

Jornalismo comunitário e colaborativo: configuração e uso de um web-app em rotinas de produção¹

Luiza Slaviero²

Kauana Mendes³

Maria Lúcia Becker⁴

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

Resumo

O presente trabalho vai apresentar um trabalho de conclusão de curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. O tema central é o jornalismo colaborativo móvel, e o objeto de pesquisa é o processo colaborativo em rede. O trabalho é resultante da participação do projeto de extensão Portal Comunitário, que funciona na UEPG há seis anos, sob coordenação da professora Cíntia Xavier.

Palavras-chave

Jornalismo; Comunicação Comunitária; Jornalismo Móvel, Apps

Com a globalização, o espaço entre as pessoas foi reconfigurado, hoje tudo está à distância de um clique. Para Manuel Castells (2011), a produção de conhecimento e informação aumenta exponencialmente na chamada vida em rede, que cada vez mais demanda novas conexões e novos sentidos de mundo. Mesmo com interesses distintos, a mídia de massa já abre certo espaço para “pessoas comuns”, não jornalistas, se posicionarem no novo cenário mundial. O jornalismo colaborativo possibilita dar voz aos menos presentes na mídia, e, com a sociedade em rede, é tendência que essa voz seja cada vez mais ouvida, visto que agora qualquer um pode informar e receber informações na mesma medida.

Esse trabalho tem como tema central o jornalismo colaborativo móvel. Em primeiro lugar, é preciso definir o que se entende por jornalismo colaborativo e móvel. Braginski (2009) diz que conteúdo móvel é qualquer conteúdo que possa ser acessado via dispositivos portáteis de comunicação sem fio, o que engloba uma quantidade variada de produtos, aplicativos e serviços. Ainda para o autor, o celular é um suporte que permite transmitir conteúdo informativo em massa e que tem algumas particularidades para o uso do

¹ Exemplo: Trabalho apresentado na Divisão Temática de Rádio, Tv e Internet, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação, quarto ano do curso de Jornalismo da UEPG. Email: luhsslaviero@gmail.com

³ Estudante de graduação, terceiro ano do curso de Jornalismo da UEPG.

Email:kauannamendes1988@hotmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Docente do curso de Jornalismo da UEPG. Email:marialuciabecker@yahoo.com.br

jornalismo, como instantaneidade, multimídia e interatividade, podendo ainda ser personalizado ao gosto do usuário.

O objeto de estudo dessa pesquisa é o processo colaborativo em rede, feito através de dispositivos móveis, para a produção de jornalismo hiperlocal/local, que coloque o jornalismo em sintonia com o interesse público, e, ao mesmo tempo, com o interesse dos públicos. O Portal Comunitário, site de notícias e projeto de extensão do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, é o foco desse estudo por conta da participação direta das autoras no mesmo, como alunas da graduação e também como extensionista. O site é uma articulação de projeto de extensão e jornal laboratório online que conta com a parceria de associações de moradores, sindicatos de trabalhadores, movimentos sociais, organizações não-governamentais e outras organizações populares da cidade de Ponta Grossa, PR. É um veículo onde os alunos do curso de jornalismo, a partir das disciplinas de Comunicação Comunitária, Webjornalismo, Telejornalismo III e Redação Jornalística III (terceiro ano), juntamente com a comunidade envolvida, produzem e publicam conteúdo jornalístico.

O Portal Comunitário ainda não funciona como uma rede de notícias, entre outras razões, porque não existe a ligação direta entre as entidades cobertas pelo projeto e os estudantes que fazem as notícias, e essa pesquisa pretende contribuir para a solução desse problema. Com base nesse recorte do tema, define-se a questão que o presente trabalho deve responder: como implementar um processo colaborativo em rede, por meio do uso de tecnologias móveis, que seja capaz de unir os interesses do público com o interesse público?

As metodologias utilizadas na produção desse trabalho foram pesquisa bibliográfica, pesquisa experimental e observação participante. De acordo com Marconi e Lakatos (1992), a pesquisa bibliográfica é o levantamento da literatura já publicada em forma de livros, imprensa escrita, publicações avulsas e revistas. O objetivo disso é fazer com que o pesquisador entre em contato direto com o que já foi escrito a respeito do seu tema de pesquisa, sendo assim a análise de dados da pesquisa em andamento vai ser facilitada. A revisão bibliográfica é considerada o primeiro passo de toda pesquisa científica, e é importante para definir exatamente qual será o objeto da pesquisa do autor. Para Cardoso (2010, p. 07), “cada investigador analisa minuciosamente os trabalhos dos investigadores que o precederam e, só então, compreendido o testemunho que lhe foi confiado, parte equipado para a sua própria aventura”.

A observação participante é uma técnica de investigação social em que o observador partilha do mesmo espaço do grupo que está sendo pesquisado. Para José Vargas (2002):

[...] observação participante, que muitas vezes é também designada por trabalho de campo, caracteriza-se pela “inserção do observador no grupo observado. Se o investigador apenas se integra no grupo a partir do momento em que se inicia o processo de investigação, falamos de observação-participação. É a situação do etnólogo que vai viver uns tempos com a tribo que vai estudar (VARGAS, 2002, p.119-120)

A observação participante tanto pode ser distanciada, como no caso de uma reportagem, ou mais profunda e integrada, como é o caso de etnólogos que se integram nas sociedades que são seu objeto de estudo. Essa metodologia foi escolhida para fazer parte desse trabalho porque as pesquisadoras participaram do grupo de extensão Portal Comunitário por dois anos e, com essa participação, podem perceber o que é necessário em termos de produto que auxilie a produção jornalística.

Já a pesquisa experimental é toda pesquisa que envolve algum tipo de experimento, e a pesquisa social é aquela que busca respostas num grupo social. Na pesquisa experimental, é criada uma técnica ou um método específico para aquele trabalho. Nesse caso, a pesquisa experimental partiu da análise da participação no Portal Comunitário e da percepção das dificuldades enfrentadas pelas equipes de reportagem e, ao mesmo tempo, pelas entidades e grupos da comunidade envolvidos no projeto.

O processo de experimentação desse trabalho consiste em gerar uma rotina de produção de jornalismo colaborativo dentro do Portal Comunitário. Ela deve orientar e padronizar a forma como os jornalistas recebem suas pautas e publicam seus textos, o que será materializado em forma de um aplicativo (app) criado especificamente para o Portal Comunitário.

Esse artigo é a apresentação de um trabalho de conclusão de curso que tem como uma das etapas a construção de um produto jornalístico, que nesse caso, é um aplicativo de celulares para a plataforma Android. Considerando os problemas já citados a respeito do site Portal Comunitário, o aplicativo tenta dar conta de resolver alguns, como a falta de resposta do público às notícias publicadas e a falta de interação entre repórter e comunidade. Ao fazer o download do programa pela Google Play Store, o usuário vai poder escolher entre postar notícia ou ler uma notícia feita pelos alunos participantes do projeto. Ao escolher a opção de postar notícia, a pessoa vai se deparar com um questionário com as perguntas do lead – o que, quem, quando, como, onde e por que. Também será possível

postar uma foto ou um vídeo do acontecimento que vai ser relatado. Essa etapa vai funcionar como um banco de pautas para os alunos do terceiro ano, que são quem escreve as notícias que circulam no Portal Comunitário. Como as informações postadas pelos usuários não vai virar uma reportagem instantaneamente, os alunos vão poder escolher no banco de dados alguma pauta pertinente e usar as informações dadas no aplicativo para produzir notícias. Em contrapartida, se o usuário do aplicativo escolher a opção ler uma notícia, ele será redirecionado para o banco de dados do Portal Comunitário, onde as notícias prontas estarão disponibilizadas.

Jornalismo comunitário

A primeira etapa da pesquisa foi a participação no projeto de extensão Portal Comunitário e em uma das equipes de reportagem. Durante a participação na equipe de reportagem, foi possível notar que, apesar de o Portal Comunitário ser um veículo de comunicação comunitária, a participação da comunidade no processo de produção de notícia é limitada, pois a mesma acaba intervindo diretamente apenas durante as entrevistas ou quando procurada pelos repórteres. Pensando nisso, o grupo de extensão do projeto tentou encontrar soluções para viabilizar essa participação, e a criação de um aplicativo exclusivo para esse fim foi sugerida.

Raquel Paiva (2006, p.62) diz que “o jornalismo assumiu um lugar definitivo como formulador da narrativa universal do ‘atual’ em nossa civilização”. A autora ainda diz que, se o jornalismo alcançou o lugar que ocupa na sociedade hoje, é por conta de todo o processo, inclusive dos consumidores. Assim, é preciso se concentrar na criação de um jornalismo adaptado à realidade social, econômica e política de uma população. Paiva (2006) ainda lembra que, em momentos onde a atenção jornalística foi voltada para casos específicos, a produção jornalística melhorou, e dentro disso pode-se destacar o gonzo jornalismo, jornalismo investigativo, new journalism e civic journalism, nos Estados Unidos. A maneira como o jornalismo trata as notícias hoje é voltada geralmente para o lado econômico, sem se importar muito com a sociedade. Sendo assim, Paiva (2006) diz que:

Nosso pressuposto é de que, diante da superestrutura produzida pelo jornalismo comercial/industrial como gerador da narrativa da sociedade atual, e consequentemente promotor e gerenciador de uma estrutura do pensamento público vigente, concebe-se que se trata de uma ordem exclusivista, concentracionista e correlacionada de maneira fulcral aos propósitos consumistas da atualidade. (PAIVA, 2006, p.63)

Há cerca de 13 anos, o jornalismo comunitário estava esquecido pelos meios de comunicação. Passado o período de esquecimento, hoje a questão do comunitarismo desponta no mundo todo, principalmente no Brasil. A proposta desse trabalho é que se acentue a relação entre a mídia tradicional e os veículos comunitários. O propósito é selecionar pautas e assuntos que envolvam diretamente a comunidade, e que também sejam de seu interesse. O traço mais marcante do jornalismo comunitário é sua íntima ligação com os interesses da coletividade.

O esquema de produção do projeto de extensão funciona da seguinte maneira: uma vez por semana os alunos do terceiro ano do curso de Jornalismo da UEPG vão para as comunidades (o bairro, entidades, sindicatos, movimentos sociais) em busca de pautas, que variam de problemas administrativos de associações de bairros a buracos nas ruas. Após encontrar a pauta, os estudantes fazem as entrevistas com pessoas referentes ao assunto e voltam para a universidade escrever as matérias. Cumprida essa etapa, algum dos professores responsáveis pelo projeto corrige o texto, apontando possíveis falhas, e o libera para publicação.

Jornalismo colaborativo

Em julho de 1997, surgia o Chips & Dips, site criado pelos desenvolvedores Rob Malda e Jeff Bates. A proposta era postar uma vez por dia uma notícia que causasse grande impacto e fizesse as pessoas comentarem e discutirem o tema no fórum do site. O site funciona através da postagem de alguma notícia pelo administrador da página e cada uma dessas notícias ganha um espaço para discussão e comentários. As discussões nos comentários são moderadas por um sistema randômico de escolha de moderadores. Assim nasceu o Slashdot, sob o slogan “notícias para nerds. Coisas que importam”. O nome Slashdot (/ . - barra ponto) se deu por conta da piada que surge quando o endereço inteiro do site é pronunciado em inglês. O Slashdot ficou conhecido no mundo virtual pelo “efeito slashdot”, que acontece quando alguma história do site atinge um número muito grande de tráfego e, em decorrência disso, o servidor do site sai do ar. Esse site é conhecido como o primeiro site de jornalismo colaborativo porque dependia exclusivamente do público para que a discussão fosse realizada.

Outro exemplo de site de produção colaborativa de notícias é o Indymedia, que surgiu em 1999, para coordenar a cobertura dos protestos de Seattle contra o chamado Encontro do Milênio, organizado pela Organização Mundial do Comércio - OMC. O Indymedia, conhecido no Brasil como Centro de Mídia Independente (CMI), é uma rede

internacional de produtores de notícia que permite que qualquer pessoa poste algum conteúdo. No início, o projeto era temporário, porém em 2006, o número de Indymedias no mundo já passava de 150, em 31 países. Os sites da rede se dizem livres e independentes de quaisquer interesses governamentais ou empresariais

Em janeiro de 2000, o site sul-coreano OhmyNews foi ao ar com o slogan “todo cidadão é um repórter” e se tornou um divisor de águas no jornalismo digital. A quebra do paradigma do jornalista como detentor do lugar da fala ofereceu ao cidadão leigo todo um aporte para dar aval à sua história. O OhMyNews funciona da seguinte maneira: os repórteres estão diretamente conectados com o público através de redes sociais e telefone, e quando alguma coisa acontece as pessoas entram imediatamente em contato com algum repórter, que, caso julgue a informação importante, vai checa-la e, em seguida, escreve o texto. O veículo é considerado jornalístico porque mantém a figura do editor, julgando o que é realmente uma notícia ou não, e também porque a notícia é escrita por um jornalista profissional. Isso evita erros de informação e de redação, boatos e textos que não se configuram como notícia.

Unir interesse público com interesse do público é uma tarefa extremamente complicada. Grande parte dos jornais em circulação no país publicam suas notícias sem se preocupar com os temas da agenda cotidiana dos cidadãos. Segundo Carlos Chaparro (1994), o jornalismo não precisa temer ou desprezar interesses particulares, ele precisa relatar os fatos com isenção e veracidade, mesmo que o fato a ser narrado diga respeito a algum interesse particular. O autor explica que, no ano de 1962, foram reunidos em um livro 19 ensaios sobre o tema de interesse público e nele foram expressos dois sentidos para o termo, o formal e o substantivo. Para Chaparro (1994), o sentido formal do interesse público:

[...]manifesta-se nas decisões geradas pela intenção ou pela vontade do governante, qualquer que seja o objeto de uma ação autorizada. Leys esclarece ser esta uma concepção utilitária ou agregativa, que eleva ao máximo a satisfação dos interesses particulares, inspirada na concepção oferecida pela área econômica, para a qual o interesse público é a mesma coisa que a economia do bem-estar. Ou a soma dos interesses privados bem atendidos. (CHAPARRO, 1994, p.3)

Em seu texto “Interesse público não se confunde com interesse do público”, Carlos Chaparro (2012) faz uma reflexão sobre esses dois tipos de interesse, e diz que “o interesse público não existe em oposição ao interesse privado”. Considerando isso, o autor explica o que é interesse público no sentido substantivo.

[o interesse público] localiza-se no objeto procurado na ação governamental e na ação não governamental (entendida como ação delegação do poder governamental ou que, por aceitação, substitui a ação governamental). Há, neste sentido, uma concepção pluralista pela qual tanto as decisões quanto os objetivos têm a sanção de processos legais ou políticos adequados, como, por exemplo, as normas geradas democraticamente pela maioria ou por processos de lei. (CHAPARRO, 2013, p.4)

Ciro Marcondes Filho (1986) considera quatro características para que uma notícia seja vendável, que são generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. A essas características, o autor ainda acrescenta o discurso acerca do interesse público, que é o motivo pelo qual o jornalismo existe. Marcondes Filho diz que o interesse público é uma resposta à demandas oficiais por informações que digam respeito a todos, e que o jornalista não produz ‘sob encomenda’, como a noção de interesse público supõe, mas ele desenvolve informações para depois atrair o leitor e convencê-lo a consumir sua notícia. Sendo assim, a prática jornalística está intimamente ligada ao interesse público, porque o jornalista produz o que ele imagina ter demanda.

Para Willian S. Minor (1967), “o interesse privado funciona nas associações humanas que experimentam e controlam consequências de forma direta. Quando as consequências da associação humana não podem ser experimentadas e controladas diretamente, o interesse público é gerado”. Já Musgrave (1967) entende interesse público como a soma de interesses individuais a partir da eficiência do sistema econômico, que representa o principal interesse público. Outro autor que trata do assunto interesse público é Harold Lasswell (2001), que diz que:

“Por interesse público entendemos que o interesse comum é suficientemente grande para garantir o uso de processos inclusivos de escolha ou decisão. Por interesse privado referimo-nos a efeitos de valor que são interesses comuns de magnitude insuficiente para garantir o uso de processos mais inclusivos do que exclusivos de escolha ou decisão. (LASSWELL, 2001, p. 73-74)

Levando em consideração o conceito de interesse público, é preciso pensar atualmente na reconfiguração do espaço midiático e o que isso influi na prática jornalística cotidiana. Segundo João Canavilhas (2013), a reconfiguração do espaço midiático reflete uma mudança social e os conglomerados midiáticos precisam encontrar formas de se adaptar e desenvolver seu poder como discurso mediador da vida diária nessa nova realidade de consumo de mídia. Para Canavilhas (2013), os apps jornalísticos permitem aos meios de

comunicação uma segmentação da abordagem, buscando um maior encaixe entre leitor e jornalistas, atendendo assim os interesses públicos e dos públicos.

Jornalismo móvel

O Estado de São Paulo foi o primeiro jornal brasileiro a investir em plataformas móveis, já em 2010. Segundo Rublescki, Barrichelo, Dutra, (2013, p.130), os leitores do *Estadão* não se contentavam apenas com o noticiário comum, e exigiam cada vez mais a interpretação e análise de notícias. Foi a partir de maio de 2012 que os leitores assinantes do *Estadão*, usuários de *tablets*, começaram a contar com duas novas versões de *apps* para os dispositivos, que era o *Estadão Fotos* e o *Estadão Noite*.

Em 2011, foram feitos 30 bilhões de downloads de aplicativos móveis no mundo. Isso significou um crescimento de 230% em relação ao ano de 2010, sendo que o setor arrecadou US\$8,5 bilhões nesse ano, e a previsão para 2016 é de US\$46 bilhões, segundo o Relatório Mobilize de Inteligência de Mercado – Apps #5, da empresa Aorta Mobi.⁵ As empresas líderes dos mercados de aplicativos são: *Apple Store*, *Google Play*, *Blackberry*, *App World* e *Windows Phone Market*. Juntas, disponibilizam em torno de 1,2 bilhões de aplicativos para download, ainda segundo a Apple.com. Um dos aplicativos mais famosos do mundo é o *Instagram*, com 40 milhões de downloads.

O *continuum* multimídia é uma das características de um novo estágio e jornalismo, o estágio da evolução do jornalismo nas redes digitais, que é chamada de quinta geração. A autora chega a proposição de quinta geração considerando o parâmetro da medialidade, de Grusin (2010). Esse parâmetro indica que na contemporaneidade a produção jornalística de vários formatos de conteúdo – foto, áudio, texto, vídeo, infográfico, *slideshow*, *newsgames*...- é totalmente realizada por profissionais que empregam o uso de tecnologias digitais e em rede. Segundo Barbosa(2013), as atuais rotinas de produção jornalística empregam o uso de *softwares*, base de dados, algoritmos, linguagem de programação e publicação, sistemas de gerenciamento informação, semântica, dentre outros. Isso prova que, cada vez mais, o profissional jornalista precisa estar preparado para as mudanças do mercado, e que a internet está presente em cada setor da sociedade.

⁵

Disponível em <http://pt.slideshare.net/pontomobi>. Acesso em 21 mai 2014.

Westlund (2013) diz que a convergência jornalística e o jornalismo em dispositivos móveis mostram uma nova dinâmica na produção de notícias. O autor ainda trás a necessidade de se pensar um novo modelo de jornalismo por conta da cultura da mobilidade estabelecida pelos *tablets* e *smatphones* e pelas telas *touchscreen*, que realçam a cultura da taticidade como uma das características mais proeminentes para o jornalismo em dispositivos móveis, expressa por Palacios e Cunha (2012). Murray (2012) diz que os aplicativos criados exclusivamente para *tablets e smartphones* são chamados de autóctones por possuírem características expressas em *affordances*, que o mesmo autor explica como características exclusivas dos dispositivos móveis e que estão em um estágio adiantado das versões em PDF ou impressas de jornais. A taticidade é considerada uma *affordance* – qualidade ou propriedade do dispositivo – porque incorpora elementos da navegação não linear e explora imagens 3D ou 360 graus, trabalhando com recursos como geolocalização, dados, números, imagens e vídeos ao toque das mãos.

Considerando os dados apresentados, o jornalismo deve se adequar aos novos meios de informação e comunicação para continuar tendo espaço na sociedade. Com o advento da internet, qualquer cidadão tem o poder de publicar notícias e o jornalismo tradicional precisa se modernizar e encontrar novos meios de se destacar na sociedade. Contudo, as novas plataformas de comunicação devem passar pelo crivo da academia para que a notícia continue a ser pensada e estudada de forma científica, de modo que o jornalismo possa acompanhar as mudanças que as sociedades enfrentam de forma condizente com a realidade.

Referências

AGNEZ, Luciane Fassarella. **A convergência digital na produção de notícias.** Reconfigurações na rotina produtiva dos jornais Tribuna do Norte e Extra. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2011. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/agnez-luciane-a-convergencia-digital-na-producao-da-noticia.pdf> . Acesso 01 jun 2014.

BREED, Warren. **A teoria organizacional.** In. TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2004.

BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação.** 2 ed. São Paulo: Loyola, 2006.

CANAVILHAS, João Messias. Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web. Covilhã, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. A Era da Informação: economia, sociedade e cultura, v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAPARRO, Manuel C. **Pragmática do jornalismo** – buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994.

CHAPARRO, Manuel C. **Interesse público não se confunde com interesse do público**. Disponível em: http://www.oxisdaquestao.com.br/admin/arquivos/artigos/2012_7_31_14_31_7_54154.pdf. Acesso em 29 mai. 2014.

CHRISTOFOLETTI, R. **Ética no Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

FERNBACK, Jan; THOMPSON, Brad. "**Computer-Mediated Communication and the American Collectivity**: The Dimensions of Community Within Cyberspace. International Communication Association, Albuquerque. New Mexico, May 1995. Disponível em <http://www.rheingold.com/texts/techpolitix/VCCivil.html>. Acesso 28 mai 2014.

LASSWELL, Harold. **O Interesse Público**: Sugestões de Princípios de Conteúdo e Método. In: FRIEDRICH, Carl J. (Org.). O interesse público. Rio de Janeiro: Edições O Cruzeiro, 1967.

LEMOIS, André. **Agregações Eletrônicas ou Comunidades Virtuais?** Análise das listas Facom e Cibercultura. [S.l.], 2002. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/agregacao.htm>. Acesso em: 8 fev. 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática, 1986.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista**. O desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009.

MINOR, Willian S. **O Interesse Público e o Compromisso Supremo**. In: FRIEDRICH, Carl J. (Org.). O interesse público. Rio de Janeiro: Edições O Cruzeiro, 1967.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

PAIVA, Raquel. **Jornalismo Comunitário**: uma reinterpretação da mídia (pela construção de um jornalismo pragmático e não dogmático). Revista FAMECOS nº 30. Porto Alegre, 2006. Disponível em <http://200.144.189.42/ojs/index.php/famecos/article/view/491/415>. Acesso 29 mai. 2014.

TRAQUINA, Nelson. **Teoria do Jornalismo**: Porque as notícias são como são. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2004.

SITE GERAL - <https://play.google.com/store>

SITE GERAL - <http://www.apple.com/br/itunes/>

SITE GERAL DO DONOS DA MÍDIA – <http://donosdamidia.com.br>

SITE GERAL DO SLASHDOT – <http://slashdot.org>

SITE GERAL DO INDYMEDIA – <http://indymedia.org>



SITE GERAL DO OHMYNEWS - <http://international.ohmynews.com/>