



## **Jornalismo Colaborativo: a ideologia das redes<sup>1</sup>**

Alfredo Vizeu<sup>2</sup>

Filipe Barros Beltrão<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco – PPGCOM

### **Resumo**

O presente artigo tem como objetivo analisar os aspectos ideológicos presentes nas experiências midiáticas colaborativas na Internet. Neste trabalho iremos aprofundar os tensionamentos presentes no campo da comunicação causados pelo crescimento da participação dos usuários na produção de conteúdo. Do ponto de vista metodológico é um estudo de caso do website colaborativo Overmundo, com o intuito de investigar os aspectos ideológicos presentes na sua dimensão discursiva em relação ao contexto da mídia contemporânea.

### **Palavras-Chave**

Jornalismo colaborativo; overmundo; ideologia, internet.

### **Introdução**

As discussões em torno da cibercultura emergiram junto com a popularização da internet e a sua consolidação como uma nova plataforma midiática. Nos primeiros estudos o imaginário presente na rede mundial de computadores se polarizava entre o fascínio pela idéia de liberdade comunicativa e de produção de conteúdo; e o alarde com a concretização da sociedade de controle, a perda da privacidade e uma maior vigilância da vida pessoal. As antípodas se justificam pela inspiração direta exercida pelas distopias e ficções científicas no mundo hacker e nas metáforas que inspiraram as próprias nomenclaturas utilizadas no ciberespaço.

O imaginário que cerca o conceito de rede e o a compreensão da internet tem o seu valor e importância, entretanto os últimos estudos realizados nesse campo apontam para uma perda do fascínio pelo novo sendo substituído por uma visão mais focada em experiências práticas, interessadas em encontrar os limites e potencialidades do ciberespaço. É possível observar essa tendência nos últimos anos principalmente pelo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP Tecnologias da Informação e da Comunicação, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduado em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) e Mestrando em Comunicação Social pelo PPGCOM da UFPE, na linha de pesquisa Mídia e Processos Sociais. Atualmente, desenvolve sua dissertação sobre práticas colaborativas na Internet, a partir do estudo de caso do site Overmundo, orientado pelo doutor em comunicação Alfredo Vizeu. E-mail: [filipebb@gmail.com](mailto:filipebb@gmail.com).

<sup>3</sup> Coordenador Núcleo Jornalismo e Contemporaneidade - PPGCOM/UFPE. E-mail: [vizeu@hotlink.com.br](mailto:vizeu@hotlink.com.br).



acúmulo de pesquisas sobre sites, comunidades virtuais, interações mediadas por computador e novas ferramentas de comunicação.

Recentemente, um dos temas que vem provocando grandes discussões e deu ânimo às correntes mais entusiastas das novas mídias são as experiências de produção de conteúdo colaborativo na internet. Os diversos websites e plataformas para produção de notícia, disponibilização livre de obras artísticas digitalizadas e a construção de conteúdos de forma colaborativa parecem confirmar as previsões da formação de uma inteligência coletiva. Este artigo se propõe analisar os aspectos ideológicos que estão ligados a esse universo da *comunicação colaborativa*<sup>4</sup>, procurando aprofundar os tensionamentos que estão presentes e os conflitos que permeiam essas experiências emergentes.

Para analisar essa questão utilizaremos o website colaborativa Overmundo. Criado em novembro de 2005<sup>5</sup>, o website reúne ferramentas tecnológicas colaborativas para produzir, editar e difundir a informação. Dessa forma, cada novo membro cadastrado é convidado a alimentar o conteúdo de notícias, música, artes visuais, fotografia, poesia, agenda cultural, guia, dentre outros. Neste artigo, analisaremos a seções “dúvidas freqüentes” e “sobre o overmundo”, que explicitam claramente a postura ideológica do site em relação à internet, as práticas colaborativas e a livre circulação de conteúdo.

## **1. Ideologia: algumas visões**

Muitas são as discussões que envolvem o tema ideologia e as concepções em disputa. Dos primeiros estudos de Destutt de Tracy com o objetivo de criar uma “ciência das idéias”, até a visão negativa de Karl Marx empregada em *Ideologia Alemã* que influenciou uma série de estudos que falavam sobre hegemonia, disputas de poder e relações de classe, diversos foram os sentidos empregados a essa palavra. Soma-se a esse histórico as apropriações do senso comum que não nos permitem precisar bem o que tipos de fenômenos nos remetemos quando empregamos a palavra Ideologia.

Neste artigo utilizaremos a concepção de Van Dijk (1999) sobre ideologia por julgar a mais adequada para tratar de fenômenos abrangentes e ligado a problemáticas

---

<sup>4</sup> Utilizaremos esse termo para designar as práticas midiáticas na quais o usuário é a fonte central para a produção dos conteúdos.

<sup>5</sup> O Overmundo entrou no ar nessa data com a formatação de uma página na Internet com o objetivo de divulgar a proposta, mas o seu formato atual colaborativo só iniciou, efetivamente, em março de 2006.



contemporâneas que freqüentemente trafegam nas fronteiras de campos e são difíceis de serem classificadas de uma forma simplista. Vale a pena alertar que são poucos os estudos na cibercultura que procuram abordar a perspectiva ideológica. Portanto, o trabalho que estamos propondo se deseja fazer uma adaptação de conceitos utilizados em outras esferas para um campo no qual não é freqüente uma abordagem sob a ótica da ideológica.

As compreensões de Van Dijk (1999) sobre ideologia se aplicam ao caso em estudo, pois permitem compreender as relações entre ideologias, grupos e seus interesses. O enfoque do autor centra-se no triângulo conceitual e disciplinar que interliga cognição, sociedade e discurso. A singularidade da sua concepção é que ao tratar ideologia como um sistema de idéias, ele não reduz questões fundamentais ao generalismo. Ao contrário, ele esclarece que esta deve ser compreendida dentro de uma visão holística que possibilite compreender seus aspectos sociais, culturais, políticos e suas centralidade nas representações sociais e suas funções para cognição social.

Segundo o autor seu conceito de ideologia poderia ser resumido como a “*base de las representaciones sociales compartidas por los miembros de un grupo*”<sup>6</sup> (Van Dijk, 1999. p. 21). A partir dessa concepção poderíamos compreender como a ideologia se articula com um sistema de crença de um determinado grupo sem necessariamente fazer um juízo de valor sobre ela ou ter uma postura maniqueísta. O teórico aponta que as ideologias podem formar a base dos argumentos a favor de uma ordem social influenciando diretamente em uma compreensão particular do mundo. Sendo assim seria reducionista compreendê-las apenas como visões de mundo, pois estas são também os princípios que formam a base das crenças.

Em relação as possíveis críticas a respeito da sua concepção de ideologia, Van Dijk afirma que as ideologias não podem ser compreendidas apenas em termos cognitivos, pois estas estão em uma constante relação com grupos sociais, instituições e práticas sócias. Vale salientar, que as ideologias são construídas e modificadas a partir das relações sociais compartilhadas por um grupo. O atual conceito não ignora aspecto críticos e reflexivos sobre as relações de dominação e desigualdade social, a diferença dos enfoques tradicionais é que esta definição de ideologia não a percebe inerentemente negativa ou localizada nas estruturas sociais de dominação.

---

<sup>6</sup> Tradução nossa: “base das representações sociais compartilhadas por membros de um grupo”.



Nesse trabalho procuraremos fazer um processo de desnaturalização da realidade, em outras palavras, procurar investigar os fatos e compreender as relações ideológicas existentes. Como adverte Guareschi (2004, p. 80), “a naturalização, é no fundo, uma das principais armas na manutenção das situações de dominação e de acobertamento da realidade”. No entanto, julgamos importante uma reflexão sobre as experiências que questionam o *status quo*, e uma visão mais tradicional de mídia. Por se tratarem de experiências inovadoras, podemos resvalar no maniqueísmo que apenas enxerga os aspectos positivos dessa questão, esquecendo de questionar os tensionamentos e como muitas vezes as experiências que questionam os modelos vigentes são epifenomênicas.

## 2. Técnica como ideologia

Antes de abordar especificamente a questão da comunicação colaborativa é importante fazer algumas considerações sobre como as questões ideológicas se interligam com aspectos da cibercultura, a utilização da técnica e a lógica das redes de comunicação. Musso (2006, p. 191) reflete como a Internet reaviva a idéia de um mundo conectado e construindo uma idéia de “cérebro planetário” de “inteligência coletiva”. O autor elucida como a técnica exerce um papel central na atual sociedade:

A técnica desempenha o papel simbólico em nossas sociedades desencantadas. Assim, a rede se tornou um atraidor, contribuindo para um reencantamento buscado nas utopias tecnológicas. A rede, e seu cortejo de metáforas, está no centro desses novos dispositivos de comunicação.

Musso (2006) comenta que três redes técnicas estruturam a comunicação no século XX: a rede de radiodifusão, a rede teleinformática e a de telefonia ponto a ponto. “O ciberespaço recupera essa ‘santa trindade’ para valorizar a figura da rede telemática do tipo Internet, como modelo de conexão livre e igualitária” (Musso, 2006, p. 205). Um dos aspectos importantes sobre essa questão é a convergência entre o “desencanto do mundo” e do esvaziamento da religião e a criação das grandes redes técnicas modernas: ferrovia, telégrafo e elétrica. Essas redes surgem na passagem entre os séculos XVIII e XIX “como a resposta prometéica que seria o advento do mundo moderno liberado de sua referência supranatural” nos deslumbram e reencantam o mundo até os dias atuais.

Habermas (1983) enfatiza a influência da institucionalização do progresso científico e técnico na racionalização da sociedade, e a secularização e o



desenfeitiçamento são a contrapartida direta desse processo agir social. Ainda no mesmo escrito, o autor cita Marcuse (1965) e como ele articula a ideologia com a técnica:

Talvez o próprio conceito de razão técnica seja uma ideologia. Não apenas sua aplicação, mas já a própria técnica é dominação (sobre a natureza e sobre o homem) (...) a técnica é sempre um projeto histórico-social; nela é projetada aquilo que a sociedade e os interesses que a dominam tencionam fazer com o homem e com as coisas. (MARCUSE, apud Habermas 1983. p. 314).

Os impactos sociais da técnica e a crítica as visões simplistas seja pelo lado do triunfalismo ou da fobia as alterações causadas pela utilização das tecnologias foi bem conceituada por Lévy (2000. p.26):

Uma técnica não é boa, nem má (isto depende dos contextos, dos usos e dos pontos de vista), tampouco neutra (já que ela é condicionante ou restritiva, já que de um lado abre e do outro fecha o espectro de possibilidades). Não se trata de avaliar seus "impactos", mas de situar as irreversibilidades as quais um de seus usos nos levaria, de formular os projetos que explorariam as virtualidades que ela transporta e de decidir o que fazer com ela.

Apesar da abordagem precisa sobre o caráter relativo, porém não neutro, que a técnica pode adquirir a explicação nos alerta para um questão crucial. É evidente que a técnica por si só não tem poderes absolutos, ela condiciona, formata, porém pode ser mobilizada de múltiplas formas. A questão crucial parece ser justamente como a nossa sociedade está manipulando a técnica e suas conseqüências ideológicas

### **3. Comunicação colaborativa na internet e seus aspectos ideológicos**

A comunicação colaborativa ganhou mais visibilidade nos últimos anos através de várias experiências que estão surgindo na Internet. Essas práticas colaborativas estão relacionadas com o momento atual vivido pela internet, onde as ferramentas de publicação de conteúdo estão amplamente difundidas e são relativamente fáceis de serem manipuladas. O grande fator que restringia esse fenômeno eram as limitações técnicas. Hoje, qualquer pessoa pode ter um espaço virtual, sem necessariamente, dominar linguagem de programação. Esse momento histórico, onde acontece uma expansão das ferramentas participativas, vem sendo chamado de web 2.0. O termo foi cunhado por O'REILLY (2005), no artigo onde ele demonstra uma séria de ferramentas e motivos para entender essas experiências colaborativas como um novo momento da Internet. A colaboração é algo presente na Internet desde os seus primórdios, nas



primeiras comunidades virtuais e nos softwares de interação social. Neste trabalho entende-se por web 2.0 as “práticas ligadas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços Web, linguagem Ajax, Web syndication, etc.), a um momento histórico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas para o comércio eletrônico e a processos de interação social mediados pelo computador” (Primo, 2006. p. 01).

Essas mudanças geraram um aquecimento no campo da cibercultura e o surgimento de vários conceitos e estudos que pudesse comportar essas novas experiências. Um ponto em comum desses novos projetos colaborativos é o constante questionamento das esferas institucionais dando maior relevo à liberdade de publicação, a autonomia do usuário e a livre circulação de informação. Nesse artigo, nos concentraremos nas experiências colaborativas de produção de notícia. Essa nova forma de produzir e circular a notícia, feita pelos usuário recebeu diferentes denominações webjornalismo participativo, jornalismo cidadão, *grassroots journalism*, *open source journalism*. Não obstante, algumas diferenças conceituais, todas as terminologias focam a sua atenção no processo, no qual os usuários alimentam os conteúdos dos sites. Podemos enumerar alguns exemplos ligados a essa perspectiva: Slashdot, OhmyNews, Digg, LJWorld, entre outros.

Apesar da efervescência do tema pouco tem se discutido e criticado essas novas experiências. Recorrentemente, os estudos abordam os fenômenos de forma naturalizada, sem ir além da descrição e do senso comum. Analisaremos aqui alguns pontos importantes relacionados a essas experiências. A respeito dos dois principais livros que abordam a temática do jornalismo colaborativo (We media e We the media) Moretzsohn (2007, p. 261) comenta:

Todo argumento se desenvolve com base na oposição entre o poder imperial, exclusivista, elitista e arrogante dos jornalistas – ou das empresas jornalísticas – e as audiências, o público difuso; a questão, portanto, em momento algum é o enfrentamento do capital. Por isso é tão fácil desenhar-se o quadro de disputa entre “blogueiros” e o jornalismo tradicional, que, com toda simplificação é mistificadora.

O momento contemporâneo marcado por novas experiências cria o ambiente perfeito para o fortalecimento das correntes mais apocalípticas que apontam para o fim dos meios anteriores ou uma predominância dos formatos mais recentes. Uma questão que muitas vezes é ignorada é análise do jogo de interesses presente nas experiências colaborativas, que a priori dão plena liberdade aos usuários de expressar-se livremente.

Moretzsohn (2007, p. 261) reflete sobre o website de jornalismo participativo coreano OhmyNews que afirma ter mudado a rumo da imprensa:

... essa “revolução na história da imprensa mundial” seja mais propriamente um bom slogan para uma incitativa empresarial como tantas outras, que apenas tira proveito da agilidade proporcionada pelas novas tecnologias e estimula o público a alimentar o projeto em troca de uma remuneração “simbólica” e do status de “repórter”, ainda que não “profissional”.

No tópico abaixo analisaremos como esse imaginário acerca da tecnologia e da comunicação colaborativa se articulam estão presentes no caso Overmundo.

#### 4. *Overmundo* e as práticas colaborativas

O Overmundo é um website colaborativo surgido em novembro de 2005. O projeto foi concebido pelo núcleo de idéias Movimento (formado por Hermano Vianna, José Marcelo Zacchi, Alexandre Youssef e Ronaldo Lemos) e recebeu o financiamento da empresa Petrobras pelos mecanismos de incentivo fiscal do Programa Nacional de Apoio à Cultura / Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet), do Ministério da Cultura. O projeto contou inicialmente com a participação de vários profissionais, de todo o país, envolvidos na área cultural. A arquitetura e programação foram desenvolvidas pela empresa Tecnopop.

**OVERMUNDO** Bem-vindo(a), Filipe Barros  
Editar perfil · logout

home overblog banco de cultura guia agenda perfis overfeeds overmixter participe ajuda

overmundo.com.br/tag/  Ok digite uma tag  buscar

home · overblog · mugg: nasce nova rede colaborativa brasileira

### Mugg: nasce nova rede colaborativa brasileira

Marilícia • Rio de Janeiro (RJ) • 31/7/2007 11:29 • 82 votos • 5

73 overpontons GOSTEI

**mugg** O SEU SETLIST DE NOTÍCIAS

publicadas em votação tags ajuda sobre sobre

5 Beyoncé tomba durante apresentação

5 Vocalista do Depeche Mode anuncia novo álbum

5 Músico do Klaxons quebra a perna em show

5 Após sítio no Maracanã, The Rokes encerram festival no Rio

O Mugg.com.br é a mais nova rede colaborativa da web brasileira

Chegou a mais nova rede colaborativa da web: o Mugg.com.br, um canal de notícias sobre música feito inteiramente pelo usuário. Inspirado em idéias como Digg e o Overmundo, o Mugg pretende ser um ponto de encontro para aqueles que procuram informações sempre atualizadas sobre bandas, artistas e shows.

**meu painel**

- publicar colaboração
- filas de edição
- filas de votação

veja também

- A última moda - Overblog
- Palestra de Mauricio Menezes em Campos RJ - Overblog
- Eu gosto de Verdade - Banco de cultura
- Ao cupido - Banco de cultura
- MIA - Banco de cultura
- Dança do Fogo - Banco de cultura
- Assim Seja - Banco de cultura
- Hip Hop - A Cultura Marginal - Banco de cultura
- Sat'd'Arde - Banco de cultura
- ATILamento - Banco de cultura

tags randômicas

pousada escola rua artes-cenicas arte literatura senhora televisao iovenm

Figura 01: Página inicial do Overmundo

O Overmundo fundamenta toda a sua produção a partir das práticas colaborativas promovidas pelos usuários. O processo é descentralizado e todo o encaminhamento e gerenciamento é decidido pela participação e o crivo da comunidade de usuários registrados no website. O Overmundo é composto por oito seções sintetizadas na tabela abaixo:

CLASSIFICAÇÃO	SEÇÕES
<b>Publicação de Conteúdos Noticiosos e Informativos</b>	<b>Overblog:</b> página principal com os textos do site. <b>Agenda:</b> aglutina os eventos culturais que estão acontecendo em todo o Brasil. <b>Guia:</b> reúne as dicas de cada lugar do Brasil, escritas por quem mora na localidade, apresentando não somente os pontos turísticos, mas locais com pouca divulgação, bares interessantes, entre outros. <b>Overfeeds:</b> são blogs permanentes alimentados por colaboradores habituais do site que exploram a fundo e colocam em discussão os mais diversos temas e aspectos das culturas do Brasil. O usuário que desejar ter um blog no Overmundo deve mandar uma proposta para a equipe, se comprometendo a manter o escopo do site e a periodicidade. Nesta seção, o colaborador que possuir um blog em outro site de hospedagem pode cadastrar o endereço do feed (XML ou RSS) <sup>7</sup> e sempre que for feita alguma alteração no conteúdo ela será exibida também no overfeed.
<b>Publicação de Conteúdos Artísticos</b>	<b>Banco de Cultura:</b> lugar para compartilhar obras artísticas (música, artes visuais, cinema/vídeo, artes eletrônicas, textos literários, textos não-ficção). <b>Overmixter:</b> página onde o usuário encontra músicas, samples, remixes e vocais sob licenças Creative Commons <sup>8</sup> disponíveis para ouvir, criar e recriar novas obras artísticas derivadas.
<b>Seção de Discussão e Fórum</b>	<b>Observatório:</b> blog onde se encontram informações e reflexões sobre o que está acontecendo no próprio Overmundo, fomentando o debate sobre os rumos do website.
<b>Seção com ferramentas de Software Social</b>	<b>Perfis:</b> mostra o número total e os links de todos os usuários cadastrados no site. A lista é organizada segundo o valor do karma <sup>9</sup> em ordem decrescente.

<sup>7</sup> Esse recurso chamado de “agregador de conteúdo” permite que o usuário saiba quando acontece uma nova atualização nos blogs e sites cadastrados. A ferramenta disponível gratuitamente torna mais prática a navegação, pois, dessa forma, o internauta não precisa acessar diretamente todos os endereços para estar informado sobre os novos conteúdos disponibilizados.

<sup>8</sup> É um novo sistema construído com a lei atual de direitos autorais que define um espectro de possibilidades, onde o próprio autor escolhe o licenciamento que deseja conceder a sua obra.

<sup>9</sup> O peso do voto é determinado pelo karma. O karma funciona como um dispositivo para indicar as ações dos usuários, quanto mais ele participa, seja comentando, publicando, ou votando, o valor do karma vai aumentando. A relação entre o valor do Karma e o peso do voto funciona nesta escala: com até 25 pontos, os votos têm peso 1; 26 a





O escopo do website é criar um canal de expressão da cultura brasileira, no qual seja possível visualizar sua diversidade. O Overmundo se propõe a ser um canal de divulgação e distribuição da cultura no país. Para que isso aconteça é necessário a participação de todos os usuários neste processo, formando o que eles chamam de “mutirões virtuais”, nos quais os vários grupos e as mais diversas vertentes culturais se proponham a mostrar aquilo que gostam e estão fazendo em todo o país. A página virtual *Sobre o Overmundo* explicita bem este desafio:

...todo cidadão brasileiro pode aqui contribuir para promover todos os aspectos da nossa produção cultural que lhe interessem. O Overmundo, por uma questão de princípios, não funcionará sem a colaboração de muita gente. Quanto mais, melhor. (Sobre o overmundo, 2007)

A modelo de equipe adotado pelo Overmundo é bem diferente dos veículos de comunicação convencionais, que pelas limitações tecnológicas, econômicas e estruturais não conseguem agrupar colaboradores em todo o território nacional. Essa problemática é apresentada no site:

Nenhuma equipe de jornalistas, não importa seu tamanho ou competência, consegue cobrir ou filtrar a quantidade cada vez maior de coisas importantes que acontecem pelo país. (...) Nada disso é trabalho para uma pessoa, ou mesmo para um grupo pequeno de autores - ninguém consegue saber tanta coisa, ninguém consegue estar em tantos lugares ao mesmo tempo. Essas tarefas só se tornam viáveis a partir de mutirões virtuais. E o Overmundo está aqui para juntar todo mundo para fazer aquilo que é bom para todo mundo. Simples assim. (Sobre o Overmundo, 2007)

A proposta do website procura dar relevo à “cultura produzida no país”, com este termo tudo aquilo que é realizado no Brasil estaria dentro desse universo. O conceito é flexível e possibilita que mesmo artistas internacionais possam ser comentados buscando apenas criar o elo entre esse artista e a realidade nacional. A página de *Dúvidas Frequentes* traz um exemplo que explica bem a flexibilidade:

Claro que podemos falar de punk cantado em inglês ou haicai escrito em japonês desde que tenham sido criados no Brasil. Mas mesmo com essa definição aberta, o Overmundo não é o local adequado para você publicar um texto sobre o último livro do Harry Potter, a não ser que fale sobre como o livro é recebido no Brasil, ou é lido pelas crianças brasileiras. (Dúvidas Frequentes, 2007)

Porém, o projeto busca um diferencial em relação aos outros veículos, ou seja, dentro dos planos do Overmundo não estaria presente a idéia de criar um veículo de



comunicação para competir com os grandes portais de notícias, ou sites ligados à área cultural. O que se deseja criar é um veículo para preencher uma lacuna na esfera midiática, possibilitando a criação um novo espaço com mais liberdade. Sendo assim, as pessoas podem aproveitar essa maior flexibilidade para ter uma maior liberdade criativa, buscando novas formas de apresentar um acontecimento, explorando também o personalismo. Na página que relaciona as *Dúvidas Frequentes* essa questão fica bem clara:

O Overmundo valoriza também o surpreendente, o não-óbvio, e também a informação sobre a enorme parcela da produção cultural brasileira que não recebe a cobertura devida da grande mídia. A não ser que você tenha um ponto de vista muito original sobre o assunto, seria melhor não mandar para o Overmundo aquilo que já apareceu em todos os jornais e revistas. Além disso: o Overmundo - que também é produto da explosão de blogs que deu nova vida colaborativa à internet - valoriza o ponto de vista pessoal, a opinião individual sobre os assuntos abordados, seja numa crônica ou numa dica sobre um restaurante. Claro que prezamos muito a exatidão factual (por favor, cheque direitinho nomes, endereços ou números de telefones etc. antes de publicá-los), mas queremos também saber a razão que levou você a falar sobre isso ou aquilo no Overmundo. (Dúvidas Frequentes, 2007)

Dentro das recomendações do site estão o zelo pela correção gramatical e alguma dicas de como tornar a notícia mais interessante para os usuários. Nas explicações eles apresentam de maneira coloquial como fazer um lead jornalístico, prezar pela ética e pela correção lingüística e informacional. No entanto, estas dicas não servem para limitar o estilo dos usuários, são apenas algumas considerações para tornar mais interessante o conteúdo disponibilizado no site.

### **Considerações finais**

A partir destas reflexões e do breve estudo de caso foi possível discutir as relações ideológicas presentes nas experiências colaborativas e como ela se articula. O Overmundo é um website recente, mas está ligado aos projetos que envolvem os usuários na produção de conteúdo. As práticas vivenciadas nesse projeto estão diretamente relacionadas com as experiências de web 2.0 e com o imaginário ideológico percorrido ao longo desse artigo.

O caráter ideológico não está explícito claramente nas seções analisadas do site, no entanto o discurso adotado deixa bem claro a postura do Overmundo em relação a várias questões discutidas nesse artigo. Se entendermos ideologia segundo a concepção



de Van Dijk (1999), esta pode ser expressa tanto nas práticas sociais em geral quanto nos discursos, e é exatamente a partir daí que podemos observar o aspecto ideológico. O Overmundo se insere dentro da corrente e movimento de práticas colaborativas e de divulgação de produtos culturais menos voltado para o consumo de massa. Dentro do sua experiência é uma constante a participação de todos os usuários e produção descentralizada seguindo critérios flexíveis.

Analisando as críticas realizadas por Moretzsohn (2007) aos livros e sites que apostam nas experiências colaborativas de produção de notícia, podemos observar uma sutil diferença no caso analisado. O overmundo deixa bem claro que não deseja substituir a mídia tradicional ou se comparar aos grandes veículos, o seu objetivo é criar um ambiente para circulação de informação fora do eixo. Sendo assim, o site parece trafegar no limite entre os projetos mais triunfalistas que se apresentam com um tom de superação, e as correntes que se negam a aceitar o crescimento da participação dos usuários na produção e circulação de conteúdos.

Este artigo poderá contribuir para novas pesquisas sobre a comunicação colaborativa e sobre o Overmundo considerando que em geral os aspectos ideológicos e a postura analítica são pouco considerados na discussão da cibercultura, reduzindo a abordagem a questões mais voltadas para aspectos tecnológicos.

## REFERÊNCIAS

DÚVIDAS Frequentes. Disponível em:

<<http://www.overmundo.com.br/estaticas/ajuda.php>>. Acesso em 20 mar. 2007.

GUARESCHI, P. **Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética**. Petrópolis: Vozes, 2000.

HABERMAS, J. **Técnica e ciência enquanto “ideologia”**. In: Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultura, 1983.

LEMONS, André. **Podcast. Emissão Sonora, futuro do rádio e cibercultura**. In:

404nOtF0und, n. 46, junho de 2005. Disponível em:

<[http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404\\_46.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_46.htm)>. Acesso em: 25 set. 2006.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 2000. 260 p.



MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Ed. Revan, 2007.

MUSSO, Pierre. **Sociedade Mdiatizada**. In: MORAES, Dênis de (Org.). Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 191-2224.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0?**. 2005. Disponível em:  
<<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>.  
Acesso em 25 de maio de 2007.

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais, 2006.

SOBRE o Overmundo. Disponível em:  
<[http://www.overmundo.com.br/estaticas/sobre\\_o\\_overmundo.php](http://www.overmundo.com.br/estaticas/sobre_o_overmundo.php)>. Acesso em 16 mar. 2007.

VAN DIJK, T. A. **Ideologia: una aproximación multidisciplinaria**. Barcelona: Gedisa, 1999.