



Modelos de colaboração nos meios sociais da internet: Uma análise a partir dos portais de jornalismo participativo ¹

Fábio MALINI²

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Resumo

Esse artigo busca analisar sobre a paisagem midiática nas configurações atuais da internet, problematizando os modos de colaboração nas chamadas mídias sociais, a partir de uma reflexão teórica sobre o conceito de participação e colaboração na literatura acadêmica sobre cibercultura. E, em seguida, através da análise das formas de atuação colaborativa dos usuários na produção de notícias em portais de jornalismo participativo, desenvolvidos por grupos tradicionais e independentes de mídias, sempre tendo como perspectiva o exame dos conflitos e clivagens entre o jornalismo profissional e a produção amadora em mídias sociais.

Palavras-chave: internet; mídia social; colaboração; crítica; comunicação.

A nova paisagem midiática da internet

Em sua configuração atual, a internet transita para uma nova paisagem midiática. Desde a radical *napsterização* da rede³, em 1999, quando os usuários passam a determinar livremente o seu comportamento e ligações sem intermédio de centros de difusão de informação, a internet passou a ser um ambiente atravessado por um conjunto de meios sociais online baseados na lógica *peer-to-peer*. Após o aluvião Napster, construído globalmente pelos usuários da internet, o termo *peer-to-peer* passou a designar múltiplos processos e práticas sociais relacionadas com a livre possibilidade de construção autônoma de novos meios de expressão da cultura (MALINI, 2007).

Como analisou BAUWENS (2005, online), o termo *peer-to-peer* não se restringe ao sentido de “computadores abertos compartilhando informação entre eles” (LEMOS, 2002). O sistema *peer-to-peer* é, para ele, um terceiro modo de produção social – uma nova economia política – que se alicerça em cinco infra-estruturas: a primeira é o acesso ao capital fixo, particularmente, aos computadores; a segunda é a disponibilização de sistemas públicos de publicação da informação e de comunicação, que possibilita ao usuário participar hospedando todo tipo de conteúdo, conectando-os a outros conteúdos

¹ Trabalho apresentado no NP Tecnologias da Informação e da Comunicação– Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor Adjunto no Departamento de Comunicação Social na UFES. Coordena Laboratório de Estudos em Internet e Cultura, email: fabiomalini@gmail.com. Este artigo é produto de pesquisa financiada pelo CNPq.

³ Sobre isso, ver André LEMOS (2002).



e a outros sujeitos, os chamados dispositivos de *webcasting*; a terceira é a existência de um sistema de software destinado à cooperação autônoma. É o caso de software que facilitam a publicação de vídeos, wikis, textos, imagens, arquivos etc; o quarto é a existência de uma infra-estrutura legal. Aqui se destaca a lógica do *copyleft* e do *creative commons*; o quinto, e último, o requisito social, o que significa a aceleração da capacidade, em massa, por parte dos cidadãos, de participar da criação e divulgação de suas próprias obras (BAUWENS, 2005, online).

Assim, o que vemos hoje, de novidade, é que a internet interliga os indivíduos e os possibilita formar o seu próprio habitat de comunicação sem, para isso, ter de passar por qualquer mediação. É, de fato, um plano de antagonismo com os sistemas de comunicação que a antecederam. Esse antagonismo ocorre porque a colaboração crescente dos usuários na produção de conteúdos para sites públicos e comuns na Internet gera uma “nova audiência” em “novos meios de comunicação”, que contêm conteúdos multimídia que complementam, subvertem ou ainda divergem daqueles emitidos pelos veículos da mídia de massa. A novidade, portanto, está na existência de sites e sistemas de informação populares que só funcionam graças à colaboração dos usuários na publicação, troca e avaliação de conteúdos. Esses sites e sistemas, portanto, são auto-regulados, editados, moderados, comentados, ranqueados e administrados pelos próprios usuários (ou com a colaboração deles). E já foram batizados de *meios sociais ou meios cidadãos*, pois é a sociedade que ativa tais meios e cria uma cultura generalizada de colaboração. Segundo CAVAZZA (online, p.01), tais meios sociais podem ser considerados como o seguinte:

- Ferramentas de publicação de blogs, wikis e portais de jornalismo cidadão;
- Ferramentas de troca de vídeos, imagens, links, música, slideshows;
- Ferramentas de discussão como fóruns, vídeo fóruns, instant messaging e voz sobre IP – voip;
- Redes sociais, como Orkut, Facebook, MySpace;
- Ferramentas de micropublicação, como Twitter;
- Ferramentas de agregação de feed, como FriendFeed;
- Plataformas de games sociais (Doof, ImInLikeWuithYou);
- Ferramentas de mundos virtuais, como o Second Life.



Mesmo assim, contudo, não há somente meios sociais baseados em processos emergentes (*bottom up*). Também se popularizam outros que são estruturados em modelos *top down*, haja vista a adoção geral de formas de jornalismo participativo nos grandes portais de informação (onde o usuário produz um contingente vasto de informações exclusivas em diferentes formatos para os jornalões, a custo praticamente zero).

Essa realidade de disputa entre esses modelos traz uma questão absolutamente vital: a colaboração em rede, como indaga RHEINGOLD (2004, p.223), cria condições propícias para um contrapoder ou se trata de um simulacro a mais, uma simulação de contrapoder que realmente não muda o essencial, isto é, o regime de controle monopolista da produção midiática?

A partir desse problema, esse artigo busca analisar a atual paisagem midiática da internet, problematizando os modos de colaboração nas chamadas mídias sociais, a partir de uma reflexão teórica sobre o conceito de colaboração e comum na literatura acadêmica sobre cibercultura. E, em seguida, através da análise das formas de atuação colaborativa dos usuários na produção de notícias em portais de jornalismo participativo - de grupos tradicionais e independentes de mídias – examinar os conflitos e clivagens entre o jornalismo profissional e a produção amadora em mídias sociais.

Internet, colaboração e a produção coletiva do comum

O comum baseia-se na comunicação entre singularidades e se manifesta através dos processos sociais colaborativos da produção. (Antonio Negri e Michael Hardt)

Ao analisar as relações entre a produção estética essa internet participativa, o diretor de teatro francês e ativista cultural Marc LE GLATIN (2007) observa que o *modus operandi* do processo criativo, nos dispositivos interativos em rede, transmutou o sentido vigente de criação cultural. No lugar de uma criação que resulta em um objeto pronto, com as novas tecnologias da informação, verificamos a emergência do processo colaborativo entre grupos para criar um trabalho, performance, evento ou projeto. Dentro da lógica da criação colaborativa, opera um modo de trabalho baseado na coleta, na classificação e na associação dos trabalhos pré-existentes, dentro de um universo bastante variado. Nesse sentido, criar é reunir fragmentos de estéticas disponíveis na



rede para que se atribua a estes novos significados e valores. O fundamento da colaboração em nova mídia é a reinterpretação coletiva, portanto. Esta serviria como uma proposição rítmica original para que uma sugestão inicial possa ser modificada ou complementada. Assim, certas obras disponíveis na rede não corresponderiam mais ao conceito de obra acabada, ao contrário, a obra é “resultado provisório de um processo coletivo em um certo momento dado”.

Esse processo de colaboração criado pela rede não afeta somente o domínio da arte, mas é uma condição geral da produção social. Como argumenta o artista francês, a internet tem “desinibido o indivíduo de criar”. E, em parte, isso se dá porque “sobre a internet, a criatividade nasce da fricção com as atividades mais cotidianas, das interações entre os internautas que são, ao mesmo tempo, leitores, espectadores, ouvintes e produtores de textos, de imagens e de sons” (LE GLATIN, 2007, p.57). É extraído disso o dinamismo da internet, de um desejo de comunicação transparente, em que “os atores dominam, ao mesmo tempo, a informação e a mídia que a faz circular” (WEISSBERG, 2004).

A cultura da colaboração em rede tece uma comunicação horizontal, “sem passar pelos poderes, sem passar pelas hierarquias”. Daí que seu efeito colateral é a crise do profissional da mediação dos meios de comunicação de massa. O fato de tendencialmente todos poderem comunicar e criar faz com que as competências desses profissionais estejam ao mesmo tempo em destaque quanto difusas nas mãos de muitos (em crise, portanto). A aceleração da socialização dessas competências acaba por reduzir o valor do trabalho do jornalista e do crítico, por exemplo, mas potencializam a emergência de inúmeros mediadores da cultura.

A cultura colaborativa em rede se acelera por causa, segundo ANDERSON (2006), de três forças. A primeira é a da democratização das ferramentas de produção. “O melhor exemplo disso é o computador pessoal, que pôs todas as coisas, desde as máquinas de impressão até os estúdios de produção de filmes e de músicas, nas mãos de todos” (ANDERSON, 2006, p.52). Isso fez com que o universo de conteúdos disparasse, aumentando a oferta de bens e de produção de comunicação. A força difusa dessa produção é visível ao se notar os números do Youtube, por exemplo, onde cerca



de 70 mil vídeos são hospedados diariamente no site e os usuários assistem 100 milhões de vídeos por dia em seus servidores. E os dados são de 2006.⁴

Uma segunda força é a de redução dos custos do consumo pela democratização da distribuição. “O fato de qualquer um ser capaz de produzir conteúdo só é significativo se outros puderem desfrutá-lo. O PC transformou todas as pessoas em produtores e editores, mas foi a Internet que converteu todo o mundo em distribuidores” (ANDERSON, 2006, p.52). E uma terceira força é a ligação cada vez mais próxima entre oferta e demanda. Milhares de usuários, em seus blogs, são capazes atualmente de formar preferências, que chegam até a eles graças a tecnologias de busca. O contato entre consumidores acaba por gerar um efeito colateral positivo: a conversação entre eles, à medida que descobrem “que, em conjunto, suas preferências são muito mais diversificadas do que sugerem os planos de marketing”.

De outra perspectiva, WEISSBERG (in COCCO et al, 2003), corrobora com o diagnóstico traçado por ANDERSON, acrescentando que a cultura colaborativa ainda fez vir à tona novas formas autorais distribuídas, concretizadas em manifestações como: assinatura coletiva, recusa a exibir-se, impossibilidade de distinguir o que é de quem, assinatura coletiva com atribuição individual pelo todo pela parte. Isto paralelamente a intensidade de novos autores únicos que surgem nas redes por conta da novidade de suas linguagens singulares.

Graças às novas tecnologias de informação e comunicação, os conhecimentos podem circular independentemente do capital e do trabalho. Porém, ao mesmo tempo, esses conhecimentos nascem e se difundem por heterogeneidade (ou seja, ao longo de trajetórias desenhadas por aportes criativos cumulativos, cooperativos e largamente socializados) nos contextos de produção e uso. É por isso que se pode falar a justo título de produção de conhecimento por conhecimentos, o que traduz e denota a idéia de que se passa de um regime de reprodução a um regime de inovação (WEISSBERG in COCCO et al, 2003, p.27).

Por outro lado, na concepção estética de MANOVICH (2004, p. 251) a interação entre autor e usuário é falsa. Porque o autor não possui a dimensão das intenções e pressuposições do usuário em contato interativo com sua obra online. E, do ponto de vista do usuário, este não reconhece os propósitos e o processo de criação envolvido em uma obra em nova mídia. Nesse sentido, não haveria colaboração alguma entre esses

⁴ Sobre isso, ler INFO ONLINE, disponível em: <<<http://info.abril.com.br/aberto/infonews/072006/17072006-2.shl>>> acesso 01/07/2008



dois sujeitos. E a autoria, na infoesfera, se reduziria a uma “seleção de menu”, ou seja, a uma “produção dirigida por software”.

Numa radical crítica à lógica colaborativa da produção em rede, o sociólogo inglês Andrew KEEN argumenta que a dimensão participativa da internet diluiu as linhas divisórias entre fato e ficção, entre invenção e realidade, obscurecendo o princípio da objetividade. A criação generalizada em rede se trata, para o autor, de um culto ao amadorismo. E o culto ao amadorismo acaba por “dificultar a determinação da diferença entre o artista e o marketeiro (*spin doctor*),⁵ entre a arte e propaganda, entre o amador e especialista. O resultado? O declínio da qualidade e da credibilidade da informação que recebemos” (KEEN, 2007, p. 30-1). Na sua visão, é ilusório crer que todos somos autores, que colaboramos o tempo inteiro para um processo coletivo de criação. “Todo mundo tem algum talento, mas a maioria de nós realmente não tem muito a dizer. Somos melhores lendo um jornal ou assistindo à televisão do que tentando nos expressar na internet” (KEEN, online).

Ainda na seara dos estudos sobre cibercultura, ARQUILLA e RONFELDT (2003) corrobora com o raciocínio de Keen, mas a partir de outra perspectiva: na crítica à análise de redes sociais – método teórico tão empregado por muitos pesquisadores para analisar o fenômeno dos dispositivos interativos atuais. Para eles, os analistas de redes sociais se interessam muito mais pela verificação do capital social dos indivíduos (suas propriedades interpessoais ou de relações dentro de uma rede) do que pelo capital humano (suas competências e habilidades pessoais). Se a análise das redes é útil para compreender o grau de reciprocidade e mutualidade que caracteriza os fluxos e intercâmbio que se produzem nelas, não consegue compreender como um trabalho talentoso é produzido e disseminado dentro dela. Nesse sentido, no âmbito da cibercultura, produzir obras em rede depende do grau de capital humano de indivíduos e grupos. O fato de se possuir mais relações não significa, a priori, obtenção de mais capital humano, que, para autores como MANOVICH (2004), ainda estaria ligado ao investimento pessoal em livros, filmes e artes visuais (“nossos softwares culturais”).

⁵ Espécie de especialista de mídia nos EUA que tem como função pôr efeitos positivos (*spinning*) às mensagens de políticos, com frequência, durante as campanhas eleitorais (após um debate, por exemplo, procuram jornalistas e mostra a eles como seu candidato foi melhor que o adversário). Para KEEN, A acepção pejorativa de *spin doctor* ao usuário da internet se refere ao fato de, na web, a atribuição do efeito de uma obra (texto, vídeo, etc), através de comentários, links etc, acaba por popularizar seu autor em detrimento de qualquer competência estética que possui. Nesse sentido, a atuação na construção do que os marketeiros denominam de *buzz marketing online* – o buxixo em rede – seria parte da construção da própria obra. Nesse sentido, arte e marketing passariam a se confundir não somente no momento de divulgação de uma obra, mas, antes, no processo de criação de um trabalho.



A análise de RHEINGOLD (2004, p.58) ultrapassa o dualismo capital social/capital humano, ao apontar que o indivíduo deposita na internet parte de seus conhecimentos e estados de ânimo para obter, em troca, maiores quantidades de conhecimentos e oportunidades de sociabilidade.

Nessa acepção, o perigo, dentro de uma cultura colaborativa, não se refere à busca incessante de visibilidade através de mecanismos de *rating online* (ter mais amigos, ter mais pageviews, ter mais comunidades, ter mais blogs, fotologs, realizar muitos comentários em muitos sites etc), que, porventura, reforçaria uma cultura de um eu exibicionista em nichos de audiência, como se a própria lógica midiática de massa se alastrasse na rede de pequenos mundos da web. Ao contrário, não se trata de compreender a colaboração em rede como um fenômeno subjetivista e psicologizante. A adoção dessa visão constitui um “modelo de realidade” que exclui a própria natureza comutativa das redes, expressa na realização de trocas simbólicas e informacionais, em um sentido dialógico, sem a presença de qualquer intermediário e realizadas em tempo real. O que há de inovador nessa nova “lógica da visibilidade” é que ela é construída pelo próprio objeto perceptível. Não há mediação, o sujeito que constrói a si próprio, cava a sua própria reputação ou a falta dela, pois que ele é construído dentro de uma lógica que é mais pública que de si, por isso, que até a imagem de si é um bem coletivo. O conhecimento hospedado nessas redes sociais torna-se insumo para que haja criações e recriações, que, depois de produzidas, retornam em parte para as mesmas redes de onde saíram suas bases e referências. Isso gera um rendimento em escala sempre crescente: quanto mais se sabe, mais se é capaz de saber. Assim, a colaboração dos usuários em rede resulta numa produção do comum. E por isso o dilema dessa colaboração então resulta em resistir à apropriação privada ou à desaceleração da socialização desse comum (os conhecimentos que na rede são depositados, criados e/ou distribuídos).



Na perspectiva de análise contemporânea de Antonio Negri e dos chamados operaístas⁶, resistir, portanto, à expropriação desse comum é impedir a expropriação da linguagem e da cooperação social. Como analisa NEGRI e HARDT (2005, p.257):

só podemos nos comunicar com base em linguagens, símbolos, idéias e relações que compartilhamos, e por sua vez os resultados de nossa comunicação constituem novas imagens, símbolos, idéias e relações comuns. Hoje essa relação dual entre a produção e o comum – o comum é produzido e também é produtivo – é a chave para entender toda atividade social e econômica.

Assim quando o produto da cooperação entre cérebros é tornado comum, dar-se-á uma garantia para que a riqueza cognitiva seja expandida. O espaço da produção em comum (*commons*) torna-se um espaço liso – “um espaço aberto a todas as travessias e modificações” (BLONDEAU, 2004, p.17) – que não está presente nem o sistema mercantil de concorrência, nem a soberania antiga e burocrática do Estado. A esse sistema o comando capitalista responderá com a privatização do próprio comum – equivale dizer transformá-lo em raridade - consubstanciada na ampliação das patentes e da propriedade intelectual das formas de vida que constituem o comum - a cultura, o pensamento, o conhecimento etc - então o principal fator econômico produtivo da cultura colaborativa das redes, ou seja, os verdadeiros meios de produção de nossa época. Quanto mais se aumenta o regime das patentes, menor é a capacidade produtiva do trabalho em produzir futuras inovações.

Os direitos sobre a propriedade intelectual intervêm então para assegurar àquele que a detém uma “freagem” do processo de socialização. Todavia, os conhecimentos desmaterializados se enriquecem permanentemente com os aportes criativos, ao longo de todo o seu processo de difusão/socialização. E é justamente este processo que assegura uma dinâmica de crescimento de riquezas. Conseqüentemente, os direitos sobre a propriedade intelectual introduzem um princípio de raridade em um mundo possível da “não-raridade” (BLONDEAU, 2004, p.30).⁷

Não é à toa que a literatura sobre cultura colaborativa, no âmbito da cibercultura, debate o direito aos *commons* (bens públicos) como condição para a cultura ser livre (LESSIG, 2005; BENKLER, 2007; LEMOS, 2005; BARBROOK, 2003; AMADEU, 2007; GILLMOR, 2004; STALLMAN, 2003; ANTOUN, 2004; entre outros). Para esses autores, a condição de uma livre circulação da cultura é proporcional ao aumento da

⁶ O operaísmo é corrente franco-italiano que analisa as transformações dos modelos de acumulação econômica, mostrando fundamentalmente, que a crise aberta pelo Maio de 68 liberou as forças sociais não somente para contestação dos valores culturais, mas também para não aceiar o modo fordista de produção, estruturado na repetição e no automatismo como condições da produtividade humana. O operaísmo italiano torna o movimento da classe uma variável que independe da relação de capital para se constituir. O operaísmo vai, portanto, reler o próprio marxismo virando-o do avesso: são as lutas o motor de qualquer desenvolvimento. “São as lutas, dentro e contra o comando capitalista, que fazem a história”, insiste Negri.



flexibilidade das leis de direitos autorais, que parece como uma nova clausura social, à medida que sendo as idéias e o conhecimento as bases por onde se processam a própria sobrevivência econômica, a norma do *todos os direitos reservados*, em que modela o copyright, acaba por frear a inovação e a renovação cultural e científica, ao mesmo tempo em que instala uma “cultura da permissão”, montada no subterfúgio no qual “todos os criadores só criam com a permissão dos poderosos ou dos criadores do passado” (LESSIG, 2005, p.26). Uma nova regulação não cria a colaboração, mas a mantém protegida e aberta uma cultura da recombinação, do remix, típica da internet. Sem proteção, o comum caminha para uma tragédia, simbolizada pela figura dos oportunistas que captam o excedente e os mantêm sob a sua tutela, os chamados *free riders*, oportunistas que desfrutam do bem público sem aportar nada em troca ao coletivo, ou consomem tais bens em excesso, com o risco de esgotar todos os recursos coletivos.

Modelos de colaboração em rede: uma análise a partir dos portais de jornalismo participativo

Ao analisar as características colaborativas da atual fase da internet, Dan GILLMOR (2005) antecipou uma tendência no âmbito do jornalismo contemporâneo: a emergência do cidadão-repórter (ou o jornalismo cidadão ou participativo). “As normas por que se regem as fontes, e não só os jornalistas, mudaram graças à possibilidade de toda a gente produzir notícias” (p.55). Para Dan Gillmor, o jornalismo se democratizará cada vez mais e se tornará uma conversação, à medida que a própria práxis jornalística se abriria fortemente à participação dos leitores 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 nova voz as pessoas que se sentiam sem poder de fala.” (GILLMOR, 2005, Introdução). Assim, a publicação não é apenas o ponto final, mas sim a parte que deverá ser completada pela conversação.

Na sua visão, essa nova prática jornalística é diretamente influenciada pelo aparelhamento tecnológico da sociedade que, principalmente, através da internet, possibilita às pessoas a produzirem informações e conteúdos multimídia e os distribuírem, em diversos formatos, em redes sociais online, em wikis, em sites



independentes de publicação peer-to-peer (p2p), através dos telefones móveis e, principalmente, através dos blogs.⁸

Para VARELA (2008), o jornalismo-cidadão diz respeito mais a um desejo coletivo de participação na produção de informação do que a ampliação de mecanismos de interação online. Não se trata, portanto, de um movimento derivado de um aumento da oferta de meios sociais online (nesse sentido, escapa de uma explicação mais tecnicista), ao contrário, a oferta dos meios que é condicionada, em termos, por uma demanda crescente de participação social na produção de mídia. Nesse sentido, o jornalismo-cidadão é “uma ação por meio da informação”, porque, segundo VARELLA (2007, p. 80), o cidadão-repórter informa algo porque quer que algo seja feito, “que seu bairro esteja limpo, que a prefeitura proporcione melhor atendimento, que o professor ensine com mais dedicação ou que a coleta de lixo seja mais organizada e eficiente”. Essa visão, assim, localiza o “jornalismo-cidadão” como uma narrativa local, dentro daquilo que se denominou como esfera do jornalismo hiperlocal.

Nesse sentido, os grandes jornais online lêem esse cenário de maneira ambivalente. Por um lado, como um momento de oportunidade, por outro, como instante de crise. No primeiro caso, o jornal constituiria um espaço mais elástico de visibilidade e diálogo público, pois agregaria as mais diversas notícias advindas da cobertura feita pelo cidadão e editada pelo jornalista.

No segundo caso, o jornal passaria por uma séria crise porque sua força em constituir uma “opinião pública” estaria a diminuir graças à diversidade de versões sobre os significados dos fatos produzidos, novamente, no âmbito da internet. Assim, a facilidade de produção e a velocidade de circulação da informação que estão disponíveis ao cidadão recompõem o jogo de forças no âmbito contemporâneo midiático. Isso por dois aspectos fundamentais: a atenção aos meios, tendencialmente, se fragmenta, pois as pessoas dividem o seu tempo entre ler notícia em um jornal e vê-la no Youtube, lista de discussões, blogs e outras mídias sociais; e o fato noticioso não fica preso a versão única do fato, agora, este é objeto de um intenso diálogo público nas listas de discussão, de uma crítica nos blogs ou mesmo é remixado em sites online, como o Youtube.

⁸ Sobre a genealogia dos blogs e as interfaces com o jornalismo, ver MALINI (2008).



Neste impasse, grandes jornais online decidiram se abrir a participação dos usuários, criando “canais de jornalismo cidadão”, uma forma de trazer os conteúdos circunscritos a blogs e sites independentes, que, com frequência, gera audiência e complementa as informações dos jornais online. Além disso, dá mais capilaridade a estes, tornando-os ainda mais local, à medida que boa parte do noticiário se concentra em notícias locais e opiniões sobre temas de forte apelo público.

O modelo de jornalismo participativo nos portais tradicionais: a lógica do “tudo é meu”

Em estudo⁹ realizando anteriormente, quando analisamos três portais de jornalismo participativo, o do El País (“Yo, Periodista”), o do Globo Online (“Eu, Repórter”) e da CNN (I Report), contatamos que as três publicações online adotam um modelo de jornalismo participativo baseada na lógica do “tudo é meu” - que é a lógica empreendida pelos jornais online tradicionais. Nesse “modelo do tudo é meu”, os usuários são mobilizados a publicar conteúdos sem a salvaguarda da propriedade desses conteúdos, que passam a pertencer exclusivamente a esses portais. Estes podem utilizar determinada informação exclusiva na capa do jornal, mas sem remunerar nenhum dos cidadãos-repórteres. Isso acontece porque, no termo de uso aceito pelo usuário, é avisado de que “para enviar material, deverá concordar com o Termo de Compromisso e Cessão de Direitos Autorais”. Assim, o pacto dos grupos tradicional com os usuários se alicerça no seqüestro da produção de linguagem social. A operação afirma uma lógica de inclusão abstrata ao circuito jornalístico (você pode ser um dos nossos), ao mesmo tempo em que exprime uma exclusão concreta (à medida que aquilo que é produto da singularidade criatividades de cada um é retirado de si e tornado propriedade privada alheia). Essa operação excludente acaba por criar uma dimensão de conflito curiosa: se o usuário-autor da notícia compartilhá-la com outros portais ou mesmo se publicá-la em seu *blog* pessoal, pode ser acionado por violação de direitos autorais.

O modelo do “tudo é meu” adota perspectivas distintas em termos de gestão dos conteúdos colaborativos. Um grupo defende a perspectiva *objetiva* do jornalista, atribuindo a este o trabalho de filtragem e de estabelecimento daquilo é notícia, dentro do aluvião de textos, imagens ou sons encaminhados pelos usuários. É o caso de experiências de jornalismo participativo do Globo Online, do Terra ou do Estadão.

⁹ MALINI, Fábio, FROSSARD, Flávia.



Outro grupo adota uma espécie de centralismo cínico, em que sugere a não-edição do conteúdo do usuário, a partir da lógica “publicou-subiu”, como é o caso do I Report, da CNN. Esse cinismo consiste no fato de que a ausência de edição libera a quantidade de informação, mas a inunda a base de inúmeros abusos, como a presença de relises, autopromoções, *spinning*, opiniões desajeitadas, anúncios e vandalismo de todo tipo, que, no final das contas, são geridos – ou no limite excluídos – pelo proprietário do site. A existência desse poder de exclusão a um só grupo (os donos do site) então continua a ser aquilo que amalgama as experiências de jornalismo participativo nesses grandes portais de informação jornalística. O resultado desse centralismo recai visivelmente na política editorial desses canais, marcada pelo flagra, pelo *fait-divers* (tipos curiosos), pelo testemunho ou pela denúncia de fonte única. Sem contar que o noticiário participativo segue a agenda estabelecida pelo jornalão, que usa da artimanha de convocar seu “esquadrão da verdade” (os leitores) para reforçar o viés editorial de determinado fato semanal (“esteve no olho do furacão”, comente como cidadão repórter!), o que acaba criando um ciclo vicioso: já não se sabe se é o jornal que estimula no leitor, nesses canais interativos, uma agenda noticiosa já traçada, ou se é o leitor que, experiente em saber “o que passa” na filtragem, envia notícias dentro do perfil desejado pela agenda do jornal. De qualquer forma, não se encontra nos canais participativos desses portais nenhum dossiê mais investigativo, em termos jornalísticos, há, sim, um predomínio de fotos-legenda e de notas curtas sobre a vida local.¹⁰

O jornalismo participativo fora da mídia tradicional: o modelo aberto e auto-regulado

Não há somente experiências de jornalismo participativo dentro dos grupos tradicionais de mídia. Há uma infinidade de experiências que atuam de forma independente através de modelo aberto (sem a presença de jornalistas profissionais) ou híbridos (usuários e jornalistas profissionais), inventando um conjunto de novas práticas para a produção noticiosa. Iniciativas¹¹, como Overmundo (Brasil), Wikinews (EUA), BottomUp (Espanha), ÁgoraVox (França) ou ainda o já reconhecido OhMyNews (Coréia do Sul),

¹⁰Na questão do gênero das notícias, das 188 matérias analisadas do Eu, Repórter, 60% era foto-denúncia, foto-legenda ou galeria de fotos, em segundo lugar com 22% entravam as notícias seguidas de posts de blogues redirecionados para o canal com 10% do percentual e 8% de reportagens. É interessante perceber, o predomínio da fotografia no portal Brasileiro. No Yo, Periodista, há um destaque para as notas com 61% das 122 matérias analisadas, há também a presença de notícias com 32%, reportagens com 5% e vídeos com 2%. Já o americano I Report tem 64% das 86 matérias analisadas como notícia, em segundo lugar com 32% entram os vídeos e por último com 4% as notas. (MALINI e FROSSARD, 2008, p.11)

¹¹Há um ótimo blog que armazena experiência de jornalismo participativo, o Periodismo Cidadano (<http://www.periodismociudadano.com/>)



curto-circuitam o *modus operandi* midiático ao dar visibilidade a um conjunto de notícias que não aparecem em grandes jornais. A maior parte dessas experiências é caracterizada como “processos emergentes”, em que todo o sistema de publicação e divulgação de notícias se organiza em mecanismos de auto-organização, auto-coordenação e a livre troca de saber. Há entre eles modelos de regulação baseados na concepção de edição administrada de forma coletiva. Mas são distintos: ou uma equipe de redatores profissionais realiza a tarefa de hierarquizar as informações, a partir de critérios estabelecidos pela comunidade de repórteres-cidadãos; ou há espaços de moderação, onde cada usuário tem o mesmo poder para sugerir pautas e aprovar as notícias, destinando aos redatores profissionais somente a tarefa de revisão e publicação final. Nos dois casos, o objetivo é a precaução de vandalismos e oportunistas. Aliás, em muitos momentos, é a própria comunidades de repórteres-cidadãos que reporta possíveis abusos aos redatores. Em ambos os sistemas de edição, há um predomínio das licenças públicas creative commons, que funcionam como não-proprietário da produção noticiosa.

Contudo, o primeiro modelo de edição é mais híbrido, porque destina um poder maior aos redatores profissionais (é o caso de sites como Overmundo, Digg, BottomUP – onde há o conceito de grupo dirigente, que pode fazer parte repórteres-cidadãos que mais contribuem para o sistema, os chamados superusuários). E o segundo caso radicaliza o conceito de abertura (está presente em sites como ÁgoraVox, Wikipedia, Slashdot, Newsvine), possibilitando uma edição que tem suas decisões construídas sempre coletivamente pela comunidade de produtores.

Do ponto de vista da edição colaborativa, tanto no modelo aberto, quanto no híbrido, há com frequência a existência de quatro atores:

- o consumidor de informação (visitante): não publica, somente consome notícias.
- os redatores/administradores (profissionalizados ou não): cuidam de revisar, alterar ou até mesmo excluir o conteúdo, mediante a decisões em espaços de moderação ou quando outros usuários reportam determinados abusos. No modelo aberto, só tem poder de moderação aqueles que contribuem com o site. É a lógica trazida dos sites de compartilhamento de arquivo p2p: quem disponibiliza mais, tem maior prioridade e poder.



A participação só faz sentido se o sujeito colaborar com o sistema. Quanto maior for sua participação – na forma de doação de artigos e notícias - maior reputação obterá e, logo, mais prioridade o sistema lhe concederá. O contrário também é verdadeiro.

- o jornalista-cidadão: é usuário registrado, que participa da construção do ambiente, através de upload de notícias e comentários próprios, bem como no relacionamento com outros repórteres-cidadãos.
- o colaborador: espécie de colunista, mas também podendo ser blogueiros. Sua característica é uma escrita especializada.

Considerações finais

Se a primeira geração dos portais de jornalismo participativo independente trabalhava na tentativa de criar uma comunidade própria, mobilizando seus próprios usuários a escrever dentro do sistema, hoje, a segunda geração desses portais já agregam aos conteúdos produzidos em blogs, a partir de tecnologias de RSS. Assim, tais portais funcionam como uma dupla mídia: produz conteúdos e temáticas para animar os blogs ao mesmo tempo que é produzida por estes. A convergência com outras mídias sociais também faz nascer a criação de espaços audiovisuais próprios nesses portais de jornalismo participativo independente. O ÁgoraVox tem a TVágora, o Bottup, a BotTV. Os vídeos advêm de ferramentas como Youtube ou Dailymotion.

Assim as diferentes linguagens jornalísticas passam a habitar um espaço marcado pelas singularidades que atuam em rede, compondo um novo campo de atuação comunicacional, apesar de, como diz COUCHOT (online, p. 6), “certamente, estas fórmulas novas de escritura colaborativa colocam problemas sobre a validade das informações, a responsabilidade dos autores, a pretensa ausência de linha editorial, as temáticas umbilicais etc. E o debate está vivo entre os defensores e os detratores destes sites”.

Referências bibliográficas

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**. Rio de Janeiro: Campus, 2006
ARQUILLA, John e RONFELDT, David. **Rede y guerras em red**. Madri: Alianza editorial: 2003



- BAUWENS, Michel. The Political Economy of Peer Production. In: **1000 Days of Theory**. Disponível na internet: << <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=499> >>, acesso 12/01/2005
- BLONDEAU, Olivier. Génesis y subversión del capitalismo informacional. In: Blondeau, Olivier et al. **Capitalismo Cognitivo, propiedad intelectual y creación coletiva**. Madrid: 2004, p.14
- COUCHOT, Edmond. **Reinventar o tempo na era do digital**. Disponível na internet: <<www.utp.br/interin/artigos/artigo_tematico_1.pdf>> Acesso em 01/07/2008
- GILLMOR, Dan. Nós, os media. Lisboa: Editorial Presença, 2005.
- GOMES, L. F. **Cinema nacional: caminhos percorridos**. São Paulo: Ed.USP, 2007.
- KEEN, Andrew. **The cult of the amateur: how today's internet is killing our culture**. New York: Currency Book, 2007
- LE GLATIN, Marc. **Internet: un sième dans la culture**. Paris: Editions de l'Attribut, 2007
- LESSIG, Lawrence. **Cultura Livre – como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade**. São Paulo: Editora Francis, 2005
- MALINI, Fabio, FROSSARD, Flávia. **Mídias Cidadãs: Um estudo comparativo da produção colaborativa dentro dos jornais online O Globo, El País e CNN**. CD dos Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal: 2008
- MALINI, Fabio. Por uma Genealogia da Blogosfera: considerações históricas (1997 a 2001). **Revista Lugar Comum (UFRJ)**, v. 21-22, p. 102-125, 2008.
- MALINI, Fábio. **O Comunismo da Atenção: liberdade, colaboração e subsunção na era do capitalismo cognitivo**. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. Escola de Comunicação.
- MANOVICH, Lev. Quem é o autor? Sampleamento, remixagem, código aberto. In: Brasil, André et al. **Cultura em fluxo: novas mediações em rede**. Belo Horizonte: Editora PUC-Minas, 2004
- NEGRI, Antonio, Hardt, Michael. **Multidão**. São Paulo: Record, 2005
- RHEINGOLD, Howard. **Multitudes Inteligentes: la próxima revolución social**. Barcelona: Gedisa, 2004.
- VARELA, Juan. **Blogs: Revolucionando os Meios de Comunicação**. Thompson, 2006.
- WEISSBERG, Jean-Louis. Entre produção e recepção: hipermediação, uma mutação dos saberes simbólicos. In: COCCO, Giuseppe et al. **Capitalismo Cognitivo**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003