, devem produzir o seu sujeito (AGAMBEN, 2009, p. 38).

Agamben retoma a visão aristotélica para *oikonomia* e a situa como “uma práxis, de uma atividade prática que deve de quando em quando fazer frente a um problema e a uma situação particular” (AGAMBEM, 2009, p. 35).

Fortemente influenciado pelo conceito foucaultiano de dispositivo, Agamben propõe um novo sentido para o termo, sua relação com o capitalismo e a sociedade moderna e os respectivos processos de subjetivação. A noção de dispositivo

foucaultiano, segundo o filósofo italiano, encontra uma relação no pensamento de Hyppolite e Hegel, ao pontuarem que a positividade é o elemento histórico e, considerada por Hegel, um obstáculo à liberdade humana, portanto deve ser condenada. Essa concepção de positividade hegeliana será fundamental para compreender o processo de subjetivação argumentado por Agamben, que será detalhado adiante.

A partir desta concepção da positividade, Foucault (1987) busca investigar os modos concretos em que as positivities (ou os dispositivos) agem nas relações, nos mecanismos e nos “jogos” de poder. Foucault vai sinalizar ainda que as relações de poder são resultantes da relação entre os indivíduos como seres vivos e o elemento histórico – definido como o conjunto das instituições, dos processos de subjetivação e das regras.

O sentido de dispositivo em Foucault (1987) deriva do latim “*dispositio*”, que assume a semântica da oikonomia teológica. O filósofo italiano avança na noção foucaultiana de dispositivo e propõe dois grandes grupos ou classes para melhor entendimento desta questão:

- a) de um lado, os seres vivos (ou, as substâncias) e/ou a ontologia das criaturas;
- b) de outro, os dispositivos em que estes são incessantemente capturados e/ou a oikonomia dos dispositivos, que procuram governar e guiar para o bem.

Assim, em Agamben os dispositivos são definidos como:

qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos. Não somente, portanto, as prisões, os manicômios, o Panóptico, as escolas, a confissão, as fábricas, as disciplinas, as medidas jurídicas etc, cuja conexão com o poder é num certo sentido evidente, mas também a caneta, a escritura, a literatura, a filosofia, a agricultura, o cigarro, a navegação, os computadores, os telefones celulares e – por que não – a própria linguagem, que talvez é o mais antigo dos dispositivos (AGAMBEN, 2009, p. 40-41)

Porém, entre as duas classes, ou seja, os seres vivos e os dispositivos existe uma terceira classe: os sujeitos. “Chamo sujeito o que resulta da relação e, por assim dizer, do corpo a corpo entre os vivos e os dispositivos” (AGAMBEN, 2009, p. 41).

O autor vai destacar ainda que um mesmo indivíduo, uma mesma substância, pode ser o lugar dos múltiplos processos de subjetivação: o usuário de telefones celulares, o navegador da internet, o escritor de contos, o apaixonado por tango, o não global etc. Para o filósofo italiano, quanto mais dispositivos, maior o processo de subjetivação e os dispositivos co-evoluem com os homens. “Certamente, desde que apareceu o *homo sapiens* havia dispositivos, mas dir-se-ia que hoje não haveria um só instante na vida dos indivíduos que não seja modelado, contaminado ou controlado por algum dispositivo” (AGAMBEN, 2009, p. 42).

De acordo com o autor, os dispositivos não são um acidente em que os homens caíram por acaso, mas têm raiz no mesmo processo de “hominização” que tornou “humanos” os animais que classificamos sob a rubrica *homo sapiens*. “Na raiz de todo dispositivo está, deste modo, um desejo demasiadamente humano de felicidade, e a captura e a subjetivação deste desejo, numa esfera separada, constituem a potência específica do dispositivo” (AGAMBEN, 2009, p. 44).

A concepção de Agamben para dispositivo se relaciona com a da tese de Lev Manovich (2001) para as bases de dados como forma cultural, que orienta o ver, o navegar e o buscar. Manovich (2001) reconhece as bases de dados como uma forma cultural simbólica, que ele conceitua como a era do computador, uma vez que as bases de dados orientam o ver, navegar, buscar na sociedade contemporânea. Em Manovich, os BD’s traduzem o mundo a partir de conjunto de dados, cada vez mais concatenadas e recombinantes. Defende-se aqui que a “era do computador”, que potencializou também a produção e circulação de informação, tendo em vista a otimização das ferramentas de produção, como blogs, redes sociais, fóruns e sites coletivos.

Assim, as bases de dados – em nosso entendimento – também podem ser classificadas como dispositivos, pois têm em si a capacidade de “capturar, orientar,

determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos” (AGAMBEN, 2009, p. 40-41).

Ao analisar os sete vencedores do Data Journalism Awards 2013<sup>71</sup> nota-se que boa parte das fontes utilizadas pelos jornais para compor as suas narrativas são oriundas de bases de dados públicas.

Em termo do gênero, observa-se a predominância da infografia interativa como recurso narrativo para contar as histórias. O uso de tal técnica se justifica, pois a personalização e o compartilhamento estão presentes em quase todos os casos estudados. Ao recorrer à personalização como estratégia discursiva, os jornais buscam aproximar a notícia do leitor, colocando-o como personagem principal da reportagem. Já o compartilhamento atende a uma necessidade tanto mercadológica (utilizar as mídias sociais para ampliar a audiência) e uma prática cultural na internet.

#### Vencedores do Data Journalism Awards 2013

Projeto	Jornal	Tema	Fonte	Gênero	Propriedades e características
Gay Rights by State	The Guardian	Direitos humanos	Human Right Campaign	Infografia interativa	- Personalização - Colaboração - Compartilhamento
Art Market for Dummies	Jean Abbiateci and Ask Media	Arte	Artprice Reports, Mutualart, Arvalue	Infografia interativa	- Personalização - Download do conjunto de dados

<sup>71</sup>

<<http://www.globaleditorsnetwork.org/dja/about/>>. Acesso em: 26/10/2013.

Argentina's Senate Expenses, 2004-2013.	La Nación	Política	Senado	Crossmedia	- Compartilhamento  - Download do conjunto de dados
Children in Care	Media Wales	Direitos humanos	Assembleia Nacional	Texto	- Avaliar  - Comentar - Compartilhar
Connected China	Thomson Reuters	Política	Base de dados própria	Infografia interativa	- Compartilhar
Great British Class Calculator	BBC	Emprego	Universidades	Infografia interativa	- Personalização  - Colaboração  - Compartilhamento
Le Pariteur	WeDoData	Emprego	Dados governamentais	Infografia interativa	- Personalização  - Compartilhamento

Jacques Aumont (1993), no livro *A Imagem*, propõe entender dispositivo como “meios e técnicas de produção e imagens, seu modo de circulação e eventualmente de reprodução, os lugares onde elas estão acessíveis e os suportes que servem para difundi-las” (AUMONT, 1993, p. 135). Já Mouillaund (1997) defende que o dispositivo não é apenas um suporte, mas também orienta os modos de interpretação dos discursos.

Desse modo, o aspecto mais importante do dispositivo, independente da sua materialidade, é o efeito ideológico que ele provoca. Porém, para além das especificidades técnicas, o dispositivo está fortemente concatenado a um contexto

histórico e cultural, que por sua vez influenciam os sentidos que os dispositivos operam e, conseqüentemente, a memória.

### **3. 1 A construção colaborativa da memória**

A memória cultural é fruto de um processo dinâmico. Maurice Halbwachs (1950) em “*La mémoire collective*” evidencia que as dimensões sociais da memória individual, ou seja a memória sobre uma cidade, por exemplo seria moldada por várias descrições sobre a localidade que o visitante tenha visto ou ouvido falar, seja em livros ou por amigos. Ainda que não evidencie em sua obra, Halbwachs deixou nas entrelinhas que a mídia (linguagem, cartas, livros, fotos, filmes, entre outros) fornece quadros para moldar a experiência e a memória.

Erll e Rigney (2009), por sua vez, vão conceituar a memória cultural como um processo contínuo pelo qual as memórias são partilhadas com o auxílio de artefatos simbólicos, responsáveis pela mediação entre os indivíduos, tanto com o espaço/ambiente como no tempo. Essa é a premissa básica para que a memória possa se tornar coletiva, a partir da mediação. Erll e Rigney (2009) recorrem a Pierre Nora (1984, 1987, 1992) que propõe que neste processo de formação/construção da memória existem “lugares de memórias”, que funcionam como pontos relativamente estáveis para a referência para os indivíduos e comunidades.

Neste processo, os meios de comunicação ocupam papel singular. Os *mass media* desempenham um papel ativo em nossa compreensão do passado, assim como o agendamento de temas futuros (*Premeditation*, segundo Richard Grusin, 2010) e os atos de lembranças da sociedade. Porém, à margem dos *mass media*, os indivíduos reconfiguram a sua relação com o passado e reconfiguram os locais emergentes da memória. Assim “lembrar” é visto como um compromisso ativo com o passado, uma ação performativa. Para além de uma questão individual, a dinâmica da memória cultural só pode ser totalmente compreendida se levarmos em conta não apenas os fatores sociais, mas também os quadros de lembrança – mediados – e os processos por meio dos quais as memórias entram/são agendados na arena pública e tornam-se coletivos.

Erll e Rigney (2009) retomam o conceito de *remediation*, de Bolter e Grusin (2000), sobretudo a noção de recuperação, onde as novas mídias remodelam as mídias anteriores e pontuam ainda sobre a necessidade cultural de multiplicar os meios de comunicação e apagar os traços de mediação. Erll e Rigney (2009) vão defender que não existe memória cultural antes da mediação, não há mediação sem correção/reconfiguração: todas as representações do passado disponíveis pelas mídias ou sobre os produtos existentes de mídia seguem determinados padrões de representação e estética.

Esse argumento fica mais claro quando Erll e Rigney (2009) citam os filmes de guerra *made in Hollywood* como “*O Resgate do Soldado Ryan* (1998)” ou “*A Conquista da Honra* (2006)”, que incorporam ou emulam fotografia de imprensa e documentário, ou seja, meios que são comumente utilizados por representar a “coisa real/passado real”.

Voltando a Bolter e Grusin (200), os autores argumentam que: enquanto “imediação” cria a experiência da presença do passado, “hipermediação” lembra o espectador da mídia, aponta para o potencial de auto-reflexividade de todos os meios de memórias. Assim, a remediação é vista como uma forma de intermedialidade da memória cultural como um fenômeno transmidiático, que se realiza, ao longo do tempo, por meio das tecnologias de mídia que uma comunidade tem à sua disposição e para a qual atribui o potencial de criar cada vez maior imediatismo e verdade memorial.

Hoskins (2009) defende que a mudança no perfil do consumidor mudará a relação entre a mídia e a memória. Mídias sociais e colaborativas remediariam o papel dos meios em mediar os assuntos temporais. A defesa de Hoskins é que a memória contemporânea não é constituída nem por recuperação, nem através da representação de alguns conteúdos do passado apresentados. Em vez disso, ela é incorporada e distribuída através de nossas práticas sociotécnicas. O uso de sites e serviços como o MySpace, Facebook e Twitter permitem aos usuários exibir continuamente e moldar o “*self*”, postar comentários sobre as suas vidas e as interações com o público ou privado um com o outro através de serviços de mensagens em tempo real ou em tempo quase real.

A utilização desses sistemas contribui para uma nova memória de uma rede digital de memória emergente em que as comunicações em si dinamicamente adicionam, alteram uma espécie de viver o arquivamento memória.

Recorrendo a estudos da neurociência, principalmente os desenvolvidos por Steven Rose (1992), Hoskins (2009) vai pontuar que nas culturas orais dos povos antigos, era necessário que as memórias fossem constantemente treinadas e renovadas. O ato de recontar garantia a preservação da cultura comum. Porém, cada vez que um conto era dito, portanto único, a memória era sempre fruto da interação particular do narrador, suas memórias de histórias passadas e do público presente. Não há aqui um arquivamento, a não ser subjetivo e individual das histórias.

Para Hoskins (2009) as novas tecnologias congelam a memória, pois a fita de vídeo ou a fita de áudio, um registro escrito, fazem mais do que apenas reforçar a memória, mas sim a congela, e impõe uma sequência fixa, linear, preservando-a e ao mesmo tempo impede que evolua e se transforme com o tempo. Ainda sobre as novas tecnologias, o autor pontua que a memória torna-se mais efêmera, pois a internet reconfigura a temporalidade, a espacialidade e a mobilidade/velocidade de memórias.

Hoskins (2009) argumenta que a atual ecologia pode ser descrita como uma "metamemória", onde discursos e debates tentam conciliar ou para desafiar a função ou o propósito da especial memória cultural, sejam marcadores, objetos, exposições, museus, que servem para "estar no" ou para se tornar potencialmente mais durável do que a memória que pretende despertar e incentivar.

A condição de lembrar está cada vez mais em rede, mas também ativa e re-ativamente construída *on-the-fly*, caracterizado pela sua mediação ou mediatização via uma série de mídias digitais. O autor retoma os debates sobre o livro *Premediation* (Grusin, 2010) para argumentar que o ser humano tem co-evoluído com a tecnologia, distribuindo suas funções cognitivas com as redes de artefatos técnicos. Prova disso é o papel que as imagens desempenham na contemporaneidade, uma vez que as fotos passam a ter um efeito transitório.

Hoskins argumenta que a possibilidade dos cidadãos contribuírem para a mudança da infraestrutura dos meios de comunicação gerou duas fases de midiaticização. A primeira baseada nas acumulações arquivísticas produziu um “terrorismo de memória historicizada”. Isso porque os meios de comunicação de massa apagam o passado por meio da imposição (audiovisual) imediatista na sua mediação de eventos, particularmente através das coberturas em tempo real. A segunda segue a lógica da *Cauda Longa* (Chris Anderson, 2006), pois produz novas “recuperações” sob demanda.

### **3.2 As possibilidades do jornalismo a partir das bases de dados**

Em *News and the Net*, Barrie Gunter (2003) sinaliza que as novas tecnologias - até então emergentes, na época em que o livro foi escrito - possibilitariam novas formas de produção e distribuição de notícias.

Gunter ressalta ainda que a passagem das tecnologias "analógicas" para a "digitais" otimizou a convergência entre os *media*, seja pelos aspectos técnicos ou culturais. Outro ponto destacado, neste processo de transição, é a fragmentação da audiência e a mudança no perfil dos consumidores, que sai de um caráter "passivo" para assumir um papel "ativo" nos processos comunicacionais.

A partir da década de 70, com a informatização das redações, os produtos jornalísticos passam por novas rotinas, processos, linguagens e organização. Neste contexto, os computadores atuaram como processadores de banco de dados, reconfiguraram a elaboração e a distribuição de materiais.

Rich Gordon (2007) propõe cinco possibilidades para as bases de dados, a saber:

Nível 1: Dados de entrega: aqui uma organização de notícias obtém dados e os torna disponíveis de forma navegável. Não há informação adicional e pouca funcionalidade para o usuário online.

Nível 2: Busca de dados: esta é de longe a forma mais comum de como os dados são disponibilizado. Os usuários devem encontrar a informação relevante ao inserir texto em uma caixa de pesquisa.

Nível 3: Exploração de dados: combinação de informações é regra neste nível.

Nível 4: Visualização de dados: a coisa mais valiosa que uma organização de notícias pode fazer é fornecer uma maneira para as pessoas visualizarem o que os dados mostram.

Nível 5: Dados de experiências e histórias: articular dados com histórias pessoais. Humanizar os dados.

As bases de dados possibilitaram a reconfiguração do jornalismo digital e é elemento estruturante para o jornalismo digital de quarta geração. Este processo é destacado por Barbosa (2007) como capaz de constituir o diferencial do ciberjornalismo diante dos meios tradicionais - jornal, rádio e TV.

Para o jornalismo digital, as bases de dados são definidoras da estrutura e da organização, bem como da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística. Elas são o elemento fundamental na constituição de sistemas complexos para a criação, manutenção, atualização, disponibilização e circulação de produtos jornalísticos digitais dinâmicos (BARBOSA, 2007, p. 214).

De acordo com Barbosa (2007), as bases de dados atuam ainda na gestão interna dos produtos, na composição das peças informativas, recuperação das informações e na apresentação dos conteúdos. Tendo em vista estas considerações, é válido explicitar que as estruturas de bases de dados são constituídas, cada vez mais, com a participação dos usuários – sobretudo nas mídias sociais – a partir da classificação interna dos jornais das notícias e combinação de dados. Apesar das bases de dados estarem associadas às

linguagens de programação (XML, MySQL), a apropriação pelo campo do jornalismo pode remediar a sua aplicação, que nos jornais são traduzidas em interface mais flexível e arquitetura baseada em correlação, mineração dos dados, *mashups* e escritas coletivas.

### **3.3 Liberação das API's e a segunda fase do jornalismo colaborativo**

Em 2004, João Canavilhas apontava que o desafio para o webjornalismo era otimizar a organização e a disponibilização da memória para os usuários, tendo em vista o desenvolvimento de bases de dados e interfaces que melhoram a experiência dos usuários. Uma resposta para a preocupação de Canavilhas começou a ser desenhada em 2008, ano em que os principais jornais do mundo (The Guardian, The New York Times, BBC, USA Today) passaram a abrir a sua API (Interface de Programação de Aplicativos) e seus respectivos bancos de dados para o *remix* dos usuários para a comunidade externa. Esse processo de liberação da API e dos bancos de dados implica a geração de valor – a partir do momento em que possibilita novas formas de uso, apropriação e criação de produtos - , tanto para a comunidade como para os jornais, como potencializa a inovação, a partir do momento em que permite a participação dos usuários no desenvolvimento dos seus produtos e por fim, reconfigura também o jornalismo colaborativo.

A API (Interface de Programação de Aplicativos) cumpre uma função social de facilitar a apropriação de softwares e aplicativos sem envolver-se com a programação. As plataformas abertas são suportes para que a comunidade inove e crie valor para novos produtos, personalizem aplicativos e melhorem a experiência dos usuários. O Google, por exemplo, ao abrir a API do Google Maps permitiu que diversos *mashups* fossem desenvolvidos, desde a indexação de locais violentos, mapear os buracos de uma cidade, monumentos históricos, *Hotspot* de acesso à internet, postos de gasolinas, entre outros.

Ainda que o uso de API aberta seja um problema para as empresas, que temem que a mesma API seja utilizada pelo concorrente para desenvolver um serviço semelhante, como os aplicativos de monitoramento e gestão do Twitter, criados a partir da API, mostram que o verdadeiro valor é de natureza social e de facilitar a vida do usuário. No

caso da Amazon, por exemplo, os programadores lucram com o seu trabalho à medida que solucionam problemas de usuários do site de busca/venda.

As BD's possibilitaram a apropriação e distribuição colaborativa, bem como a personalização do consumo de notícias, a partir do momento em que os jornais iniciaram o processo de abertura de suas APIs, hackeamento dos jornais e disponibilização das suas bases de dados para a comunidade como a Bloomberg<sup>72</sup>, Reuters<sup>73</sup>, New York Times<sup>74</sup>, Usa Today<sup>75</sup>, The Guardian<sup>76</sup>, entre outros. Outro ponto a ser observado, nesse caso, é a criação de projetos estruturados nas mídias sociais e colaborativas, nos quais o cidadão também é parte integrante na formação de base de dados abertas.

Barbosa (2007, 2008) elenca um conjunto de 22 funções que as bases de dados desempenham nos jornais. Destas funções, seis estão diretamente relacionadas aos processos colaborativos, a saber:

- Permitir usos e concepções diferenciadas para o material de arquivo;

Uma vez digitalizado, armazenado, organizado e estruturado em BD's, o material de arquivo fica apto para ser trabalhado de maneiras diversas. (...) O material de arquivo oferece contexto para as matérias e reportagens, aparecendo integrado a elas a partir da inserção de links relacionados para o material de um produto específico e também para o dos concorrentes (BARBOSA, 2007, p. 225-226).

- Habilitar o uso de metadados para análise de informações e extração de conhecimento, seja por meio de técnicas estatísticas ou métodos de visualização e exploração como o data *mining*;

<sup>72</sup> <<http://www.wallstreetandtech.com/trading-technology/bloomberg-open-sources-its-market-data-d/232600015>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>73</sup> <<http://spotlight.reuters.com/project/apiDemo>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>74</sup> <<http://open.blogs.nytimes.com/2009/01/21/mark-your-calendars-times-open-feb-20/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>75</sup> <<http://www.programmableweb.com/api/usa-today>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>76</sup> <<http://www.guardian.co.uk/media/2009/mar/10/guardian-open-platform>>. Acesso em: 26/10/2013.

Como matéria-prima das BD's, os metadados ou metainformações oferecem um grande potencial para ser aplicados aos conteúdos jornalísticos para a descoberta de relações e de conhecimento que podem estar escondidos por entre as informações (BARBOSA, 2007, p. 228).

- Ordenar e qualificar os colaboradores e “repórteres cidadãos”;
- Orientar e apoiar o processo de apuração, coleta e contextualização dos conteúdos.
- Gerenciar o fluxo de informação e o conhecimento nas redações;
- Suportar ações de interação que envolvam usuários e profissionais através do conteúdo informativo e de entretenimento e portagens investigativas associadas a informações de serviço, ou até mesmo vinculados a algum game, por exemplo).

Machado (2006) pontua que, no jornalismo digital, as Bases de Dados, assumem três funções: “1-de formato para estruturação da informação; 2- de suporte para modelos de narrativa multimídia; 3- de memória dos conteúdos publicados” (MACHADO, 2006, p. 16).

Quando atua como suporte, além de estruturar a informação, possibilita o desenvolvimento de novos modelos de narrativa. Por fim, as bases de dados como memória, não significa apenas o armazenamento, mas a sua atualização contínua e recuperação.

Ainda que essas funções, propostas por Machado (Ibidem), sirvam para explicar as bases de dados e suas relações com o jornalismo em ambientes colaborativos, propomos que as bases de dados desempenham uma quarta função: a de dispositivo para as apropriações colaborativas. Ainda que Machado indique as bases de dados como suporte para o jornalismo digital, essa dimensão está associada, sobretudo, a plataformas, *devices* e extensões. A concepção das bases de dados como suporte, até então, evidenciava a organização interna dos conteúdos pelos jornais. A partir do momento em que os jornais disponibilizam as bases de dados para o livre acesso

dos usuários, essa função de suporte não é suficiente para compreender esse processo, pois não trata-se apenas de como os dados são organizados, mas como eles são disponibilizados para novas apropriações.

Esta nova função proposta neste trabalho visa destacar o emergente processo de produção colaborativa a partir das bases de dados, o hackeamento, a mineração ou até mesmo os agregadores de notícias. A abertura de API's, sistema de *open news* e abertura dos dados públicos, por exemplo, trazem novos desafios e oportunidades para o jornalismo digital em suas extensões colaborativas, onde as bases de dados são ao mesmo tempo forma e suporte e potencializam a memória, uma vez que novos produtos serão elaborados pelos colaboradores.

As bases de dados como suporte para colaboração são formada por duas dimensões:

- 1- a interface, que atua como mediadora entre o usuário e os dados;
- 2- a arquitetura da informação, que organiza os dados e os disponibiliza para a composição de novas narrativas.

Barbosa (2007) destaca que além de funcionar como estrutura para armazenar as informações, as bases de dados são ofertadas aos usuários externos como um serviço pelos meios de comunicação. Para além de uma seção/editoria, alguns *media* passaram a disponibilizar também as suas *Application Protamming Interface* (API) para a apropriação pela comunidade.

Campbell y Goodman (*apud* NOCI 2001) em suas análises sobre os jornais na Web identificaram três níveis de organização, a saber: 1- interface e/ou apresentação do conteúdo: templates, botões, mapas, em resumo a área estética; 2- estrutura: nível composto por formatos/linguagens que ordenam os nós de ligações e relações; 3- base de dados: dados organizados em uma subcamada, que através de mecanismos de busca ou combinação ficam disponíveis para os usuários.

Se as bases de dados influenciaram a criação de um terceiro e quarto estágio para o jornalismo digital, onde estas são definidoras da estrutura, organização, composição

e apresentação dos conteúdos jornalísticos (Barbosa, 2007, 2013), no Jornalismo Colaborativo, possibilitará a participação dos usuários em dois novos níveis: 1- interface/apresentação de conteúdo e 2- na produção de conteúdo, a partir do manejo com base de dados disponibilizadas por meio de APIs e resultantes da Lei de Acesso à Informação.

O nível 1 se aproxima do que Manovich (2011) conceitua como visualização de informação (infovis), cuja definição é “um mapeamento entre dados discretos e uma representação visual” (MANOVICH, 2011, p. 148). O autor estabelece a diferença entre design da informação, que trabalha com informação, e visualização da informação, que trabalha com dados. De acordo com Manovich (2011), a infovis, se baseia em dois princípios: como substituição de objetos e relações entre eles – usando gráficos primitivos e para revelar padrões e estruturas nos objetos de dados que tais gráficos representam.

A partir da abertura dos canais de emissão, tanto nos sites dos *mass media* como nas experiências independentes, novas vozes ecoaram no ecossistema midiático, bem como as redes sociais e as ferramentas foram responsáveis para o compartilhamento de conteúdos jornalísticos. Os cidadãos passaram a ter acesso às ferramentas de produção, mas não aos dados finais. Assim a participação dos usuários na produção de conteúdo estava restrita ao que chamamos de 1º nível: elaboração e distribuição de conteúdo.

A liberação das APIs e das bases de dados inaugurou uma segunda fase do Jornalismo Colaborativo, pois os cidadãos agora desenvolvem novos formatos de apresentação de conteúdos que são gerados por jornais, bem como interfaces para o consumo/colaboração em dispositivos móveis e desktops, por exemplo. Machado (2006) destaca que em um sistema de arquitetura aberta e distribuída, o usuário desempenha não apenas o papel de leitor, mas sim, o de colaborar na produção dos conteúdos ou na circulação de informações dos media.

Nos sistemas de edição aberta, o conceito de identificação e seleção de informações (gatekeeping) que orienta os processos de edição no jornalismo convencional e, em muitos casos, sustenta em parte os sistemas de edição de projetos de jornalismo

digital em bases de dados, controlados na etapa final pelos jornalistas, desaparece para dar lugar ao conceito de avaliação crítica dos selecionadores (gatewatching), em que todos os membros de uma rede de produção de informações têm a responsabilidade de produzir e editar os conteúdos publicados. Ao equiparar todos os membros de uma comunidade de produção de informações, independentemente dos conhecimentos e competências de cada um, estes sistemas são menos complexos porque são desconsideradas as diferentes funções exercidas individualmente e tampouco as etapas do processo de edição são diferenciadas entre si. (MACHADO, 2008, p. 10)

As interfaces criadas a partir de softwares, bem como as linguagens de programação facilitam a navegação por esses conteúdos, pois a informação pode ser compartilhada e acessada a qualquer hora e, além de tudo, os conteúdos podem ser remixados e apresentados em um novo formato e/ou suporte para a construção de novas narrativas.

A consultoria estadunidense MediaBistro indicou<sup>77</sup> algumas mudanças paradigmáticas para o futuro do jornalismo, dentre elas, o compartilhamento público de APIs, como estratégia para ampliar a distribuição das notícias e potencializar o sistema de produção *open news*, como a experiência desenvolvida pelo jornal britânico The Guardian<sup>78</sup>, que publica a pauta para a colaboração dos leitores.

As práticas de produção de conteúdo colaborativo na última década concentraram-se, sobretudo, na abertura dos códigos de emissão e circulação de informação. Até mesmo o *OhMynews*<sup>79</sup> estava calcado apenas na abertura dos canais de emissão.

O *OhMyNews*, que celebrou uma década no “ar” em 2010, sintetiza a proposta da produção colaborativa inicial: dar voz aos cidadãos e aumentar a participação dos leitores na elaboração e circulação das notícias. Podemos observar aqui que a estruturação do Jornalismo em Bases de Dados, bem como a liberação das bases de dados e das APIs dos jornais: calcada não apenas na abertura dos canais de emissão,

---

<sup>77</sup> <[http://www.mediabistro.com/10000words/five-new-years-resolutions-for-newsrooms\\_b9610](http://www.mediabistro.com/10000words/five-new-years-resolutions-for-newsrooms_b9610)>. Acesso em: 22/10/2013

<sup>78</sup> <<http://www.theguardian.com/media/open-journalism>>. Acesso em: 22/10/2013

<sup>79</sup> <<http://www.ohmynews.com/>>. Acesso em: 22/10/2013

mas apropriação do código fonte (as notícias e/ou bases de dados) dos jornais e a recombinação dessas informações.

No campo do jornalismo, a liberação das API's cumpre dois papéis principais: criar uma rede de inovação em torno dos jornais e transformá-los em plataformas digitais de conteúdo, para além de meros sites jornalísticos uma vez que, ao permitir a apropriação das suas bases de dados, os *media* tornam-se interfaces de conteúdo programável. A disponibilização da API será fundamental para potencializar as ações de hackeamento dos jornais, pois este processo é marcado por novos modelos de criação de valor, novos produtos e aposta nos processos colaborativos como estratégia de adaptação e adequação diante de novas dinâmicas presentes na ampla e complexa ecologia contemporânea dos meios, uma vez que como marcas tradicionais, instituídas do jornalismo, as empresas jornalísticas estão buscando melhor posicionamento nesse ambiente incorporando práticas de outros campos.

Essas ações de hackeamento tornaram-se mais frequentes com a abertura dos dados governamentais. Em um estudo do processo de abertura das bases de dados públicas realizadas por países da América Latina evidencia como produtos do Jornalismo Colaborativo a partir das Base de Dados são oriundos da apropriação das bases de dados governamentais

A partir de 2011, mediante acordo de parceria com a Open Government Partnership (OGP) ou Parceria para Governo Aberto, diversos países da América Latina passaram a criar planos/políticas de governos eletrônico e, dentro dessas iniciativas, portais de dados abertos e/ou transparência. Tal processo resulta na promoção de hackathon em toda região, onde a partir da abertura das bases de dados públicas a produção de serviços, produtos e soluções são estimuladas por órgãos governamentais.

De acordo com estudo<sup>80</sup> realizado, em 2013, pela World Wide Web Foundation e pelo The Open Data Institute, o Brasil ocupa o 28º lugar no ranking de 77 país analisados no quesito política de dados abertos. O ranking do OpenData Barometer coloca o Reino

---

<sup>80</sup> <<http://www.opendataresearch.org/barometer>>. Acesso em: 26/10/2013

Unido em primeiro lugar, seguido pelos Estados Unidos, Suécia, Nova Zelândia e Dinamarca.

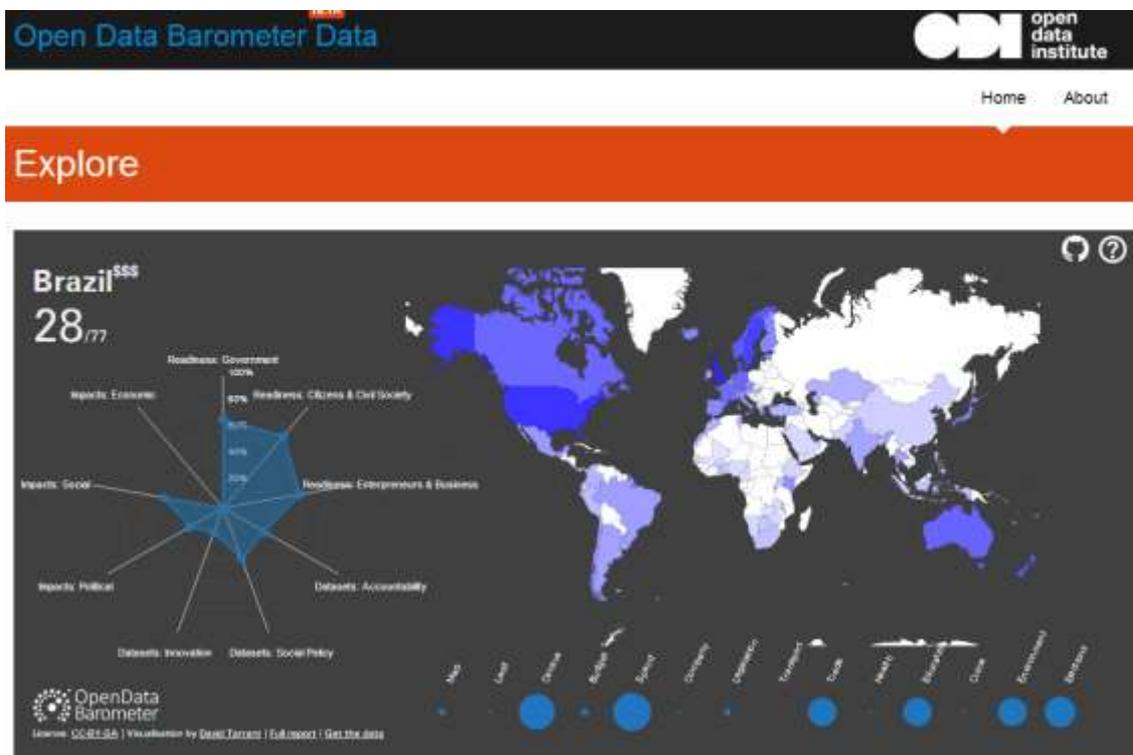


Figura 9: Dados do Brasil de acordo com a pesquisa. Nov. 2013

O estudo aponta que a política de dados abertos tem avançado no mundo, porém 55% desenvolvem iniciativas para abrir as informações públicas e menos de 10% dos conteúdos fundamentais de fato são acessíveis ao público. De acordo com levantamento do site Data.gov<sup>81</sup>, criado pelo governo dos Estados Unidos, atualmente, 47 países possuem sites de dados abertos. Na América Latina, dos 20 países, nove possuem sites destinados à disponibilização de dados públicos.

Tendo em vista o cenário recente da abertura das bases de dados governamentais na América Latina e, conseqüentemente, a lacuna sobre esse novo momento de transparência estatal, bem como a relação direta com a temática deste trabalho, julgamos de suma importância a observação dos portais e aplicativos gerados a partir deste processo, que se faz a seguir.

<sup>81</sup> <<http://www.data.gov/>>. Acesso em: 26/10/2013



*Figura 10: Disposição geográfica dos países que contam com sites de dados abertos. Fonte: Data.gov. Nov.2013*

## Chile

### Sobre o Portal

O portal <http://datos.gob.cl/><sup>82</sup> é mantido pelo Governo do Chile e tem como objetivo possibilitar "que las personas tengan acceso a la información en base a la cual el gobierno toma decisiones para las políticas públicas y que también la puedan utilizar para sus propias investigaciones e intereses. Por ejemplo, construir aplicaciones y conducir análisis"<sup>83</sup>(GOVERNO DO CHILE, 2013, Online)

<sup>82</sup> <<http://datos.gob.cl/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>83</sup> "que as pessoas tenham acesso à informação com base na qual o governo toma decisões para elaborar as políticas públicas e que também possa realizar suas próprias investigações e interesses. Por exemplo, construir aplicações e conduzir análises".

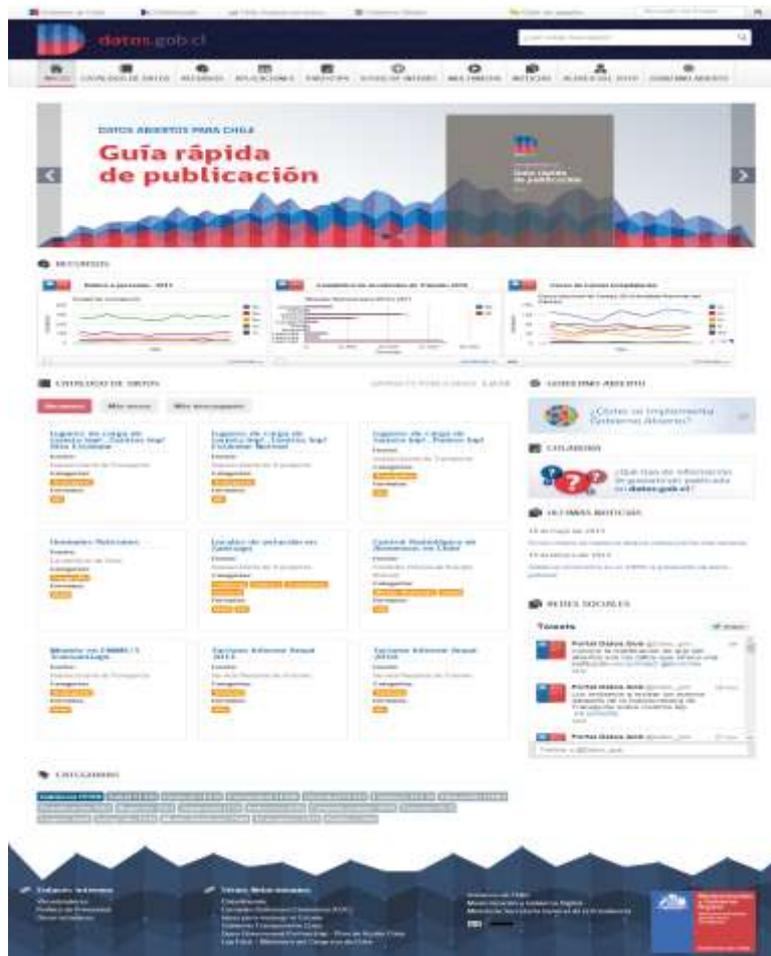


Figura 11: Portal de dados abertos do Chile. Nov. 2013

Tem aplicativos desenvolvidos por cidadãos?	Organização dos dados (Big data ou small data)	Interatividade	Colaboração	Licença	Estética	Mídias sociais
Sim	Ambos	Sim	Sim	Creative Commons	Multimídia	Sim (Twitter)

### Sobre os aplicativos

No que interessa especificamente, neste trabalho, a seção de aplicativos conta com 13 aplicativos cadastrados, desenvolvidos a partir das bases de dados públicas, disponibilizados pelos órgãos governamentais. 12 aplicativos estão ativos e apenas um foi descontinuado pelos idealizadores.

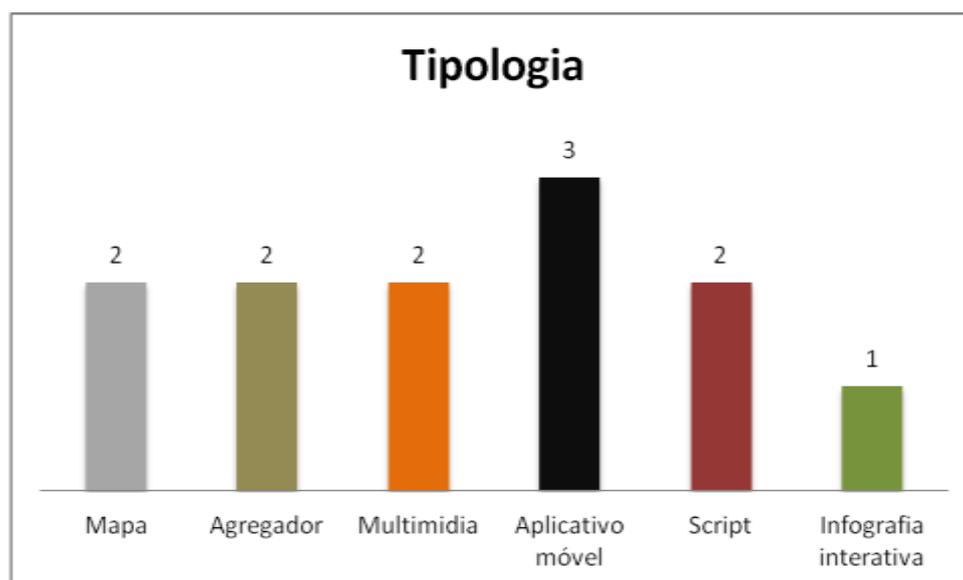
Deste total, oito foram produzidos pelos próprios cidadãos e cinco por instituições públicas. Em relação aos gêneros, sete foram classificados como aplicativos de cidadania e seis como serviços públicos.



Figura 12: *Gasto público reúne diversos recursos multimídia. Nov*

2013

No gráfico abaixo é possível visualizar a tipologia das aplicações desenvolvidas:



Colômbia

### Sobre o portal

O portal <http://datosabiertoscolombia.cloudapp.net/><sup>84</sup> é gerido pelo Governo da Colômbia e tem como meta unificar

"todos los datos publicados por las entidades públicas de Colombia, en formato abierto, con el fin de que éstos puedan ser usados por cualquier persona para desarrollar aplicaciones o servicios de valor agregado, hacer análisis e investigación, ejercer labores de control o para cualquier tipo de actividad comercial o no comercial"<sup>85</sup>. (GOVERNO DA COLÔMBIA, 2013, Online)

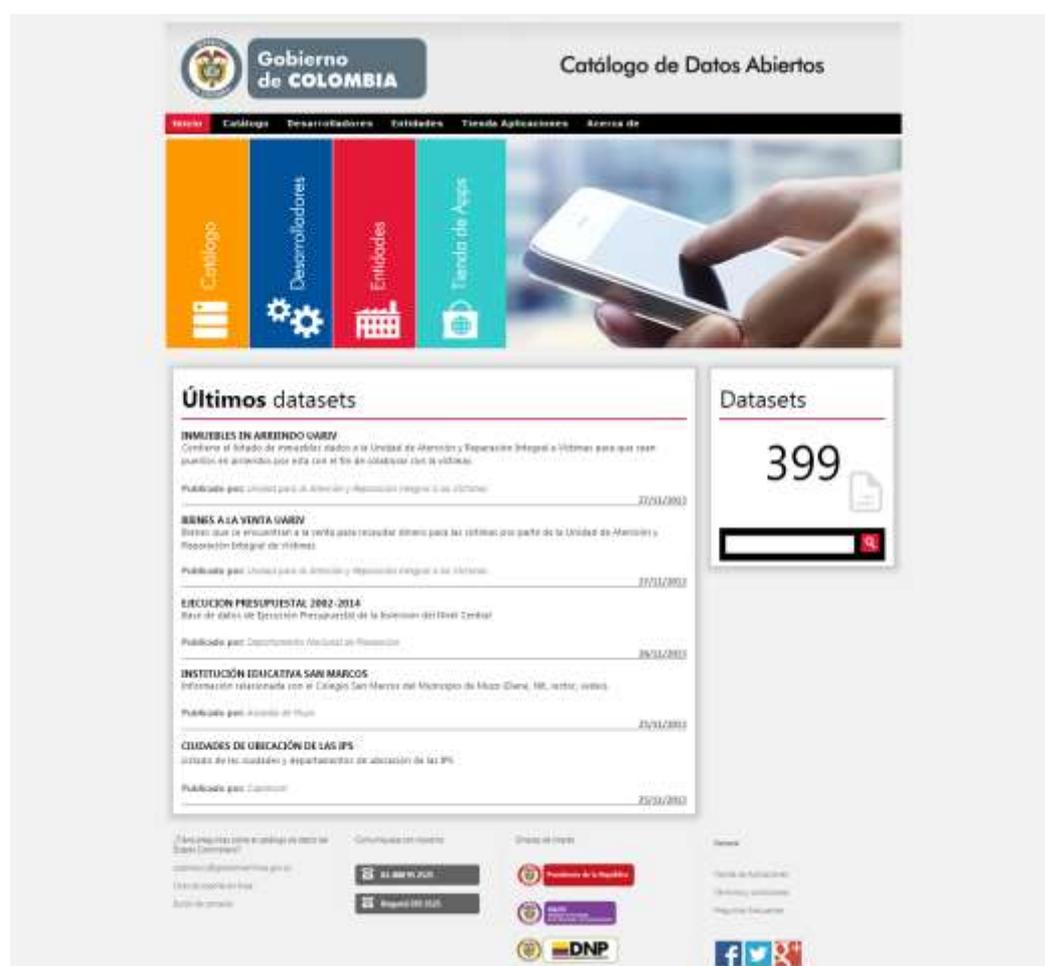


Figura 13: Portal de dados abertos do Chile. Nov. 2013

<sup>84</sup> < <http://datosabiertoscolombia.cloudapp.net/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>85</sup> "todos os dados publicados pelas entidades públicas da Colômbia, no formato aberto, com objetivo de que estes dados possam ser utilizados por qualquer pessoa para desenvolver aplicações ou serviço de valor agregado, fazer análises e investigações, exercer o controle para qualquer tipo de atividade comercial ou não comercial".

Tem aplicativos desenvolvidos por cidadãos?	Organização dos dados (Big data ou small data)	Interatividade	Colaboração	Licença	Estética	Mídias sociais
Sim	Ambos	Sim	Sim	Copyright	Tabelas	Não

### Sobre os aplicativos

O Governo da Colômbia permite que os cidadãos criem aplicativos a partir dos dados público e os armazena em seu portal de dados abertos, após aprovação. No total, foram contabilizados 68 aplicativos, porém, 19 foram cadastrados com duplicidade e nove foram desativados.

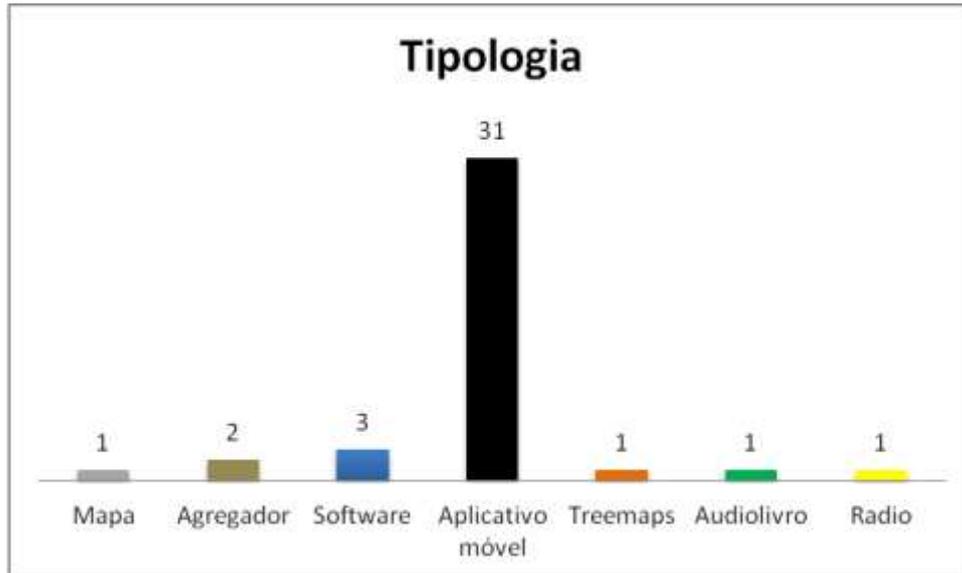
Dos 40 aplicativos ativos – considerados válidos para a amostra – 10 foram desenvolvidos por cidadãos, seis por instituições governamentais e 24 por empresas.



Figura 14: Visualização com tecnologia do treemaps é destaque nos aplicativos colombianos. Nov. 2013

Em relação ao gênero, 32 foram aplicações que ofertam serviços aos usuários e oito buscam potencializar a cidadania.

No gráfico abaixo é possível visualizar a tipologia das aplicações desenvolvidas:



Argentina

**Sobre o portal**

Portal de Datos Públicos

Bienvenidos al Portal de Datos Públicos

Primer Hackatón ProgramAR de Datos Públicos nacionales

Indicadores Sociales

Indicadores Nacionales  
Indicadores Provinciales  
Indicadores Grandes Ciudades

Nube de Tags

ANSES, cultura, ddhh, desarrollo social, discapacidad, economía, educación, elecciones, encuesta, geo, INDEC, organizaciones sociales, reclamos, salud, salud, secuestros, servicios, sociales, sugerencias, tecnología, trámites, turismo, universidad

Aplicaciones

Centros Carcelarios de Detención

Participo

Desarrolladores y Consumidores de Datos

Publicadores de Datos

Novedades

Inicio Datos Indicadores Sociales Aplicaciones Acerca del Portal

Inicio Datos Catálogo de Datos Tags Desarrolladores y Consumidores de Datos Publicaciones de Datos

Indicadores Sociales Aplicaciones Indicadores Sociales Geo de Datos

Aplicaciones

Acerca del Portal Gobierno Abierto Novedades Participo Contacto Enlaces de Interés

Figura 15: Portal de datos abiertos da Argentina. Nov. 2013

O Portal Nacional de Dados Públicos<sup>86</sup>, gerido pelo Governo da Argentina, se “constituye una iniciativa de transparencia y Gobierno Abierto que tiene como objetivo

<sup>86</sup>

<<http://datospublicos.gov.ar/>>. Acesso em: 26/10/2013

disponibilizar la información pública en formatos abiertos y bajo licencias libres<sup>87</sup>”  
(GOVERNO DA ARGENTINA, 2013, Online)

Tem aplicativos desenvolvidos por cidadãos?	Organização dos dados (Big data ou small data)	Interatividade	Colaboração	Licença	Estética	Mídias sociais
Sim	Ambos	Sim	Sim	Licença live	Multimídia	Sim (Twitter, Facebook e YouTube)

### Sobre os aplicativos

Lançado no início de agosto de 2013, o Portal Nacional de Dados Públicos, conta com 10 aplicações, resultado do hackton realizado pelo governo argentino para marcar o começo das atividades do portal. Deste total, seis aplicações podem ser classificadas como projetos voltados para cidadania e quatro ofertam serviços aos usuários.

---

<sup>87</sup> "constitue uma iniciativa de transparência e Governo Aberto que tem como objetivo disponibilizar a informação pública em formatos abertos e baixá-los em licenças livres"

Mapa76 Documentos Blog Iniciar sesión Registrarse

## MAPA76

Extracción automática de datos de documentos para visualizar relaciones

Es una plataforma de investigación periodística que detecta entidades automáticamente, realiza análisis semántico y estructura la información para mostrar relaciones visuales, aplicada a los casos de la última dictadura militar argentina.

[Solicitar invitación](#)

### Últimos documentos

- Avila, Alberto (2011) 11.24.14
- Benito, Arturo (2010) 11.24.14
- Celso, Luciano (2011) 07.28.10
- Soto, Andrés (2011) 07.10.14
- Carraw, Francisco (2010) 05.17.14

El diagrama muestra un flujo de tres etapas: 1. Extracción: documentos de texto se convierten en datos estructurados. 2. Análisis: los datos se validan y se guardan en una base de datos. 3. Visualización: los datos se representan en líneas de tiempo y mapas interactivos.

**Extrae**

Nombre, lugares, fechas, verbos para mostrarlos de forma de manera estructurada

**Analiza**

Validar hechos encontrados en los documentos y guardados automáticamente en una base de datos.

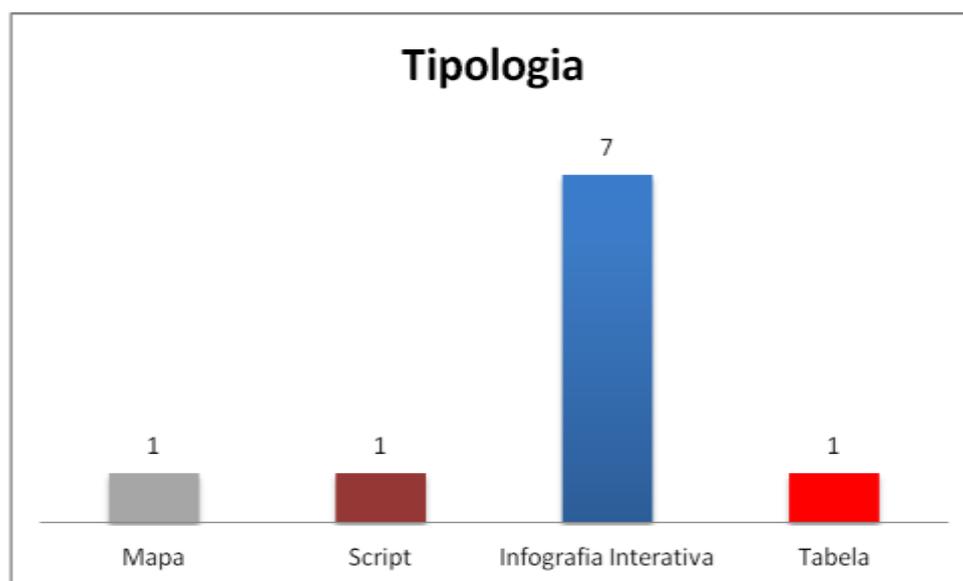
**Visualiza**

Comprender gráficamente los hechos encontrados en líneas de tiempos y mapas interactivos.

Figura 16: Aplicação resgata a memória da ditadura militar no país

Três aplicativos foram criados por cidadãos e sete gestados por grupos de desenvolvedores, jornalistas, hackers e designers.

Abaixo, a tipologia das aplicações argentinas:



Peru

### Sobre o portal

Em fase de estruturação, o portal de Open Data do Peru<sup>88</sup> pretende "democratizar y propalar la información que el Estado posee sobre: Empresas, Teléfonos, Leyes y Registros de Marca<sup>89</sup>". (GOVERNO DO PERU, 2013, Online) Dentre as experiências analisadas, a do governo peruano oferece conteúdo ainda incipiente para uma investigação mais aprofundada, principalmente na temática sobre aplicativos. O site de dados abertos do Peru oferece, em síntese, um catálogo de contatos.

Tem aplicativos desenvolvidos por cidadãos?	Organização dos dados (Big data ou small data)	Interatividade	Colaboração	Licença	Estética	Mídias sociais
Não	Big data	Não	Não	Copyright	Tabelas	Não

Costa Rica

### Sobre o portal

O portal de dados abertos da Costa Rica<sup>90</sup> tem uma peculiaridade, pois reúne informações não apenas do governo, mas de outras 19 instituições públicas do país. Apesar do pouco tempo de existência do portal e da inexistência de canais de interatividade e colaboração, o site reconhece que a iniciativa

<sup>88</sup> <<http://www.datosperu.org/>>. Acesso em: 26/10/2013

<sup>89</sup> "democratizar e propagar a informação que o Estado possui sobre empresas, telefones, leis e registros de marca".

<sup>90</sup> <<http://datosabiertos.gob.go.cr/home/>>. Acesso em: 26/10/2013

"Sirve para mejorar la capacidad del público interesado para encontrar, descargar y utilizar datos públicos del Gobierno de Costa Rica. Le invitamos a navegar en el catálogo, descargar conjuntos de datos y explorar las posibilidades de la iniciativa de "datos abiertos"<sup>91</sup>" (GOVERNO DA COSTA RICA, 2013, Online)

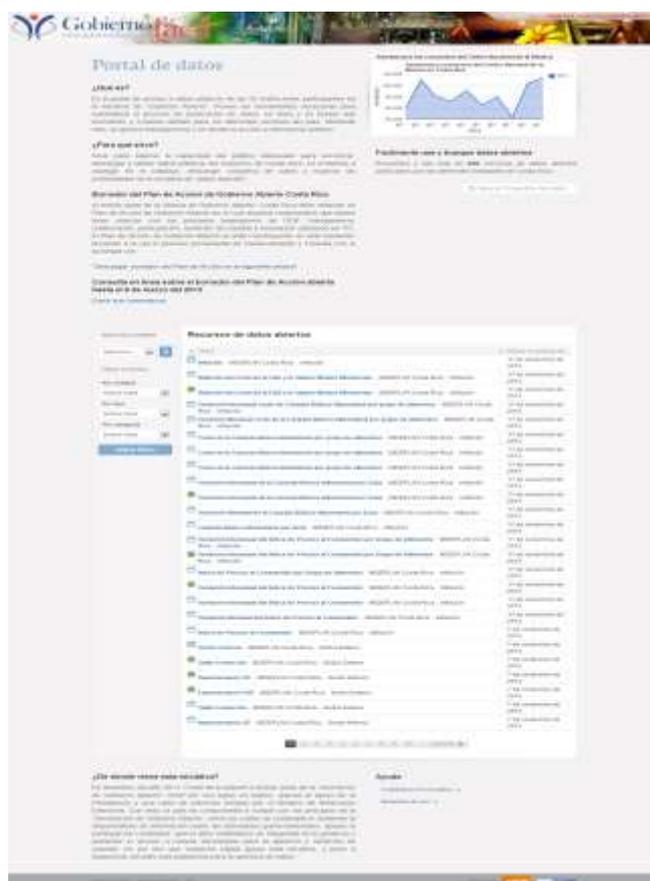


Figura 17: Portal de dados abertos da Costa Rica Nov. 2013

Tem aplicativos desenvolvidos por cidadãos?	Organização dos dados (Big data ou small data)	Interatividade	Colaboração	Licença	Estética	Mídias sociais
Não	Big data	Não	Não	Licença Livre	Tabelas/Gráficos	Não

<sup>91</sup> "Serve para melhorar a capacidade do público interessado para encontrar, baixar e utilizados dados públicos do Governo da Costa Rica. Te convidamos a navegar no catálogo, baixar conjunto de dados explorar as possibilidade da iniciativa dos dados abertos".

El Salvador

### **Sobre o portal**

Situação semelhante da Costa Rica e do Peru foi encontrada no portal de dados aberto de El Salvador<sup>92</sup>, que não conta com aplicação elaborada por cidadãos, bem como canais de participação dos usuários. O site funciona como um repositório de informações em formato CSV com a possibilidade de exportação para utilização destes. Os dados são organizados em sete grandes grupos: Turismo, Segurança Pública, Administração Pública, Saúde, Educação, Economia e Demografia.

En el marco de la adhesión de El Salvador en la Alianza para el Gobierno Abierto (Open Government Partnership) en el 2011, la Dirección de Innovación Tecnológica e Informática de la Presidencia de El Salvador creó el Portal de Datos Abierto (<http://datos.egob.sv/>) en alineamiento a los principios de colaboración y cooperación establecidos en la Alianza. El Portal cumple con las funciones de recoger datos y registros administrativos públicos en formato CSV para su libre, abierta y fácil utilización y reutilización por terceros, enfocado especialmente a promover la apropiación tecnológica y la interoperabilidad entre las instituciones de gobierno<sup>93</sup>. (GOVERNO DE EL SALVADOR, 2013, Online)

---

<sup>92</sup> <<http://datos.egob.sv/>>. Acesso em: 26/10/2013

<sup>93</sup> "O marco para adesão de El Salvador na aliança para o Governo Aberto (Open Government Partnership) em 2011, a Diretoria de Inovação Tecnológica e Informática da Presidencia de El Salvador criou o Portal de Dados Abertos em alinhamento aos princípios de colaboração e cooperação estabelecidos na Aliança. O Portal cumpre a função de coletar dados e registros administrativos públicos em formato CSV para sua livre, aberta e fácil utilização e reutilização por terceiros, visando, especialmente, promover a apropriação tecnológica e a interoperabilidade entre as instituições de governo"



Figura 18: Portal de dados abertos de El Salvador. Nov. 2013

Tem aplicativos desenvolvidos por cidadãos?	Organização dos dados (Big data ou small data)	Interatividade	Colaboração	Licença	Estética	Mídias sociais
Não	Big data	Não	Não	Licença Livre	Tabelas	Não

Uruguai

Sobre o portal

O [datos.gub.uy](http://datos.gub.uy)<sup>94</sup>, elaborado pelo governo uruguaio se apresenta como um

“Guía completa y organizada de trámites e información del Estado. Funciona como Puerta de Entrada a la toda la información y trámites que se encuentran en los sitios Web de organismos y dependencias estatales<sup>95</sup>” (GOVERNO DO URUGUAI, 2013, Online)



Figura 19: Portal de dados abertos do Uruguai. Nov. 2013

<sup>94</sup> <<http://datos.gub.uy/>>. Acesso em: 26/10/2013

<sup>95</sup> "Guía completa e organizada de trâmites e informações do Estado. Funciona como porta de entrada para toda as informações e trâmites que se encontram nos sites de órgãos e departamentos estatais".

Tem aplicativos desenvolvidos por cidadãos?	Organização dos dados (Big data ou small data)	Interatividade	Colaboração	Licença	Estética	Mídias sociais
Sim	Ambos	Sim	Sim	Licença Livre	Multimídia	Não

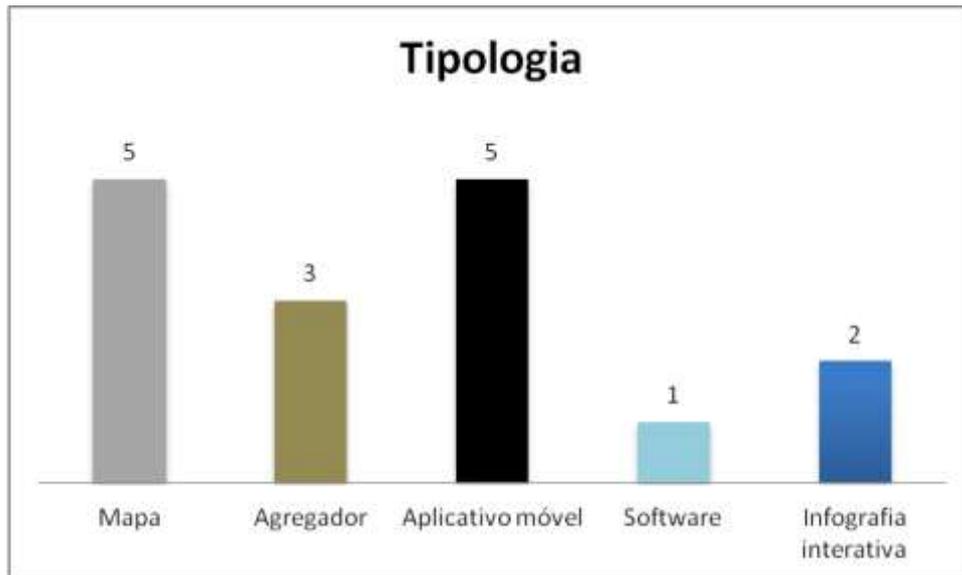
No levantamento realizado foram identificados 20 aplicativos hospedados no site de dados aberto do governo uruguaio, porem três não estão ativos e um foi cadastrado com duplicidade.



Figura 20: Visualização dinâmica é destaque em aplicativos

As instituições públicas elaboraram nove aplicativos, os cidadãos duas, empresas, duas e grupos de desenvolvedores criaram três aplicações. Deste total, 13 ofertam serviços e três são produtos voltados para cidadania.

No gráfico abaixo são listadas as tipologias das aplicações:



México

### Sobre o portal

Apesar de ter desenvolvido alguns sites destinados à transparência e plataforma de governo digital, o Governo do México trabalha em um portal de dados abertos, o Datos.gob.mx<sup>96</sup>. O site, por hora, realiza uma enquete para identificar quais os interesses dos usuários no que tange a disponibilização dos dados públicos, mas, irá funcionar com uma catalizador de todas as informações sobre dados abertos no país, além de permitir a colaboração dos cidadãos.

<sup>96</sup> <<http://www.Datos.gob.mx>>. Acesso em: 26/10/2012

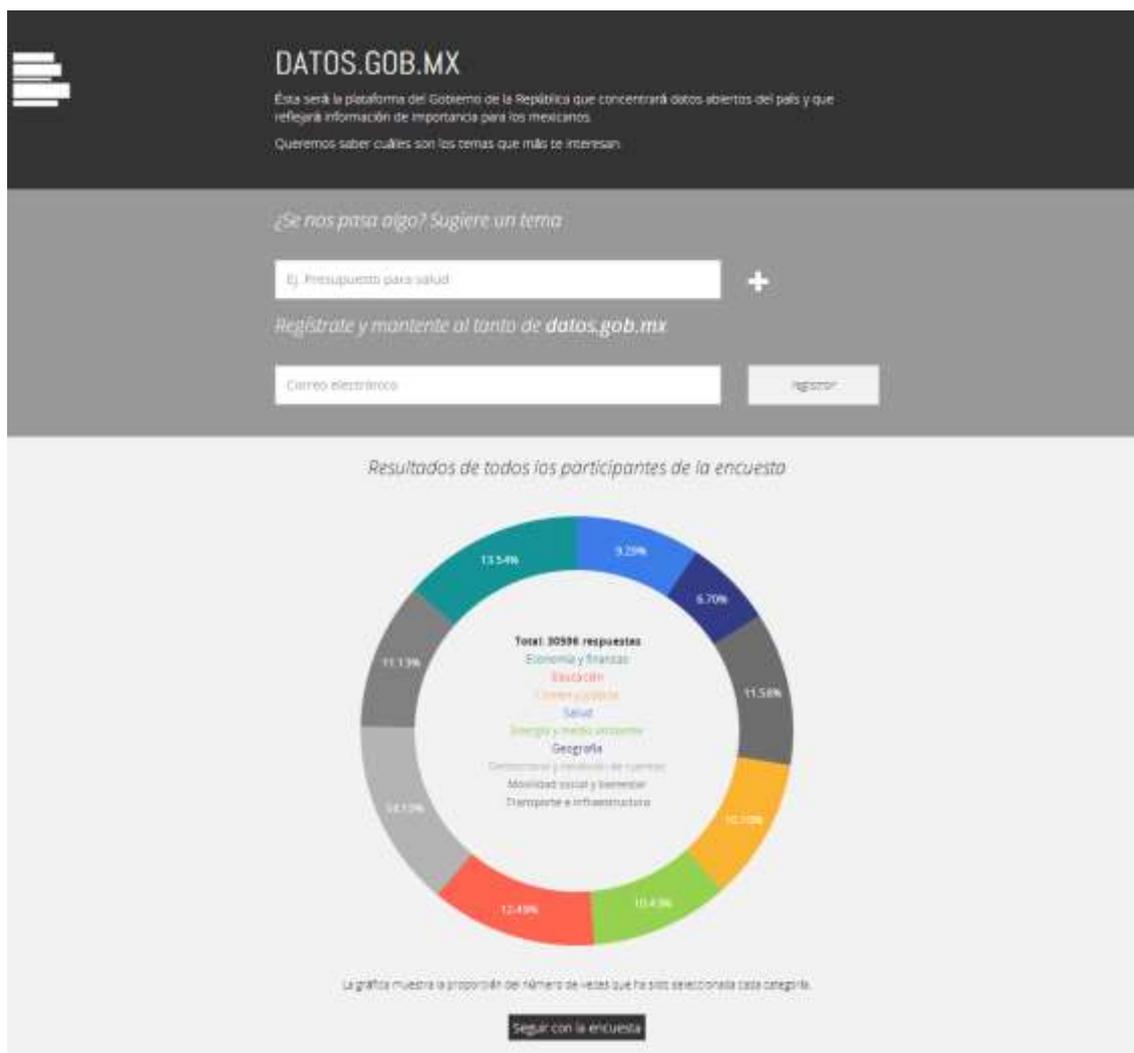


Figura 21: Portal de datos abiertos do México. Nov. 2013

## Brasil

### Sobre o portal

O Portal Brasileiro de Dados Abertos<sup>97</sup> foi criado no contexto da aprovação da Lei de Acesso a Informação Pública (Lei 12.527/2011), com o objetivo de disseminar dados e informações públicas na internet, além de organizar e estruturar os dados para reutilização da sociedade.

O Portal Brasileiro de Dados Abertos é a ferramenta disponibilizada pelo governo para que todos possam encontrar e utilizar os dados e as informações públicas. O portal preza pela simplicidade e organização para que você possa encontrar facilmente os dados e informações que precisa. O portal também tem o objetivo de promover a interlocução

<sup>97</sup> <<http://dados.gov.br/>>. Acesso em: 26/10/2013.

entre atores da sociedade e com o governo para pensar a melhor utilização dos dados em prol de uma sociedade melhor.

The image shows the 'Dados Abertos' (Open Data) portal of the Brazilian Government. At the top, there's a navigation bar with 'BRASIL' and 'Acesso à Informação'. Below that, the main header 'Dados Abertos' is displayed in large white text on a green background. A search bar is located on the left, and a table of datasets is on the right. The table lists datasets like 'Lista de Eleitores Filiações aos Partidos Políticos' and 'Microdados do Censo Escolar'. Below the table, there are sections for 'Dados por categoria' (listing various public services) and 'Notícias' (news about data contests). At the bottom, there are three application tiles: 'Painel do PAC', 'Reclamações BR', and 'Aeroportos Brasil'. The footer contains a navigation menu and legal information.

Figura 22: Portal de dados abertos do Brasil. Nov. 2013

Tem aplicativos desenvolvidos por cidadãos?	Organização dos dados (Big data ou	Interatividade	Colaboração	Licença	Estética	Mídias sociais
---------------------------------------------	---------------------------------------	----------------	-------------	---------	----------	----------------

	small data)					
Sim	Ambos	Sim	Sim	Creative Commons	Multimídia	Twitter. Identi.ca

### Sobre o aplicativo

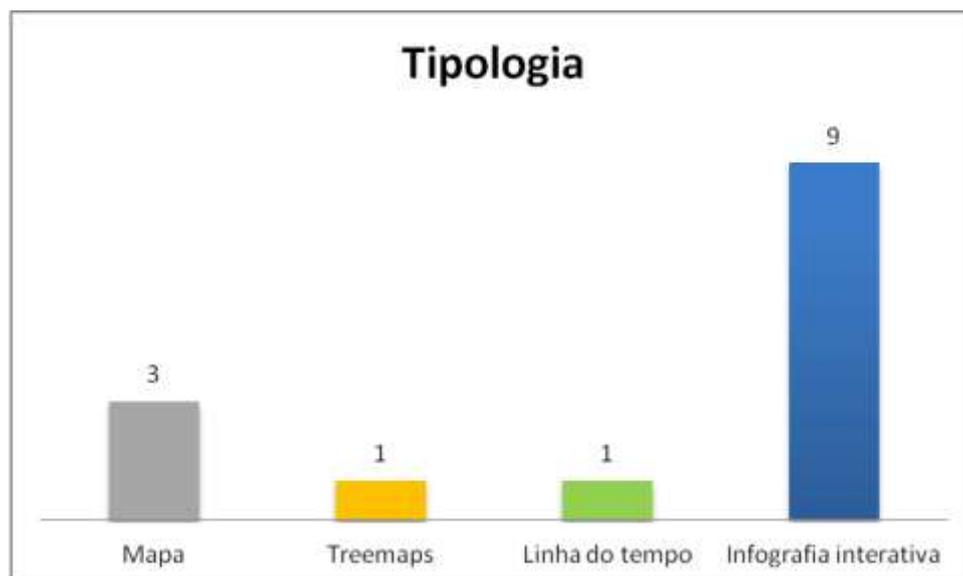
No Portal Brasileiro de Dados Abertos foram identificados 11 aplicativos criados pela sociedade. A essa lista foram adicionados os três vencedores do 2º Concurso Nacional de Dados Abertos, realizado no mês de novembro de 2013, em Brasília, assim a amostra foi totalizada em 14 aplicativos.



Deste total, sete foram criados por grupo de desenvolvedores, cinco por empresas – sendo uma organização jornalística - , um por cidadão e um aplicativo não teve sua autoria identificada. 13 aplicativos foram classificados como produtos destinados a cidadania e apenas um inserido na categoria serviços.

Figura 23: Linha do tempo foi recurso adotado por app

Abaixo é possível identificar a tipologia dos aplicativos:



No Brasil, alguns estados além de criar portal de dados abertos promoveram também maratonas hackers para incentivar a criação de aplicativos produzidos pela sociedade, a partir dos dados abertos constantes nos respectivos sites de Acesso à Informação. O governo do Rio Grande do Sul realizou, em julho de 2012, 1ª Maratona de Dados Abertos do Estado - DECODERS-RS, tendo como vencedores os aplicativos Retrato da Violência, Gastos RS e Compras Públicas.

O Retrato da Violência<sup>98</sup> mapeia os locais no Rio Grande do Sul de maior incidência dos registros de casos de violência sexual contra mulheres. Com o aplicativo, torna-se possível a fácil visualização sobre a temática, potencializando assim tanto a criação de reportagens como o desenvolvimento de ações específicas para minimizar o problema.

---

<sup>98</sup>

<<http://retratodaviolencia.org/RS/>> Acesso em: 26/10/2013.

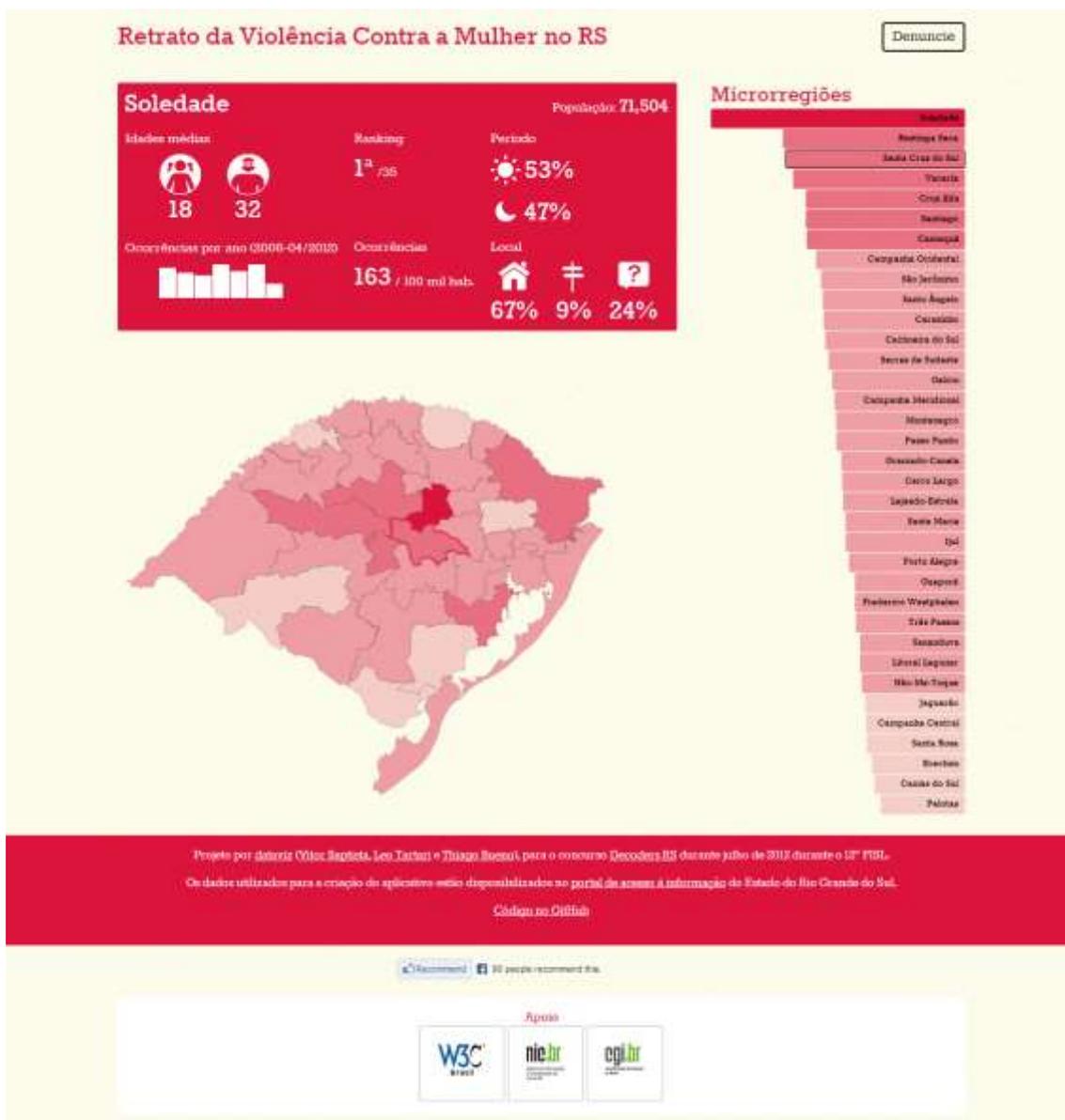


Figura 24: Retrato da violência foi o vencedor da disputa

O aplicativo foi criado a partir das estatísticas do estado do Rio Grande do Sul no período de janeiro de 2006 a abril de 2012.

Já o 2º lugar no 1º DECODERS-RS, o Gastos RS<sup>99</sup> mostra a distribuição do dinheiro gasto pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul. O Compras Públicas<sup>100</sup>, que ficou na terceira posição da maratona, possibilita consultas aos valores de compras homologadas pelo Estado do Rio Grande do Sul, permitindo a busca por diferentes critérios.

<sup>99</sup> <<http://gastosrs.yatzyhq.com/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>100</sup> <<http://compraspublicas.nessaguedes.com.br/>>. Acesso em: 26/10/2013.

Em Minas Gerais, o Governo do Estado promoveu 1º Hackathon do Governo de Minas, que reuniu cerca de 30 participantes, empenhados em propor novas formas de visualizar os dados do Portal da Transparência de Minas.

O projeto vencedor foi o Dataminas<sup>101</sup> que busca facilitar o acesso dos cidadãos às informações do Portal Transparência do governo mineiro. Além de mapear os gastos e a arrecadação pública, o Dataminas permite ainda que o próprio cidadão possa analisar as contas e apontar alguma inconsistência no uso da verba pública.

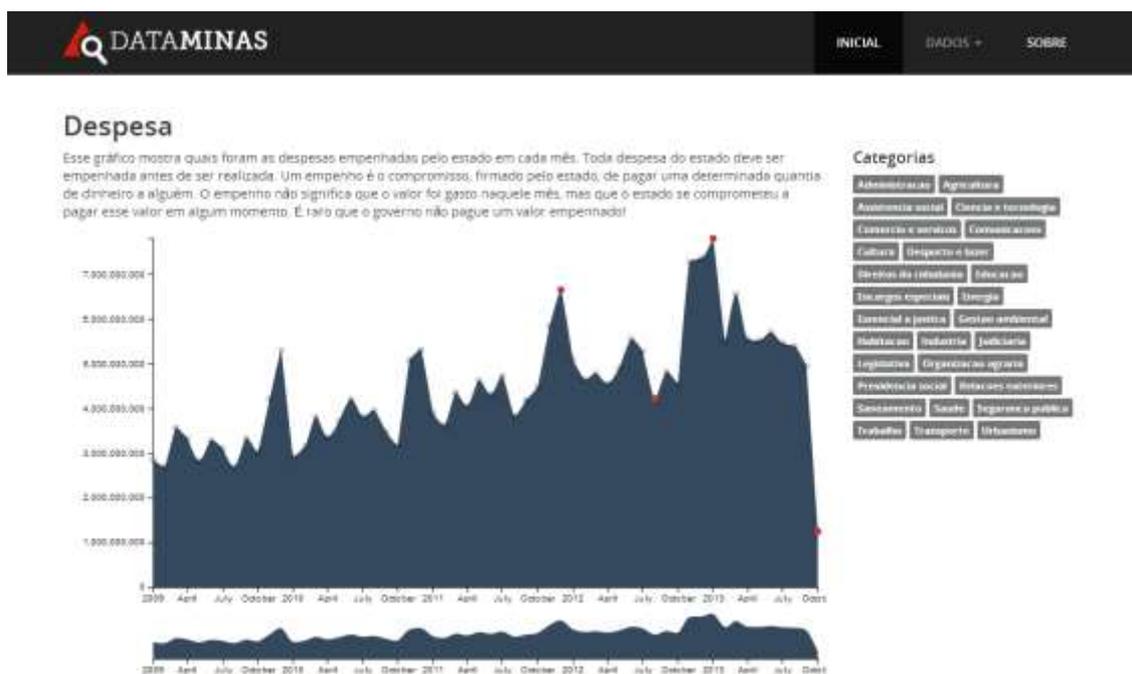


Figura 25: Nova visualização foi criada para o portal de dados mineiro

O 2º lugar ficou com a proposta Transparente.com.vc<sup>102</sup> que gera visualização dos dados disponibilizados pelo governo de Minas Gerais na forma de infográficos dinâmicos em diversos *devices*. O 3º lugar ficou com o projeto Onde Investir em Minas?<sup>103</sup>, aplicação que permite aos usuários identificar quais regiões e municípios oferecem as melhores condições para futuros investimentos.

No mês de novembro deste ano, a Câmara Federal dos Deputados organizou o 1º Hackathon da casa legislativa, onde 22 projetos foram apresentados pelos participantes

<sup>101</sup> <<http://dataminas.info>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>102</sup> <<http://www.transparente.com.vc/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>103</sup> <<http://www.ondeinvestirmg.com.br>>. Acesso em: 26/10/2013.

para aumentar a transparência do trabalho parlamentar e ampliar a compreensão do processo legislativo.

Os três vencedores foram o Meu Congresso<sup>104</sup>, Monitora, Brasil<sup>105</sup> e o Deliberatório<sup>106</sup>.

O Meu Congresso reúne informações sobre o mandato dos parlamentares e as empresas que receberam pagamentos relacionados à cota parlamentar.

**Já pensou em exercer seu papel de cidadão mais ativamente?**  
Procure por **empresas**, veja a localização delas no **mapa**, encontre **irregularidades**, observe a **situação e os gastos dos parlamentares**.

**Busca**  
Digite o nome ou parte do nome de um ou mais políticos (deputados ou senadores)

**Olhe a vontade!**  
Aqui você poderá encontrar informações sobre o mandato dos nossos parlamentares: **Deputados Federais** (mais completos) e **Senadores** (ainda em desenvolvimento). Você encontrará dados sobre as **assinaturas** que cada um participou, os **projetos de lei ou de emenda de remissão** que cada um já apresentou, e principalmente dados sobre os **gastos** relacionados às **cotas parlamentares**. Também poderá verificar quais **empresas** receberam pagamentos relacionados à cota parlamentar, verificar algumas **estatísticas** e até visualizar a localização delas no mapa (ver **exemplos**), quem sabe você não acha alguma empresa fantasma?  
O site está em constante desenvolvimento. Mas informações, ou qualquer dúvida, reclamação, crítica, sugestão, ou solicitação de dados relacionados aos parlamentares mas não constantes no site, pode nos contactar pelo menu **Sobre**.

**Filtre por estado**

**Maiores gastos da Câmara dos Deputados**

Gabinete	Partido	UF	R\$/Mês	Gastos
CÉSAR HALIM	PRB	TO	1.964,59	■
ALMEIDA LIMA	PMDB	SE	1.313,22	■
CLIBER VERDE	PRB	MA	1.283,89	■
LIRAMAR	DEM	PA	1.173,56	■
DR. LUIZ FERNANDO	PSD	AM	1.174,64	■

**Maiores gastos do Senado**

Gabinete	Partido	UF	R\$/Mês	Gastos
Fernando Collor	PTB	AL	1.085,79	■
Ministério Cavalcanti	PTB	RR	1.064,06	■
Raulo Paim	PT	RS	943,86	■
Francisco Domingos	PP	RJ	827,02	■
Valdir Raupp	PMDB	RO	891,52	■

Desenvolvido por Kelyton Brito com contribuições de Miguel Neres, Diego Carlos, Iuli Lanza e Cristiano Segurini

Apoio:

Figura 26: Objetivo do app é potencializar o controle social

<sup>104</sup> <<http://www.meucongressonacional.com/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>105</sup> <<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gamfig.monitorabrasil>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>106</sup> <<http://deliberatorio.com.br/>>. Acesso em: 26/10/2013.

Já o Monitora, Brasil (Figura x) é um aplicativo para celulares que possibilita o acompanhamento da assiduidade dos deputados e dos projetos propostos, organiza rankings, lista de twitters e outras informações relativas ao mandato.

Por fim, o Deliberatório é um jogo de cartas offline que simula o processo de discussão e deliberação das proposições na Câmara dos Deputados.



Figura 27, Monitora

No Recife, a Empresa Municipal de Informática do Recife (Emprel), o Centro de Informática da UFPE, Porto Digital e o Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (CESAR), organizaram o hackathon ‘Hacker Cidadão’<sup>107</sup> durante a Campus Party Recife.

Ao todo, 54 pessoas se inscreveram no concurso e 27 projetos foram submetidos à avaliação. O aplicativo ‘Recife Saúde’ sagrou-se vencedor na disputa por facilitar a busca de especialidades médicas, os hospitais, postos de saúde, policlínicas, unidades de saúde da família, maternidades no Recife, assim como o melhor caminho para chegar até eles.

<sup>107</sup>

<<http://dados.recife.pe.gov.br/apps>>. Acesso em: 26/10/2013.

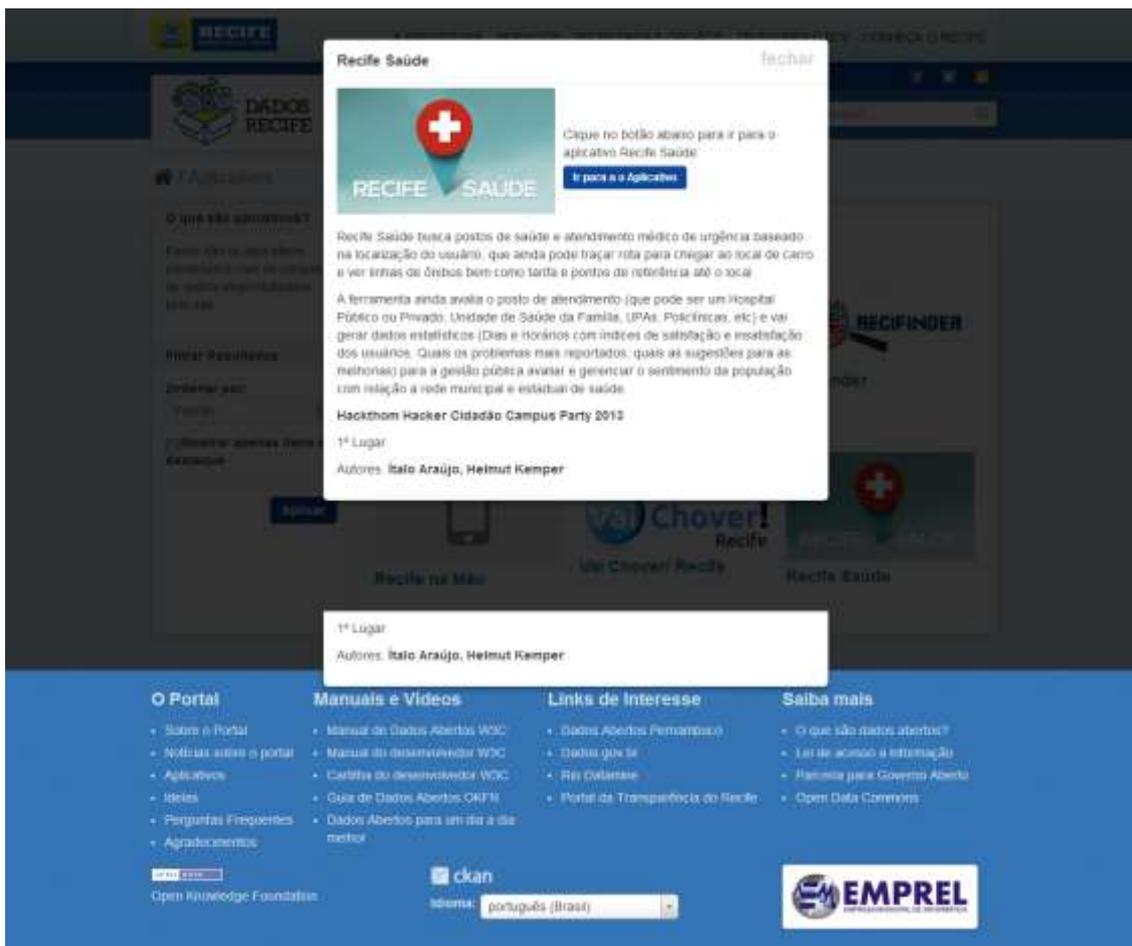


Figura 28: Prefeitura do Recife desenvolveu concurso para criação de aplicativos

Em segundo lugar ficou o projeto ‘Recife 360º’, que permite observar os parques da cidade tendo uma visão integral dos espaços a partir do uso, apenas, de movimentos feitos no aparelho telefônico. Por fim, o trabalho ‘Fiscalize Já!’ ficou em terceiro lugar, com a proposta de monitorar, colaborativamente, a educação no Recife.

### 3.4. Funcionalidades e características do Jornalismo Colaborativo a partir das Bases de Dados

Após observação sistemática, foi possível identificar funcionalidades e características do Jornalismo Colaborativo a partir das Bases de Dados. No lugar de uma descrição detalhada das experiências, projetos e produtos, optou-se em utilizar os casos para ilustrar argumentos, efetuar comparações e identificar as apropriações feitas pelos produtores a partir da liberação das bases de dados.

A observação dos produtos foi realizada mediante fichas de análise ad hoc (Apêndice x) para identificar o uso das bases de dados na produção colaborativa de conteúdo. Em um primeiro momento foram analisadas as experiências desenvolvidas pelas organizações jornalísticas, tanto pelo *mainstream* midiático como pelas organizações alternativas, independente ou de menor porte financeiro e de recursos humanos. Vale destacar que os produtos foram o cerne de análise. Evidentemente que a análise do perfil dos autores, as rotinas produtivas e uma observação participante, certamente, iriam revelar outros aspectos não abordados no presente trabalho.

Ao efetuar a análise dos produtos foi possível também, em articulação com a revisão teórica, encontrar respostas para os problemas de pesquisas e validar ou refutar as hipóteses traçadas no início da pesquisa.

Concatenando essas duas análises foi possível compreender as funções que as bases de dados desempenham na segunda geração do Jornalismo Colaborativo, assim como o uso que as organizações jornalísticas realizam a partir das bases de dados, da colaboração e das ações de hackeamento, a saber:

### **1- Organizações jornalísticas que disponibilizam as bases de dados para consulta/colaboração;**

A partir das análises, foi identificado que nas narrativas jornalísticas criadas a partir das bases de dados, em boa parte dos casos tais conjuntos de dados são disponibilizados para consulta dos leitores - o que permite, por exemplo, a verificação das informações contidas nas reportagens - e, uma vez que as bases de dados são disponibilizadas, possibilita que novos enquadramentos possam ser desenvolvidos pelos cidadãos-repórteres ou que estes atuem como co-autores dos conteúdos noticiosos.

A ProPublica<sup>108</sup> iniciou em março de 2013 uma seção colaborativa, intitulada de Get Involved<sup>109</sup> (Envolve-se) com o objetivo de possibilitar a sua comunidade de leitores participar das investigações jornalísticas desenvolvida pela agência. A ProPublica mede também os níveis da participação em cada projeto, além de buscar ampliar o engajamento das ações da agência mediante a colaboração.

---

<sup>108</sup> < <http://www.propublica.org/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>109</sup> < <http://www.propublica.org/getinvolved>>. Acesso em: 26/10/2013.

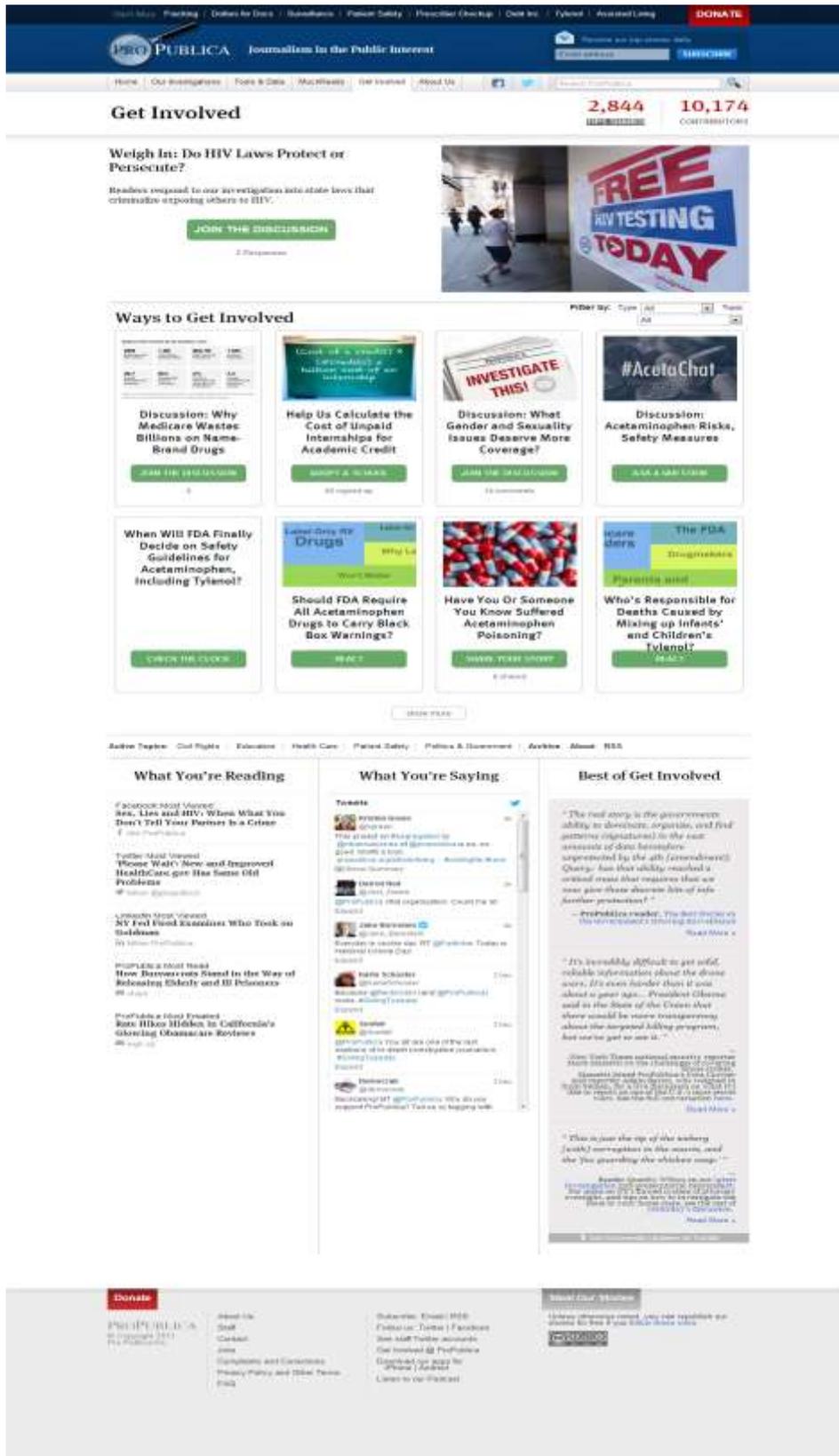


Figura 1: Seção Get Involved busca potencializar a colaboração no ProPublica.Nov. 2013

Ao entrar em determinado projeto, o usuário pode auxiliar desde a mineração dos dados, aderir a um grupo no Facebook ou propor sua própria pauta. Experiência que merece destaque é tornar o jornalismo em base de dados mais colaborativo, como foi desenvolvido no projeto Free the Files<sup>110</sup>, realizado durante a última campanha eleitoral norte-americana, onde os próprios usuários auxiliaram na análise dos dados.

O The Guardian lançou em 2010 uma plataforma de busca de receitas de comidas. O Recipe Search<sup>111</sup> foi desenvolvido pelo programador Daniel Levitt<sup>112</sup> e reúne todas as receitas já publicadas por colunistas e jornalistas no jornal.

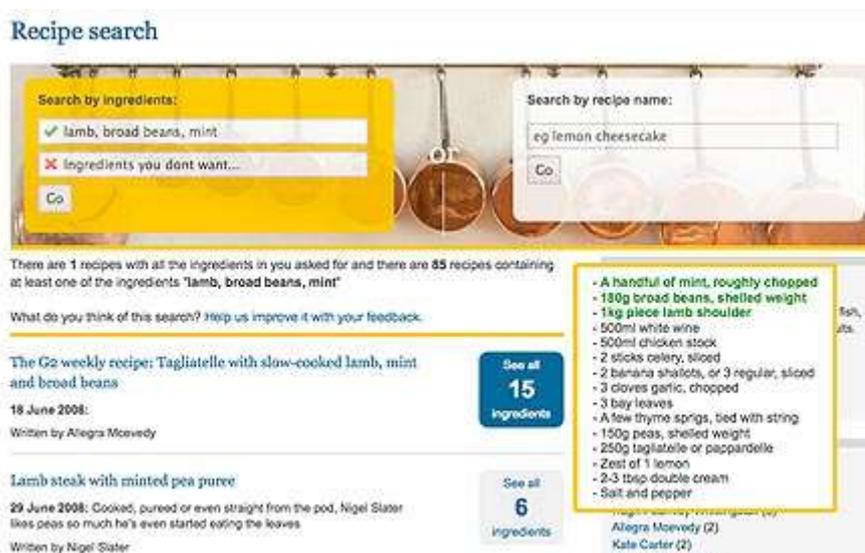


Figura 2: The Guardian utiliza própria base de dados para elaborar novos produtos. Nov. 2013

Desta forma, as colunas, reportagens e guias são devidamente estruturados para transformar os conteúdos em uma base de dados dinâmicos e em atualização contínua com centenas de receitas.

Parceria entre o Financial Times<sup>113</sup> e Bureau of Investigative Journalism<sup>114</sup> resultou em uma série de reportagens investigativas sobre como máfias italianas e empresas espanholas beneficiavam-se de recursos públicos da União Europeia.

<sup>110</sup> <<http://www.propublica.org/series/free-the-files>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>111</sup> <<http://www.theguardian.com/lifeandstyle/wordofmouth/2010/jun/23/recipe-search>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>112</sup> Na época, Levitt coordenava o site de busca de receita WhatCouldICook.com, que agregava além de receitas dos usuários na Web, a própria base de dados do The Guardian

A equipe, formada por jornalistas, pesquisadores e programadores passou mais de oito meses analisando os dados relativos a 347 bilhões de euros dos chamados “Fundos Estruturantes”, que teoricamente têm como objetivo reduzir as desigualdades na Europa.

Além de vencer o Thompson Reuters Award for Reporting Europe<sup>115</sup> e ser finalista do Investigative Reporters and Editors Award<sup>116</sup> em 2011, o projeto gerou uma base de dados<sup>117</sup>, que pode ser consultada no site do FT. Os dados também podem ser exportados no formato XLS para construção de novas investigações e narrativas.

Já o jornal argentino *La Nación*<sup>118</sup>, passou a compartilhar os documentos das suas reportagens com os leitores, por meio da plataforma aberta, DocumentCloud<sup>119</sup>, que hospeda milhares de dados das redações.

Na plataforma é possível efetuar pesquisas sobre pessoas, lugares e organizações mencionadas em cada documento. Em uma rápida análise, nota-se que além de compartilhar os dados em suas respectivas redes sociais, os leitores dialogam entre si sobre a eficácia das matérias.

Sandra Crucianelli, que integra a equipe de jornalismo de dados do *La Nación*, disse em entrevista ao IJNET<sup>120</sup> que a partir do compartilhamento dos dados com os leitores "o público pode verificar que notícia se correlaciona com a realidade" e "nos comentários, quando alguém questiona o texto do artigo, outros leitores indicam que os documentos são claros e que se ele não acredita no que o jornalista diz, pode verificar o documento original".

---

<sup>113</sup> <<http://www.ft.com/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>114</sup> <<http://www.thebureauinvestigates.com/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>115</sup> <<http://reportingeurope.eu/548/winner-announced/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>116</sup> <<http://www.ire.org/resourcecenter/view.php?number=24913>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>117</sup> <<http://eufunds.ftdata.co.uk/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>118</sup> <<http://www.lanacion.com.ar/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>119</sup> <<https://www.documentcloud.org/home>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>120</sup> <<https://ijnet.org/pt-br/stories/por-que-o-jornal-argentino-la-nacion-compartilha-documentos-com-os-leitores>>. Acesso em: 26/10/2013.

LA NACION estudió la evolución patrimonial de ocho ministros que fueron titulares en el gabinete desde que Néstor Kirchner desembarcó en la Casa Rosada hasta que Cristina Kirchner terminó su primer mandato. La mayoría de ellos fueron confirmados en sus cargos en esta segunda gestión. Se trata de funcionarios de fuerte gravitación política y con manejo de importantes presupuestos.

Carlos Zannini, Oscar Parrilli, Aníbal Fernández, Carlos Tomada y Alicia Kirchner, son los otros funcionarios que estuvieron al frente la gestión kirchnerista desde el día uno. En ese orden se ubican dentro del ranking si se tiene en cuenta el patrimonio que declararon en su última presentación ante la Oficina Anticorrupción (OA). Para hacer este análisis se utilizaron los datos tal como figuran en las declaraciones juradas de los ministros, que **pueden ser consultados al pie de esta nota**, sin tener en cuenta el índice de inflación.

[Boudou, Amado \(Anual 2007\)](#)  
[Boudou, Amado \(Anual 2007\)](#)  
[De Vido, Julio Miguel \(Alta 2003\)](#)  
[De Vido, Julio Miguel \(Anual 2011\)](#)  
[Echegaray, Ricardo \(Anual 2003\)](#)  
[Echegaray, Ricardo \(Anual 2011\)](#)  
[Fernández, Aníbal Domingo \(Anual 2003\)](#)  
[Fernández, Aníbal Domingo \(Baja 2011\)](#)  
[Kirchner, Alicia Margarita \(Alta 2003\)](#)  
[Kirchner, Alicia Margarita \(Anual 2011\)](#)  
[Moreno, Mario Guillermo \(Alta 2003\)](#)  
[Moreno, Mario Guillermo \(Anual 2011\)](#)  
[Randazzo, Aníbal Florencio \(Inicial 2008\)](#)  
[Randazzo, Aníbal Florencio \(Anual 2011\)](#)  
[Tomada, Carlos \(Alta 2003\)](#)  
[Tomada, Carlos \(Anual 2011\)](#)  
[Zannini, Carlos \(Alta 2003\)](#)  
[Zannini, Carlos \(Anual 2011\)](#) ■

Figura 3: Reprodução do La Nación dos documentos compartilhados com os leitores. Nov. 2013

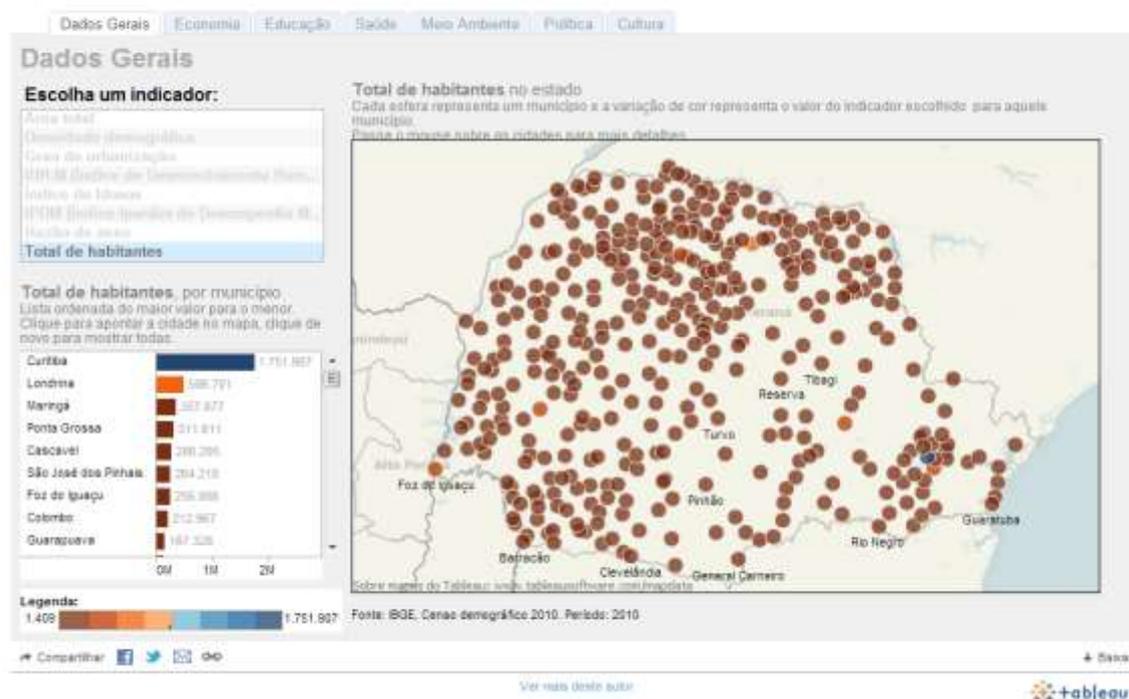
No Brasil, a Pública - Agência de Reportagem e Jornalismo Investigativo<sup>121</sup>, também disponibiliza uma série de conjuntos de dados utilizados por sua equipe de reportagem para livre consulta.

O projeto Retratos Paraná<sup>122</sup>, desenvolvido pela Gazeta do Povo, montou um painel sobre o desenvolvimento do estado do Paraná. Cerca de 10 mil quilômetros foram percorridos e mostraram os avanços feitos no estado e os desafios a serem superados.



## Os números do Estado

Aqui você encontra um completo banco de dados sobre as cidades paranaenses. Diferentes tipos de estatísticas estão disponíveis e todas elas vêm com mapas e rankings dos municípios. Acesse uma área, escolha um indicador e boa pesquisa!



Quer obter mais detalhes sobre os municípios paranaenses? Confira [aqui](#) uma lista a listas de como visualizar estas informações

Figura 4: Leitores podem fazer o download usado pela equipe de reportagem. Nov. 2013

<sup>121</sup> <<http://www.apublica.org/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>122</sup> <<http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/retratosparana/>>. Acesso em: 26/10/2013.

No site, os leitores podem ter acesso, na íntegra, a base de dados utilizada pela equipe de reportagem com indicadores sociais, econômicos, de saúde, meio ambiente, educação, cultura e política dos municípios paranaenses. O Retratos Paraná foi um dos finalistas no prêmio internacional Data Journalism Awards<sup>123</sup>, na categoria regional sobre visualização de dados e boas histórias.

## **2- Organizações jornalísticas que constroem suas próprias bases de dados, seja a partir de informações públicas ou via coleta de informações primárias;**

A ausência de informações ou, em muitos casos a ocultação de dados públicos, impulsiona que as próprias organizações jornalísticas desenvolvam ações para criar suas bases de dados "particulares". Em outras situações, as bases de dados são resultantes do árduo trabalho dos jornalistas investigativos ou organizações especializadas em determinados assuntos, marcada por uma apuração distribuída ou pelo modelo peer to peer.

Exemplo de apuração distribuída trata-se do International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ)<sup>124</sup>, que reuniu 86 jornalistas de 46 países diferentes na investigação sobre o funcionamento dos paraísos fiscais. A rede de jornalistas investigativos trabalha em cima de 260 gigabytes de dados sobre as finanças de pessoas importantes em mais de 170 países.

---

<sup>123</sup> <<http://datajournalismawards.org/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>124</sup> <<http://www.icij.org/offshore>>. Acesso em: 26/10/2013.

The screenshot shows the ICIJ website header with the text 'The World's Best Cross-Border Investigative Team', 'ICIJ THE INTERNATIONAL CONSORTIUM OF INVESTIGATIVE JOURNALISTS', and 'A PROJECT OF THE CENTER FOR PUBLIC INTEGRITY'. The navigation menu includes 'HOME', 'LATEST', 'PROJECTS', 'JOURNALISTS', 'RESOURCES', 'ABOUT ICIJ', 'PEARL AWARDS', 'LEAK TO US', 'DONATE', and 'SEARCH'. The main content area features the article title 'SECURITY FOR SALE: INSIDE THE GLOBAL OFFSHORE MONEY MAZE' and a sub-header 'The Politics of Offshore'. Below the title is a large image of a man's face. The sidebar on the right is titled 'RECENT TWEETS' and contains three tweets from ICIJ and Christine Duhaime.

Figura 5: Site do ICIJ, responsável pela investigação em rede. Nov. 2013

Aos jornalistas foi fornecido acesso ao Interdata, banco de dados construído pelo ICIJ, que gerencia o projeto, tornando possível a identificação as conexões existentes no documento. Dentre os jornais envolvidos figura o The Washington Post, Le Monde, BBC, The Guardian e as agências Süddeutsche Zeitung, Norddeutscher Rundfunk, e CBC.

O Investigative News Network<sup>125</sup> e Investigative Reporters and Editors (IRE)<sup>126</sup> trabalham na ampliação da biblioteca de base de dados do IRE<sup>127</sup>, cuja proposta é agregar dezenas de dados federais já limpos e padronizados, prontos para o uso. Assim, instituições jornalísticas atuam também na criação de grandes bases de dados que permitirá que novas reportagens sejam elaboradas a partir de tais informações.

<sup>125</sup> <<http://investigativenetwork.org>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>126</sup> <<http://ire.org/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>127</sup> <<http://ire.org/nicar>>. Acesso em: 26/10/2013.

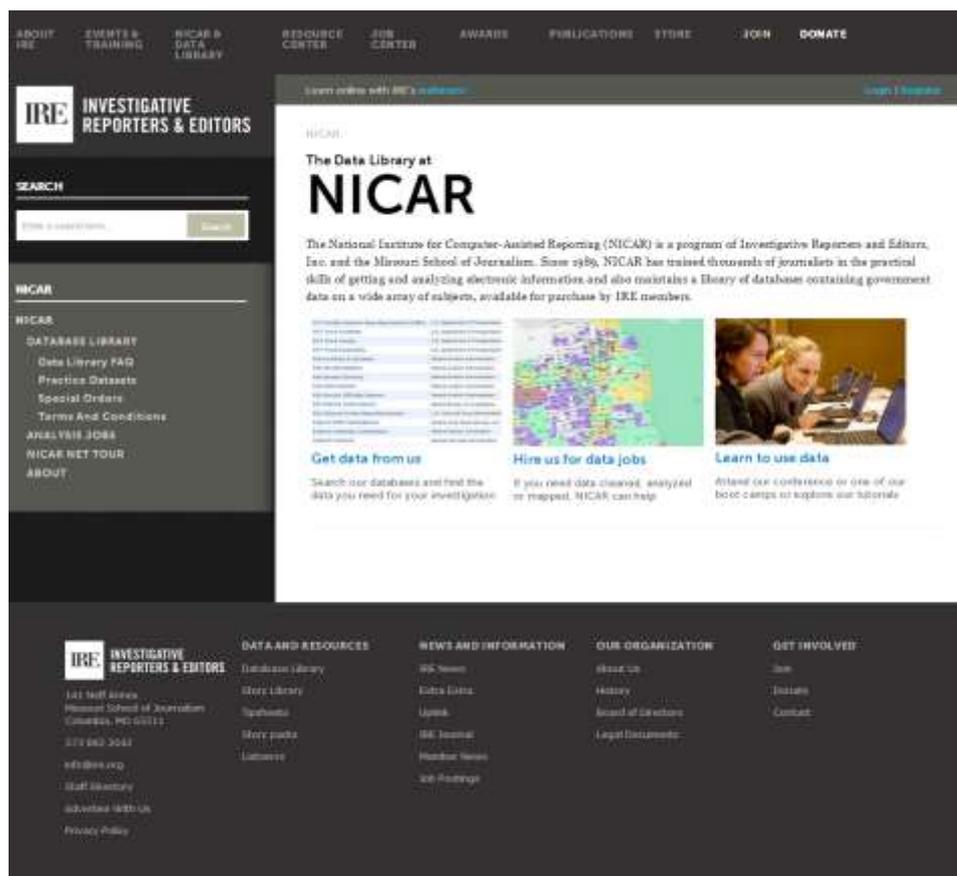


Figura 6: Base de dados do IRE. Nov. 2013

Outra experiência que merece destaque é o WikiPolíticos<sup>128</sup>, cujo objetivo é a construção de uma base de dados de forma colaborativa sobre a política brasileira principalmente, informações sobre políticos, financiadores eleitorais e ações sociais. O conteúdo pode ser publicado de forma anônima e os usuários podem também complementar as postagens de outros usuários.

A reportagem investigativa e multimídia Moendo Gente<sup>129</sup>, a partir das bases de dados, elaborou um mapeamento com as péssimas condições de trabalho nos frigoríficos brasileiros. O Moendo Gente, em sua versão digital, é uma continuidade da ONG Repórter Brasil para o trabalho de investigação iniciado com o premiado documentário “Carne Osso – O Trabalho em Frigoríficos“, vencedor de festivais dentro e fora do país.

<sup>128</sup> <<http://wikipoliticos.com.br/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>129</sup> <<http://reporterbrasil.org.br/2012/09/quot-moendo-gente-quot-mostra-as-condicoes-de-trabalho-nos-frigorificos-do-brasil/>>. Acesso em: 26/10/2013.



Figura 7: Moendo Gente traçou um mapa dos frigoríficos no país. Nov. 2013

Projeto desenvolvido pela Meritt e a Fundação Lemann, o QEdu<sup>130</sup> é plataforma de informações educacionais no Brasil, que reúne dados sobre o aprendizado das unidades de ensino no país. A partir dos dados da Prova Brasil e do Censo Escolar (2010), os idealizadores construíram um produto de referência sobre a educação brasileira.

O QEdu tornou-se fonte para matérias para jornais e parlamentares, que após a mineração do extenso banco de dados encontraram informações relevantes<sup>131</sup>. "Parte dos objetivos do QEdu é justamente estimular o debate sobre como melhorar a gestão educacional através do uso de informações educacionais", diz os idealizados no sitio do projeto (2013, Online).

<sup>130</sup> <<http://www.qedu.org.br/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>131</sup> <<http://www.qedu.org.br/midia>>. Acesso em: 26/10/2013.



Figura 8: Qedu consiste em uma bases de dados útil para pesquisas temas educacionais. Nov. 2013

### 3- Organizações jornalísticas que liberam suas API's para apropriação;

Em 2008 foi o ano em que os principais jornais do mundo passaram a abrir a sua API (Interface de Programação de Aplicativos) e suas respectivas bases de dados para a remix dos usuários para a comunidade externa. Esse processo de liberação da API e dos bancos de dados implica a geração de valor, tanto para a comunidade como para os

jornais, como potencializa a inovação, a partir do momento em que permite a participação dos usuários no desenvolvimento dos seus produtos e por fim, reconfigura também o jornalismo colaborativo.

As plataformas abertas são suportes para que a comunidade inove e crie valor para novos produtos, personalizem aplicativos e melhorem a experiência dos usuários. A liberação da API indica um processo de aposta na sabedoria da multidão e colaboração em massa para desenvolver e aprimorar projetos, gerar novos conteúdos e complementar informações. Esse processo está embutido de novos modelos de criação de valor e aponta que construir junto com os colaboradores é melhor do que construir para os usuários. No jornalismo, o problema ainda diz respeito a modelos de negócios baseados na abertura dos bancos de dados, que raramente recompensam a participação ou são pouco eficientes no incentivo e fomento das práticas colaborativas

#### **4- Organizações jornalísticas que transformam bases de dados em produtos interativos e dinâmicos;**

O Organized Crime and Corruption Reporting Project (OCCRP)<sup>132</sup>, finalista do Online Journalism Award 2013, é formada por uma rede de jornalistas de países europeus e asiáticos, que busca revelar por meio das reportagens como o crime organizado e a corrupção afetam a vida da sociedade. A organização trabalha ainda na construção de uma base de dados com documentos relacionados à temática, sejam decisões judiciais, leis, relatórios, estudos, para disponibilizar para comunidade.

No site da OCCRP, os membros publicam narrativas multimídia sobre corrupção e crime organizado, sendo que boa parte delas são construídas a partir de bases de dados públicos e investigação da rede de jornalistas.

---

<sup>132</sup>

<<https://reportingproject.net/occrp/>>. Acesso em: 26/10/2013.



Figura 29: Mapeamento da atuação da máfia, uma das reportagens elaborada por membros do OCCRP.

Nov. 2013

No Chile, o Poderopedia<sup>133</sup> destaca-se como uma plataforma colaborativa de jornalismo de dados com o objetivo de mapear quem são os atores no negócio e política do país.

No site, o Poderopedia<sup>134</sup> explica que é elaborado por jornalistas, programadores, designers e cidadãos colaboradores que

investigan, extraen, seleccionan y validan información de fuentes públicas como medios de comunicación, bases de datos gubernamentales, bases de datos de empresas y publicaciones de sitios web de todo tipo. Dicha información es sometida

<sup>133</sup> <<http://www.poderopedia.org/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>134</sup> <<http://www.poderopedia.org/acercade/index>>. Acesso em: 26/10/2013.

a un cuidadoso proceso de verificación de fuentes y luego se publican los aspectos de interés público más relevantes<sup>135</sup>. (PODEROPEDIA, 2013, Online)

---

<sup>135</sup> "investigam, extraem, selecionam e validam informação de fontes públicas como meios de comunicação, base de dados governamentais, bases de dados de empresas e publicações de sites de todo o tipo. Tais informações são submetidas a um cuidado processo de verificação de fontes e logo se publica os aspectos de interesse público mais relevantes".



Figura 30: Poderopedia auxilia na fiscalização da política no Chile. Nov. 2013

Além de navegar pela base de dados e fazer correlações, os usuários podem enviar dados, sugerir relação entre as personalidades ou sugerir a criação de um perfil. O Poderopedia disponibiliza ainda a sua API e oferece apoio para a replicação do projeto em outros países.

Outro projeto interessante desenvolvido pela ONG Repórter Brasil é a A bancada empreiteira<sup>136</sup>, que a partir do cruzamento de dados tornou possível a visualização da relação entre as empresas de construção civil e do ramo imobiliário com a política, tendo em vista que o setor imobiliário integra a lista dos maiores doadores de dinheiro aos políticos e partidos. Além de produzir o infográfico abaixo, a ONG disponibilizou download todos os arquivos utilizados na apuração.

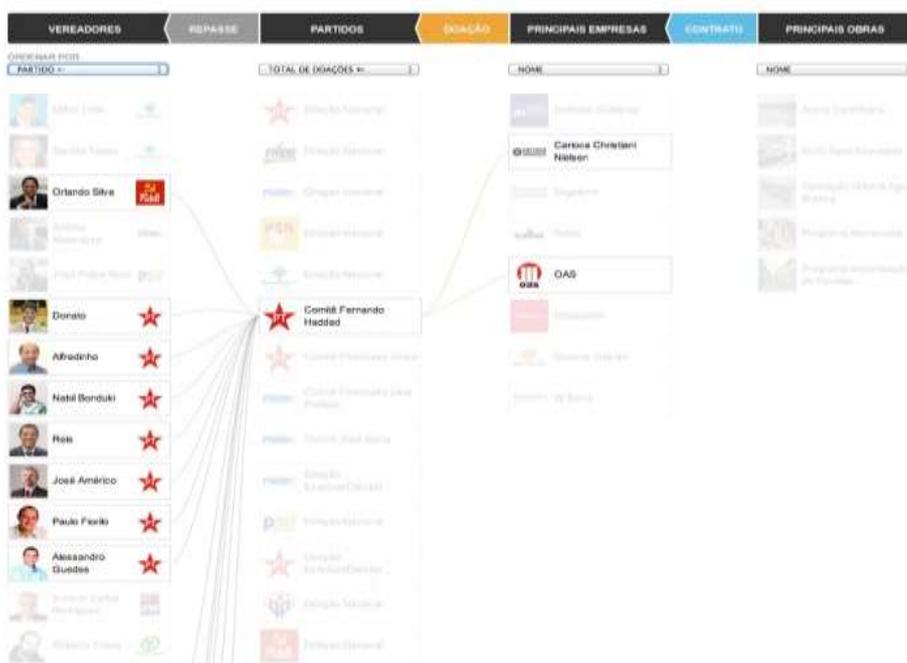


Figura 31: Reportagem disponibilizou todos os dados utilizados pela equipe. Nov. 2013

Reportagem elaborada pela BBC<sup>137</sup> mapeou quais as profissões mais procuradas em todo mundo entre os migrantes internacionais. Na matéria é possível explorar as 20

<sup>136</sup> <<http://reporterbrasil.org.br/gentrificacao/a-bancada-empreiteira/>> Acesso em: 26/10/2013.

<sup>137</sup> <<http://www.bbc.co.uk/news/business-21938085>>. Acesso em: 26/10/2013.



## 5- Organizações jornalísticas que criam conteúdo a partir dos dados elaborados pelos cidadãos

Experiência emblemática é o site Homicide Watch<sup>138</sup> lançado em 2009 pelo casal de repórteres, Laura e Chris Amico, que rapidamente tornou-se uma plataforma para que moradores de pequenas cidades possam enfrentar a criminalidade.

O Homicide Watch é totalmente colaborativo e permite que os membros da comunidade, delegacias policiais, tribunais e prefeituras insiram informações sobre homicídios ocorridos na região. O projeto surgiu em Washington DC e hoje já foi adotado em cinco outras cidades norte-americanas.

Todas as informações adicionadas, seja por fontes oficiais ou pelos cidadãos podem ser otimizados ou contestados. Se para os jornalistas, o projeto pode funcionar como o *input* inicial para a elaboração de reportagens, para as autoridades pode auxiliar na gestão pública no que tange a segurança e para os moradores, um guia de locais a ser evitados, por exemplo.

No Brasil, em São Paulo, o Mapas Coletivos<sup>139</sup> promove um mapeamento coletivo sobre temas importantes para a capital paulista. De acordo com os idealizadores do projeto, a iniciativa é estruturada em três eixos: cartografia digital, compartilhamento de dados e jornalismo-cidadão, assim é possível que qualquer cidadão crie mapas, alimente os já existentes ou convide mais pessoas para colaborar. Já são mais de 100 mapas criados sobre temas como arte, restaurante, áreas verdes, despejos, entre outros.

---

<sup>138</sup> <<http://homicidewatch.org/>>. Acesso em: 26/10/2013.

<sup>139</sup> <<http://www.mapascoletivos.com.br/>>. Acesso em: 26/10/2013.

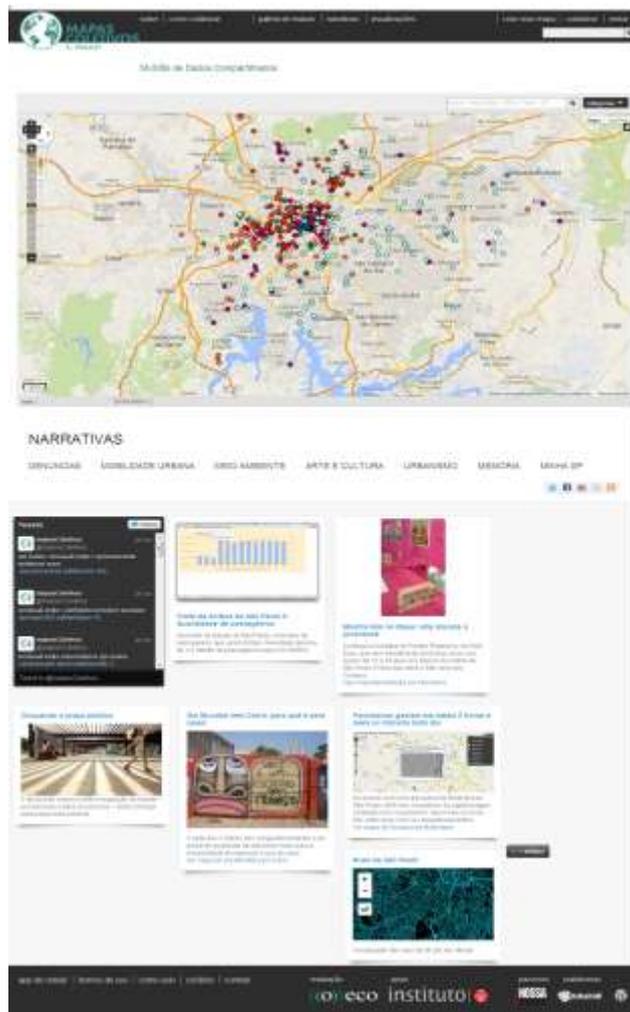


Figura 33: Mapa permite visualizar novos sentidos para a cidade. Nov. 2013

Em outros casos, os dados produzidos pelos cidadãos, a partir das mídias sociais são apropriados pelas empresas de comunicação para a elaboração de novos produtos. Exemplo é o GeoSocial VEJA.com<sup>140</sup>, desenvolvido pela VEJA.com, que reúne recursos de geolocalização e redes sociais.

140

<<http://geosocial.veja.abril.com.br/>>. Acesso em: 26/10/2013.



Figura 34: Aplicativo da VEJA utiliza base de dados gerada por usuários. Nov. 2013

Em tempo real, a aplicação agrega avaliações de casas de shows, restaurantes, hotéis, além de informações sobre o trânsito publicados em sites de redes sociais como Instagram, Twitter, Foursquare e TripAdvisor.

De acordo com a VEJA.com, "o serviço pode ser acessado a partir de qualquer dispositivo com conexão com a internet, como smartphones, tablets e computadores" e "foi desenvolvido a partir do estudo das APIs das mídias sociais supracitadas".

### 3.5 Hackeamento como estratégia de inovação das organizações jornalísticas

Alencar e Fleith (2003) pontuam que, até a década de 70, os estudos sobre a criatividade estavam centrados no entendimento do perfil do indivíduo criativo e como desenvolver a expressão criativa dos sujeitos. Em seus postulados, Freud (*apud* Alencar e Fleith, 2003) pontuava que a criatividade estava relacionada à imaginação, que estaria presente nas brincadeiras e nos jogos da infância, localizada no inconsciente, fruto de complexos reprimidos. Na Teoria da Gestalt, o *insight* continha a centelha da criatividade. Já nos estudos da Psicologia Humanista, a auto-realização era força mobilizadora da criatividade, além do que o impulso interno não era suficiente, passando o ambiente externo a ser importante também para o desenvolvimento da criatividade.

Após a década de 70, Alencar e Fleith (2003) sinalizam que a compreensão dos fatores sociais, culturais e históricos era fundamental para o entendimento sobre a criatividade. Nesta nova concepção, a criatividade não era fruto da *psique*, ou da habilidade do criador, mas sim fortemente influenciada por fatores externos.

Csikszentmihalyi (1988) argumenta que para compreender a criatividade é preciso focar nos sistemas sociais e não apenas nos indivíduos. Para ele, é a comunidade que possibilita a expressão da criatividade. "O processo criativo não é apenas o resultado de ações individuais, mas é co-criado por domínios e campos" (CSIKSZENTMIHALYI, 1988, p. 61).

Ao propor uma perspectiva de sistemas para estudar a criatividade, o pesquisador húngaro, propõe três fatores para entender o processo criativo, a saber: indivíduo, domínio e campo.

O indivíduo é o agente que elabora mudanças e as insere na área do conhecimento. O *background* social e cultural são dimensões importantes para a criatividade. Csikszentmihalyi pontua, ainda, a curiosidade, a motivação intrínseca, o entusiasmo como características dos indivíduos criativos.

Já em relação ao domínio, o segundo componente, é definido como as regras, procedimentos e conhecimentos acumulados e compartilhados em uma sociedade. Domínio está associado a uma área, que pode ser modificada a partir de uma ação criativa, seja do indivíduo ou de uma comunidade.

Uma resposta criativa tem mais probabilidade de ocorrer quando o indivíduo tem amplo acesso à informação relativa a um domínio (por meio de livros, revistas, internet, relatórios, vídeos etc) e quando as informações pertinentes ao domínio são conectadas entre si, são claras, relevantes, aprofundadas, despertam o interesse do indivíduo e impulsionam o seu engajamento na área (ALENCAR, FLEITH, 2003, p. 6).

Por fim, o terceiro componente diz respeito ao campo que, por um lado, pode estimular a criação de novas ideias e, por outro, tem os indivíduos como avaliadores destas ideias que podem ser incluídas no domínio.

É o campo que seleciona e retém o material a ser reconhecido, preservado e incorporado ao domínio. No domínio das artes, por exemplo, o campo é composto por professores, curadores de museus, críticos e colecionadores. Tais indivíduos conhecem o domínio e têm seu saber reconhecido. (ALENCAR, FLEITH, 2003, p. 6).

Essa concepção é fundamental para entender como a abertura de espaços para a colaboração dos cidadãos no processo produtivo noticioso pode resultar em uma mudança no domínio, neste caso, do Jornalismo. Ao abrir os "códigos-fontes", os jornais possibilitam o conhecimento do seu *modus operandi* e, assim, permite que novos conteúdos/ideias criativas sejam produzidos a partir de outros atores neste processo que traz importante mudança para os meios de comunicação de modo mais amplo. Os hacktons<sup>141</sup> são exemplos desse argumento, pois as instituições promovem ações de hackeamento visando obter novas ideias/soluções buscando potencializar a inovação e a criatividade em seus processos produtivos.

O engajamento produtivo dos membros da comunidade utiliza conhecimentos e informações compartilhadas durante o processo emergente do trabalho criativo que abandona e ultrapassa operações formalistas de forma-conteúdo para promover o ativismo cultural (DOMINGUES, 2007, p. 1).

Assim, em uma associação com o pensamento de Csikszentmihalyi, o hackeamento poderia ser visto como metáfora, para o campo do Jornalismo, onde novos pensamentos são expostos e, após o julgamento dos pares, pode figurar no conhecimento do domínio. Como ressalta o pesquisador húngaro, o processo criativo é estruturado entre a relação do criador com a sua audiência. Desse modo, a criatividade é o *input* inicial para a

---

<sup>141</sup> Hackathon foi o apelido do evento organizado pela Sun, em 1999. O evento reuniu profissionais de diversas áreas para elaborarem um programa em Java para Palm V. O hackathon tem como características a reunião de profissionais, hackers e demais atores no debate, desenvolvimento e/ou execução de ideias/projetos para melhoria de determinado produto.

colaboração, pois o que se evidencia neste processo, associado ao altruísmo, é a capacidade cognitiva em gerar novos conteúdos, novas visualizações e, assim, colaborar com uma comunidade mais ampla que também pode interferir, validar ou incentivar novas ações em interseção – em processos colaborativos – com meios institucionalmente estabelecidos.

Ainda que os debates acerca dos hackers sejam marcados por marginalização das atividades, polêmicas das ações e preconceitos, a cultura hacker está diretamente relacionada com o desenvolvimento da cibercultura e do Jornalismo Colaborativo. “O hacking é o símbolo maior da cibercultura, podendo ser visto pela ótica da astúcia dos usos (Perriault), do desvio (Becker) e da despesa improdutivo (Bataille)”, de acordo com André Lemos (2002, p. 237).

Para ele, a apropriação da tecnologia é estruturada em uma dimensão técnica e simbólica. Sendo assim, o hackeamento não significa apenas a capacidade e domínio de linguagens e códigos, mas sim, uma busca por criação de novas formas de ver e se relacionar com os ambientes.

A apropriação tem sempre uma dimensão técnica (o treinamento técnico, a destreza na utilização do objeto) e uma outra simbólica (uma descarga subjetiva, o imaginário). A apropriação é assim, ao mesmo tempo, forma de utilização, aprendizagem e domínio técnico, mas também forma de desvio (*deviance*) em relação às instruções de uso, um espaço completado pelo usuário na lacuna não programada pelo produtor/inventor, ou mesmo pelas finalidades previstas inicialmente pelas instituições (LEMOS, 2002, p.239).

O hackeamento pode ser pensado como uma motivação social, que só faz sentido quando se integra a um grupo. Tais motivações sociais giram em torno “da conexão ou participação, de compartilhamento e generosidade” (SHIRKY, 2010, p. 74).

Nas margens dessas estruturas sociais digitais on-line, piratas, hackers, crawlers, são hacktivistas culturais que agem em desvios de informação e possuem habilidades de agir como engenheiros de culturas alternativas. Assim, nem sempre as formas de agir seguem normas sociais que servem a todos, e, mesmo a liberdade pode ser inadequada para o bem da coletividade (DOMINGUES, 2007, p. 3).

Defende-se ainda que o hackeamento pode potencializar o que o Paul Bradshaw (*online*) conceitua como *Data Driven Journalism*<sup>142</sup>, ou Jornalismo Guiado por Dados. Essa prática representa a convergência de diversos campos, que compreende a investigação e a produção a partir das estatísticas, seja na visualização ou programação. Para um melhor desempenho do Jornalismo Guiado por Dados é necessária a possibilidade de colaboração nas etapas produtivas, seja com o hackeamento interno ou com a abertura das API's e dos bancos de dados para *remix* dos usuários.

Barbosa e Torres (2012, 2013) defendem que o Jornalismo Guiado por Dados é uma vertente do Paradigma JDBD – Jornalismo Digital em Base de Dados, pois

O modelo tem as bases de dados como definidoras da estrutura e da organização, bem como da composição e da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística, de acordo com funcionalidades e categorias específicas, que também vão permitir a criação, a manutenção, a atualização, a disponibilização, a publicação e a circulação de cibermeios dinâmicos em multiplataformas. (BARBOSA, TORRES, 2012, 2013, p. 2).

Bradshaw e Rohumaa (2011) sustentam que o Jornalismo Guiado por Dados compreende quatro fases essenciais: 1 - a pesquisa de dados; 2 – a interpretação dos dados, 3 – a visualização dos dados e 4 – a recombinação dos dados. Já Pablo Mancini (2011) em seu livro “*Hackear el Periodismo*”, diz que hackear o jornalismo é trabalhar para melhorar os aspectos técnicos, encontrar alternativas para as questões financeiras e contribuir para otimizar a prática social.

Mancini (2011) destaca ainda que, para sobreviver, o jornalismo terá que negociar seu futuro com a audiência. Essa negociação não é uma humilhação, mas um retorno à essência do jornalismo. Tal processo é impulsionado pela ubiquidade, novas tecnologias e conexões, pois mudaram a forma da sociedade se relacionar com as notícias. Assim, a relevância dos produtos digitais depende do consumo e da circulação.

Mancini (2011) propõe quatro pontos para se pensar as transformações, desafios e oportunidades para as fábricas de notícias, a saber: tempo, audiência, valor e organização, detalhados a seguir.

---

<sup>142</sup>

<<http://datadrivenjournalism.net/>>. Acesso em: 26/10/2013

**1. Tempo:** A aceleração da vida e a escassez do tempo impactam diretamente no consumo das notícias e, conseqüentemente, na produção e a distribuição do conteúdo. A audiência é fluida e não está em nenhum lugar.

De alguna manera estamos produciendo medios periodísticos para una audiencia que ya no está ahí. Para una audiencia que no tiene tiempo. (...) Buena parte de los editores de los diarios online no tienen la menor idea acerca del contexto en el que la audiencia encuentra las noticias. Algunos, menos aun, saben que ese proceso se está invirtiendo y que las noticias ahora encuentran a la audiencia<sup>143</sup> (*Ibidem*, p. 23).

Mancini defende que, neste contexto, o consumo ocorre *in-between time* (leitura fluida, interrompida, com distração) e não no *golden time* (dedicação exclusiva). Desse modo, o grande desafio para os jornais é compreender e adaptar a sua produção e distribuição a essa dinâmica, no lugar do argumento de que a falta de tempo resulta na elaboração de produtos mais superficiais.

La zona de tiempo *golden time* se está comprimiendo, se está atomizando y está siendo cuestionada por hábitos de consumo de información donde reina la instantaneidad. La zona de tiempo *in-between time*, hace solo unos años una porción marginal de la disponibilidad de atención, se está transformando en El long tail de la disponibilidad de atención. Los nuevos medios y los medios sociales se están apoderando rápidamente de ese terreno<sup>144</sup> (*Ibidem*, p. 31).

**2. Audiência:** A produção e publicação massiva amadora é um fenômeno irreversível e, não em menor medida, a audiência é peça chave na distribuição dos conteúdos produzidos pelos meios de comunicação. Estas são os dois aspectos principais destacados por Mancini (2011) no que tange o papel dos usuários na nova ecologia midiática. “Está claro que la audiencia se está transformando profundamente, en el

<sup>143</sup> “De alguna manera estamos produciendo sites jornalísticos para una audiencia que não está mais lá. Paa uma audiência que não tem tempo. Boa parte dos editores dos diários online não tem a menor ideia acerca do contexto em que o público encontra as notícias. Outros, nem ao menos, sabem que esse processo está mudando e que as notícias agora encontram a audiência”.

<sup>144</sup> “A zona de tiempo *golden time* está se comprimindo, está se atomizando e está sendo questionado por hábitos de consumo de informação onde reina a instantaneidade. A zona de tiempo *in-between time*, há alguns anos ocupa uma porção marginal da disponibilidade de atenção e está se transformando na calda longa da disponibilidade da atenção. Os novos meios e as redes sociais estão se apoderando rapidamente deste terreno”.

sentido de que está assumindo roles inéditos y llevando a cabo actividades sin comparación en la historia de los médios de comunicación<sup>145</sup>” (*Ibidem*, p. 39).

Mancini (2011) defende que a audiência, atualmente, é o motor da distribuição de conteúdo, pois a circulação de notícias nunca foi tão precisa, expandida e otimizada. Agora, os usuários recebem a informação no meio em que quiserem e a compartilham na plataforma que melhor lhes convier, independente do canal que os *mass media* selecionaram.

Para o pesquisador argentino, os algoritmos e os robôs também integram a audiência, uma vez que funcionam como ressonância dos usuários e ocupam papel importante na sugestão e na recomendação de notícias. “Los algoritmos de los buscadores muy particularmente consultan los contenidos que producimos en los médios decenas y hasta centenares de Miles de veces cada dia, para poder mediar de la forma más eficiente con la audiencia que los consulta<sup>146</sup>” (*Ibidem*, p. 44).

**3. Valor:** O *remix* e a propagação são elementos constitutivos da nova cadeia de criação de valor dos meios de comunicação, que precisa ultrapassar as redações e romper o controle dos editores. Para Mancini (2011), os jornais precisam investir na experimentação. O *The New York Times* criou uma equipe de inovação e desenvolvimento para pensar novos produtos, cuja estratégia são as APIs e as narrativas interativas. O *Los Angeles Times Projects* tem apostado em projetos a partir das bases de dados públicas. Já a *BBC* e o *The Guardian* têm apostado na abertura e na disponibilização das suas APIs para desenvolvedores externos e, além disso, têm promovido ações de hackeamento das suas bases de dados. “La calidad se parece cada vez más a algo que se coproduce, comparte y reelabora mientras se distribuye. La

---

<sup>145</sup> “Está claro que a audiência está se transformando profundamente, no sentido de que assume regras inéditas e levando a cabo atividades sem comparação na história dos meios de comunicação”.

<sup>146</sup> “Os algoritmos dos buscadores, particularmente, consultam os conteúdos produzidos nos meios dezenas e até centenas de milhares de vezes ao dia para poder oferecer de forma mais eficiente o que a audiência consulta”.

calidad está más acerca de palabras como reelaboración, participación o experiência que de valores como prolijidad, estabilidad o destreza técnica<sup>147</sup>” (*Ibidem*, p. 66).

**4. Organização:** Mancini (2011) argumenta que, diante da crise, as organizações jornalísticas precisam redesenhar sua estrutura de produção e distribuição de conteúdo. A aposta do pesquisador argentino é no conceito de remixologia, ou seja, a produção de objetos abertos para o *sampling* social, em que as novas audiências exerceriam papel ativo. Usando uma metáfora, Mancini explica que os jornais não podem se parecer com as empresas discográficas, mas, sim, que os jornalistas precisam ser semelhantes aos DJs, para remixar ou reelaborar os conteúdos disponíveis. “Associar contenidos de calidad con contenidos llamados originales es una propuesta tan a destiempo que no siempre es rentable para las empresas periodísticas ni atractiva para las audiencias<sup>148</sup>” (*Ibidem*, p. 103).

### 3.6 O que o jornalismo pode aprender com os hackers

Os produtos construídos a partir do hackeamento têm o *remix* como principal característica. Leão (2012) pontua que o *remix* envolve dimensões lógicas, éticas e estéticas.

As mídias digitais, os bancos de dados e a lógica do software povoam a cultura contemporânea. Nesse cenário, procedimentos específicos de criação e produção de linguagem emergem nas redes. Compreendido enquanto ato de editar fragmentos de materiais pré-existentes com objetivo de gerar novas obras, o *remix* é uma prática característica da cultural digital (LEÃO, 2012, p. 1).

Navas (2007) propõe pensar o *remix* a partir de três tipos: 1- Estendido: uma versão maior do que a original, sem mudar ou adicionar novos elementos; 2- Seletivo: ocorre a adição de novos elementos ou a remoção de parte de uma obra; 3- Reflexivo: envolve alterações estruturais na obra.

---

<sup>147</sup> “A qualidade se parece cada vez mais algo que co-produz, compartilha e reelabora e como é distribuída. A qualidade está mais relacionada a palavras como reelaboração, participação ou experiência do que valores como prolixidade, estabilidade ou destreza técnica”.

<sup>148</sup> “Associar conteúdos de qualidade com conteúdos chamados originais é uma proposta tão prematura que nem sempre é rentável para as empresas jornalísticas e nem atrativa para o público”.

An example of the Reflexive Remix in culture at large is Wikipedia. The entries to the online encyclopedia are constantly revised and updated by different contributors; when a controversial entry is made, a discussion ensues and a posting is placed at the top of the site explaining the current state of debate<sup>149</sup>. (NAVAS, 2007, Online)

Barbosa e Farbiarz (2009) já defendiam a estética base de dados como uma nova metáfora para a representação da informação jornalística. Em consonância com os autores, entendemos que a estética base de dados é a metáfora para compreender a visualização/apresentação das narrativas criadas a partir da apropriação das bases de dados em ações de hackeamento.

No contexto atual, marcado pelo uso exponencial de bases de dados (BDs) para estruturar, organização, armazenar e apresentar os conteúdos noticiosos, uma nova metáfora para a representação da informação jornalística vem ganhando espaço: a metáfora da estética base de dados. Isto é, um modo particular para a apresentação das informações jornalísticas já desvinculado da metáfora do impresso – *broadsheet metaphor* – e que procede diretamente do emprego das BDs para a estruturação dos conteúdos no jornalismo digital ou ciberjornalismo (BARBOSA, FARBIARZ, 2009, p. 1).

A estética base de dados é contemplada na categoria “Visualização” do Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (BARBOSA, 2007a; 2007b e 2008; BARBOSA, FARBIARZ, 2009; BARBOSA, TORRES, 2012; 2013). Para a autora, tal categoria refere-se aos diversos modos de representação de informações jornalísticas, tendo as bases de dados como estrutura fundamental, seja por meio de metadados, *data mining*, *tagging*, *squarified*, entre outros.

Sem a participação ativa do leitor, os BDs se configuram apenas como o somatório de caracteres. Somente quando elementos retirados de uma realidade de referência do leitor dão sentido aos elementos de referência potencializados pelo autor, a convergência entre leitor e BDs se concretiza (BARBOSA; FARBIARZ, 2009, p. 8).

---

<sup>149</sup> “Um exemplo do *remix* reflexivo na cultura em geral é a Wikipedia. As entradas para a enciclopédia on-line são constantemente revisadas e atualizadas por diferentes colaboradores; quando uma entrada de controverso é feita, segue-se uma discussão e uma postagem é colocada no topo do site explicando o estado atual do debate”.

De acordo com Mancini, *Wikileaks*<sup>150</sup>, *The Huffington Post*<sup>151</sup> e o *Newser*<sup>152</sup> são as experiências mais exitosas de hackeamento do jornalismo na atualidade.

*Wikileaks* trouxe algumas mudanças para o jornalismo, a saber:

- Organização ubíqua, sigilo das fontes, os *publishers* são amplificadores de conteúdos elaborados fora da redação, mecanismo de circulação da informação, uma espécie de *Napster* do jornalismo, e reconfigurou a importância sobre os dados brutos no processo jornalístico;

*The Huffington Post* produziu alguns efeitos no jornalismo, a saber:

- A audiência tem papel fundamental na criação de valor para as notícias, o foco editorial são as pessoas e a cobertura de temas da vida cotidiana, aposta no pragmatismo tecnológico com a facilidade de comunicação entre as plataformas visando aumentar a participação dos usuários e, por fim, a produção colaborativa de conteúdo;

*Newser* trouxe algumas mudanças para o jornalismo, a saber:

- Redesenho das notícias, brevidade e/ou resumo como valor agregador do conteúdo, *remix* dos conteúdos, maior abundância informativa, personalização e, por fim, equipe reduzida, apesar da larga produção.

Em artigos anteriores (2011, 2012) sustentamos que a abertura das APIs e a liberação das bases de dados radicalizam as apropriações colaborativas, pois o próprio código fonte (bases de notícias, CMS e programação) é disponibilizado para *remix* da comunidade. Esse processo materializa o processo de abertura dos códigos fontes, uma vez que as três regras dos softwares livres – não têm dono, todos os utilizam e qualquer um pode aprimorá-lo – são potencializadas pelos jornais, a partir do momento em que passaram a ser estruturados em bases de dados (Barbosa, 2007).

---

<sup>150</sup> <<http://wikileaks.org/>>. Acesso em: 22/10/2013.

<sup>151</sup> <<http://www.huffingtonpost.com/>>. Acesso em: 22/10/2013.

<sup>152</sup> <<http://www.newser.com/>>. Acesso em: 22/10/2013.

O que conseguimos identificar após a observação sistemática de alguns jornais é que, essas práticas, geralmente acontecem com o incentivo das próprias organizações jornalísticas que convidam os leitores a analisarem documentos públicos ou identificarem lobbistas a partir de uma fotografia e, em casos mais recentes, liberar a API para que os usuários gerem novos produtos e narrativas a partir da memória das respectivas organizações jornalísticas, comumente buscando, por meio do incentivo da criatividade de hackers, programadores, desenvolvedores, artistas e outros atores novos insights para a elaboração de produtos jornalísticos.

Outra ação que merece destaque é o hackeamento. Organizações jornalísticas como o inglês *The Guardian*<sup>153</sup> e o brasileiro *Estado de S. Paulo*, por exemplo, têm promovido ações de hackeamento em suas redações. O *The Guardian* reuniu, em 2008 e em 2012, programadores, jornalistas, designers, entre outros para desenvolverem aplicativos em torno do conteúdo e serviços do jornal. *NYTimes*, *USAToday*, *Financial Times* e *BBC* também foram algumas das empresas que promoveram o hackathon em suas sedes como estratégia de inovação para geração de novos produtos e ideias para guiar as práticas jornalísticas.

No Brasil, o *Estado de S. Paulo (Estadão)* promoveu o (ou a) sua primeira (o) Hackatão em parceria com a Casa de Cultura Digital, no dia 24 de junho de 2012, e reuniu jornalistas, designers, programadores e hackers para desenvolver projetos, serviços e aplicativos tendo como princípio base dados públicas. O Hackatão foi o primeiro promovido por uma grande organização jornalística brasileira e resultou em diversas ideias para potencializar a cidadania, o controle social e transparência da administração pública.

A partir destas experiências mapeadas mediante observações sistemáticas, é possível pensar que o hackeamento em organizações jornalísticas em dois níveis:

---

<sup>153</sup> O jornal inglês *The Guardian*, recentemente, resolveu abrir a sua API para a comunidade. Um dos resultados mais expressivos foi desenvolvido por Phil Gyford, que otimiza a navegabilidade do site a partir de uma estrutura de “passar a página”, semelhante aos jornais impressos. O projeto busca criar a ideia de um jornal compacto na web, com um número de informações limitadas e selecionadas pelos jornalistas para dar a impressão de que o leitor está bem informado e leu todas as notícias relevantes do dia.

**1- Interno:** Quando é desenvolvido a partir das suas próprias API's ou a partir de base de dados públicas (como as experiências desenvolvidas pelo *The Guardian* e pelo *Estadão*);

**2- Externo:** Quando comunidades de hackers, jornalistas e demais profissionais criam novos produtos a partir de bases de dados públicos, API's dos jornais, entre outros. Um exemplo do nível externo são os projetos desenvolvidos a partir de base de dados públicos do Governo Federal, disponibilizados no site Dados.gov.br<sup>154</sup>. Após a Lei de Acesso à Informação entrar em vigor, no dia 16 de maio de 2012, o referido site passou a agregar dados da esfera federal e projetos elaborados mediante dados governamentais, sobretudo por comunidades e grupos de hackers brasileiros.

Hackear o jornalismo significa dotá-lo de novas funcionalidades, reprogramá-lo para resolver problemas que nunca antes teve que enfrentar no ramo do negócio, geração de renda e acesso aos conteúdos e do estatuto do profissional, que demanda novos saberes e novos perfis para atuar em um ambiente marcado pela colaboração, compartilhamento, nichos de mercado, mídias sociais e personalização do conteúdo.

É preciso reconhecer ainda o hackeamento do jornalismo como uma extensão do Paradigma Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD), em uma lógica multiplataforma e de convergência, pois as bases de dados vão permitir a “criação, a manutenção, a atualização, a disponibilização, a publicação, a circulação e a recirculação dos conteúdos jornalísticos em multiplataformas” (BARBOSA, 2013, p. 40).

---

<sup>154</sup>

<<http://dados.gov.br/aplicativos/>>. Acesso em: 26/10/2013

## CONCLUSÕES

Apesar da infinidade de terminologias para conceituar e/ou explicar as práticas colaborativas de conteúdo, notou-se mais aproximações do que distanciamento entre os pesquisadores do campo da comunicação acerca da temática. A revisão dos inúmeros conceitos foi de grande valia para definir o que é Jornalismo Colaborativo, principalmente, na identificação dos três níveis de acesso aos códigos de emissão, na perspectiva de avançar e atualizar os estudos sobre a temática.

Após a compreensão histórica do fenômeno - onde identificou-se mediações, potencialidades e rupturas – ficou mais evidente os desafios e oportunidades para as organizações jornalísticas em um ecossistema comunicacional marcado pela colaboração, conversação e compartilhamento de conteúdo. A atuação dos jornalistas nestes ambientes precisa ser repensada, pois em cada nível da colaboração é demandado do profissional uma estratégia relacional e de mediação específica.

A defesa do Jornalismo Colaborativo como uma atividade do setor criativo, tendo em vista que a sua estrutura produtiva é marcada pela criatividade e pelo conhecimento, pretendeu inserir a temática em uma nova perspectiva de análise para os futuros estudos das práticas colaborativas de conteúdo, pois abordar o Jornalismo Colaborativo como mera prática de pedidos de envio de informações sobre assuntos trágicos ou como uma atividade que explora os participantes é permanecer na superfície da compreensão do assunto. É preciso relacionar o Jornalismo Colaborativo com outras escolas, teorias e campos investigativos para assim, a partir da análise das suas diversas nuances será possível obter um entendimento mais aprofundado desta prática cultural.

A compreensão das bases de dados como dispositivo para o Jornalismo Colaborativo permitiu evidenciar uma nova geração para a produção colaborativa de conteúdo, onde a liberação das APIs e as ações de hackeamento resultaram em uma nova relação entre organizações jornalísticas e o seu público, bem como novas possibilidades de apresentação da informação, a apropriação e *remix* por parte dos

usuários. A originalidade da pesquisa evidencia que no Jornalismo Colaborativo de segunda geração, as bases de dados atuam como suporte para a elaboração de novas narrativas, deixando de ser apenas um aspecto técnico e tecnológico para tornar-se matéria-prima para os processos colaborativos de produção de conteúdo.

Com a observação sistemática foi possível identificar cinco funcionalidades e características do Jornalismo Colaborativo a partir das Bases de Dados, que nos permitiu validar a hipótese inicial da pesquisa, bem como identificar outros elementos que fazem emergir a segunda geração do Jornalismo Colaborativo.

- 1- Organizações jornalísticas que disponibilizam as bases de dados para consulta/colaboração;
- 2- Organizações jornalísticas que constroem suas próprias bases de dados, seja a partir de informações públicas ou via coleta de informações primárias;
- 3- Organizações jornalísticas que liberam suas API's para apropriação;
- 4- Organizações jornalísticas que transformam bases de dados em produtos interativos e dinâmicos;
- 5- Organizações jornalísticas que criam conteúdo a partir dos dados e pelos cidadãos.

Ao identificar tais funcionalidades e características e propor uma nova geração para o Jornalismo Colaborativo, espera-se que o trabalho contribua para os futuros estudos no Jornalismo Digital e, sobretudo, as práticas de produção colaborativa de conteúdo, uma vez que em um ecossistema midiático estruturado na lógica multiplataforma, de *continuum* multimídia de cariz dinâmico (BARBOSA, 2013), a colaboração emerge como um aspecto essencial, sobretudo na produção, circulação e recirculação dos produtos jornalísticos.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, C.W, BELL. E e SHIRKY, C. **Jornalismo pós-industrial**. Revista ESPM, 2013.

ADORNO, T. e HORKHEIMER, M. **A indústria cultural – o iluminismo como mistificação das massas**. In: Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALENCAR, Eunice e FLEITH, D. **Contribuições Teóricas Recentes ao Estudo da Criatividade**. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ptp/v19n1/a02v19n1.pdf>

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo**. Chapecó: Argos, 2009.

Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/60968617/Agamben-Giorgio-O-Que-e-Contemporaneo-e-Outros-Ensaio>

ALMEIDA, Yuri; ROCHA, Jorge - **O webjornalista e a configuração de uma (nova) esfera pública comunicacional, 2010**. Trabalho apresentado no GP de Cibercultura, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. CD ROM.

\_\_\_\_\_ - **Jornalismo em bases de dados e a segunda fase do jornalismo colaborativo, 2011**. Trabalho apresentado no GP de Cibercultura, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. CD ROM.

ALMEIDA, Yuri - **Jornalismo colaborativo: uma análise dos critérios de noticiabilidade adotados pelos cidadãos-repórteres do Brasil Wiki durante as eleições de 2008**. Monografia (Especialização em Jornalismo Contemporâneo) Centro Universitário Jorge Amado, 2009. Disponível em <http://www.scribd.com/doc/11782234/Final>

BARBOSA, Suzana **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) - Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. 2007. (Tese de Doutorado). PósCOM/UFBA. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/tese\\_suzana\\_barbosa.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/tese_suzana_barbosa.pdf)

\_\_\_\_\_ Aspectos da convergência jornalística em empresas brasileiras, 2009. Disponível em: [http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom\\_iberico/sopcom\\_iberico09/paper/viewFile/391/387](http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/391/387)

\_\_\_\_\_ O que é jornalismo em bases de dados? , 2006. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_487.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_487.pdf)

\_\_\_\_\_ Identificando remediações e rupturas no uso de bancos de dados no jornalismo digital, 2004. Disponível em: <http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/resumod.php?id=133>

BARBOSA, Suzana; TORRES, Vitor. **Extensões do Paradigma JDBD no jornalismo contemporâneo: modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos.** Disponível em <[http://compos.org.br/data/biblioteca\\_1892.doc](http://compos.org.br/data/biblioteca_1892.doc)>

BENDASSOLLI, P., WOOD, Jr., KIRSCHBAUM, C. e CUNHA M. **Indústrias Criativas: Definição, Limites e Possibilidades.** RAE-Revista de Administração e Empresas. v. 49, n.º1, jan/mar, 2009.

BOLTER, D. J, GRUSIN, R. **Remediation.** The MIT Press, 2000

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo open source: discussão e experimentação do OhmyNews International.** <http://www.scribd.com/doc/9727410/dissertacao007> acessado em 15/05/2013

BROWN, B., HAASE, Q. A. **‘A Workers’ Inquiry 2.0’: An Ethnographic Method for the Study of Prodsusage in Social Media Contexts.** IN: Marx is Back-The Importance of Marxist Theory and Research for Critical Comm. Studies Today (Fuchs & Vincent Mosco, org). 2012

CANAVILHAS, João. Webnotícia: **Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW.** Coleção Estudos em Comunicação. Covilhã: LabcomBooks, 2008. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/fichas/canavilhas-webnoticia.html>.

\_\_\_\_\_. A internet como memória. (Fevereiro/2004). Disponível em: <http://www.webjornalismo.com/sctions.php?op=viewarticle&artid=78>

CSIKSZENTMIHALYI, M. **Where is the evolving milieu? A response to Gruber.** *Creativity Research Journal*, 1, 60-62, 1988.

ERLL, A., RIGNEY, Ann. In: **Mediation, Remediation, and the Dynamics of Cultural Memory.** Walter deGruyter (org.) 2009

GORDON, Rich. **“Data as journalism, journalism as data”.** In: Readership Institute. Nov. 2007. Disponível em: <http://www.readership.org/blog2/2007/11/data-as-journalism-journalism-as-data.html>

GUNTER, Barrie. *News and the net.* Mahwah, New Jersey, London: LEA, 2003.

FIDALGO, Antonio. **“Do poliedro à esfera: os campos de classificação. A resolução semântica no jornalismo online”.** In: Anais do II Congresso da SBPJor, 2004. Salvador-BA/Brasil.

\_\_\_\_\_. **Sintaxe e semântica das notícias on-line. Para um jornalismo assente em base de dados.** Disponível em [www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/fidalgo2003.doc](http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/fidalgo2003.doc)

\_\_\_\_\_. **“A resolução semântica no jornalismo online”.** In: BARBOSA, S. (Org.). *Jornalismo digital de Terceira Geração.* Coleção Estudos em Comunicação. Covilhã: LabcomBooks, Págs: 93- 102. Disponível em:

[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/barbosa\\_suzana\\_jornalismo\\_digital\\_terceira\\_geracao.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf)

\_\_\_\_\_  
 “**Data Mining e um novo jornalismo de investigação**”. In: BARBOSA, S. (Org.). *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Coleção Estudos em Comunicação. Covilhã: LabcomBooks, Págs: 143-156 Disponível em: [http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/barbosa\\_suzana\\_jornalismo\\_digital\\_terceira\\_geracao.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf)

FLORIDA, R. **Ascensão da Classe Criativa**. Editora: [L&pm](#), 2011

HARTLEY, J. *Creative Industries*. London: Blackwell, 2005.

HOSKINS, A. In: **Mediation, Remediation, and the Dynamics of Cultural Memory**. Walter deGruyter (org.) 2009

JAGUARIBE, A. **As indústrias criativas: parâmetros para as políticas públicas**. In: \_\_\_. WORKSHOP da UNCTAD sobre as indústrias criativas empreendedoras. São Paulo: s.n., 2004.

JEFFCUTT, P. **Management and the creative industries**. *Studies in Culture, Organizations and Society*, v. 6, n. 2, p. 123-127, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina: 2002.

LÓPEZ, García (2008). **Ciberperiodismo en la proximidad**. Sevilla: Comunicación Social.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo : Ed.34, 1999

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>>

\_\_\_\_\_  
**O Jornalismo Digital em Base de Dados**. Florianópolis: Calandra, 2006

MANCINI, Pablo. **Hackear el periodismo: manual de laboratorio**. La Crujía/Futuribles: Buenos Aires, 2011

MANOVICH, Lex. **The language of new media**. Cambridge: MIT, 2001.

\_\_\_\_\_  
**O que é visualização?**”. In: Revista Estudos em Jornalismo e Mídia – Vol. 8 Nº 1 – Janeiro a Junho de 2011. pp. 146-172. Disponível em:

<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v8n1p146>

MEYER, Philip **Precision Journalism. A Reporter's Introduction to Social Science Methods**. Disponível em: < <http://www.unc.edu/~pmeyer/book/>>

ROCHA, Jorge. **O papel dos jornalistas nos processos interacionais do Participatory Journalism**. Artigo apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Brasília, Setembro 2006. CD-Rom.

\_\_\_\_\_. **Por uma Cartografia da Informação - funções do webjornalista no ciber mundo colaborativo**. Artigo apresentado no GP Produção Laboratorial – Eletrônicos, do XII Encontro Nacional de Professores de Jornalismo (ENPJ), Belo Horizonte, Abril 2009. Disponível em <<http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=514&cf=18>>. Consultado em 15/05/2013

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação – criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2010.

TRASEL, Marcelo. **A pluralização no webjornalismo participativo: uma análise das intervenções no WikiNews e no Kuro5hin**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), 2007. Disponível em <<http://www.scribd.com/doc/220106/A-pluralizacao-no-webjornalismo-participativo> acessado em 25/12/2008>

Tem aplicativos desenvolvidos por cidadãos?	Organização dos dados (Big data ou small data)	Interatividade	Colaboração	Licença	Estética	Mídias sociais