



6º SIMPÓSIO
INTERNACIONAL DE
CIBERJORNALISMO

Performance em Ciberjornalismo:
tecnologia, inovação e eficiência

Performance in cyberjournalism: technology, innovation and efficiency

1 a 3 de junho/2015 na UFMS
em Campo Grande-MS - Brasil

A relação entre a participação da audiência e os critérios do jornalismo colaborativo¹

Inara Silva²

Resumo: As empresas jornalísticas têm adotado uma nova forma de produção de conteúdo que abre espaço para a colaboração direta da audiência. É o jornalismo denominado *open source*, também conhecido como jornalismo colaborativo. Neste estudo, pretende-se analisar os critérios utilizados pelos veículos e compará-los com as teorias relativas aos princípios fundamentais do jornalismo, que defendem a obrigação com a verdade, verificação dos fatos, e a estrutura do texto jornalístico. Para tanto, foram analisados dois portais nacionais que possibilitam a participação do público na elaboração do noticiário em canais específicos, como o “Vc no G1”, do portal G1, e o “Vc Repórter”, do portal Terra.

Palavras-chave: jornalismo, colaboração, critérios de participação

¹ Artigo enviado na modalidade “Rotinas produtivas em tempo de convergência”.

² Graduada em Comunicação Social - Jornalismo; Especialista em Midiologia; Mestre em Ciência da Informação; Pesquisadora da Universidade Católica Dom Bosco no Grupo de Pesquisa em Jornalismo: Relação da tecnologia e o fator humano na dia a dia da profissão (PIBIC/UCDB). E-mail: inara_silva@yahoo.com.br

1 INTRODUÇÃO

Desde seu nascimento, o jornalismo sempre se serviu da tecnologia, seja na época feita artesanal de jornal até os tempos atuais, quando as redações foram invadidas por dispositivos digitais, que conferem mais agilidade e facilidades no dia a dia do profissional. A reformulação da rotina produtiva é resultante da inserção de computadores e acesso online. Ao adaptar-se a essas mudanças, o jornalista se vê diante de novas formas de produção de conteúdos. Hoje, os cidadãos estão mais participativos, com uso de telefones celulares, computadores, redes sociais e aplicativos diversos, a audiência interage com o conteúdo dos jornais ao fazer comentários e também ao enviar sugestões e informações sobre fatos diversos que a imprensa não teve acesso ou tempo para produzir. É o chamado jornalismo colaborativo que acabou por ser incorporado por diversos ciberjornais em todo o mundo.

A proposta deste artigo é analisar quais os protocolos que estes veículos têm adotado para utilizar o material fruto de colaboração. Para tanto, foram escolhidos dois grandes portais brasileiros que oferecem canais abertos para a participação da audiência. Neste estudo, foram selecionados e analisados as editorias “Vc Repórter”, do portal Terra, e “Vc no G1” do portal G1. Nestes veículos foram verificados os termos adotados para identificação do colaborador e todas as orientações dadas aos usuários interessados em participar.

Posteriormente, estes critérios foram comparados com as teorias jornalísticas tais como os princípios que norteiam a profissão e seu compromisso com a verdade dos fatos, além de procedimentos de técnicas de reportagem e técnicas de redação.

Para Kovach e Rosenstiel (2004), a forma receber informações passa por transição sempre que há alguma mudança econômica, social ou tecnológica, como entre 1830 e 1840, com o telégrafo, em 1880 com a queda do preço do papel ou na década de 1920 com o advento do rádio e dos jornais tabloides. O mesmo fato ocorreu com a chegada da TV nos anos 50 do século XX e agora no século XXI com a TV a cabo e a internet.

2 JORNALISMO COLABORATIVO

A digitalização da informação, aliada às inovações tecnológicas e da comunicação promovem a criação de uma estrutura midiática pós-massiva, na qual qualquer cidadão pode criar e divulgar informação em diversos formatos. Antes, a propagação de conteúdos era restrita à indústria cultural, que empacotava e divulgava informações padronizadas. Atualmente, os internautas têm a possibilidade de quebrar essa hegemonia dos meios massivos através de diversos dispositivos, como *weblogs* e *podcasts*, que podem ser acessados nas redes digitais em escala planetária.

Este fenômeno faz parte do conceito de cibercultura em suas três leis fundamentais, elaboradas por Lemos (2009). São elas: a liberação do polo de emissão – na qual qualquer usuário, que antes só podia receber conteúdo, agora tem a possibilidade de ser um emissor; a conexão generalizada – caracterizada pela necessidade de emissão em redes de compartilhamento, ou seja, não basta produzir conteúdo, é preciso divulgá-lo em rede; e a terceira lei denominada reconfiguração das práticas, na qual além de emitir e conectar-se, ocorrem novas formas de fazer. Segundo Lemos, com a cultura pós-massiva – onde cada pessoa pode ser um emissor de conteúdo, a indústria cultural acaba por buscar novas formas de produção. Os jornais, por exemplo, se aliam a *blogs*, as TVs fazem referência à internet.

É neste contexto de tecnologias digitais, redes flexíveis e facilidades de emissão e recepção de informação é que surge o jornalismo colaborativo, um espaço aberto para que o público envie material de cunho jornalístico e participe da construção do conteúdo do *site*. Para Brittes (2004, apud JARDIM, 2005) o conceito de jornalismo colaborativo está ligado a publicações na internet que apresentam alto grau de interatividade, na qual os conteúdos são construídos em parceria. A interatividade unida à colaboração aproxima o leitor à origem da informação, o que proporciona a fiscalização da veracidade das notícias e do texto. Neste modelo de jornalismo, o noticiário em vez de ser pronunciado como um discurso se constituiria aos moldes de um diálogo não restrito aos jornalistas, mas permeado por intervenções do público (GILLMOR, 2004, apud BRAMBILLA, 2005).

Ainda não há consenso entre os pesquisadores quanto à definição do termo

jornalismo colaborativo. Segundo Schmidt e Zanotti (2009), Träsel afirma que o jornalismo participativo é uma modalidade de jornalismo digital no qual o público pode intervir no conteúdo, seja com o envio de material original ou simplesmente comentando o noticiário publicado pela equipe editorial, profissional ou não – o que inclui participação do público nos espaços de comentários e fóruns de discussão. Já Brambilla (2005 apud SCHMIDT, ZANOTTI, 2009), não considera os fóruns e comentários como jornalismo colaborativo.

Para a autora, estas experiências são consideradas espaços de interação e não de jornalismo colaborativo. Brambilla entende o jornalismo colaborativo como um elemento inserido no jornalismo *online*, que passa pela mediação de jornalistas profissionais. Já Träsel desconsidera a necessidade de mediação jornalística. Os dois autores, no entanto, concordam que no jornalismo participativo o público colabora com o conteúdo através do envio de material jornalístico.

O outro ponto ressaltado é que, com o jornalismo colaborativo, as notícias passaram a ter ponto de vista pessoal e único, algo ainda não existente no jornalismo de massa, esclarece Jardim (2005), que considera a utilização dessa perspectiva social um ponto favorável, já que o usuário tem total ou parcial acesso ao processo de produção, edição e publicação da notícia. Para Jardim (2005) os *websites* procuram incentivar o usuário a enviar notícias através da facilitação da linguagem informática que fundamentam este processo de envio de notícias, além da comunicação entre os usuários que também tem sido adotada. Tais sugestões, críticas e comentários proporcionam ao jornalismo uma evolução para a nova era digital. Basicamente, cada um pode ser um provedor de informação.

3 PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DO JORNALISMO

Se o jornalismo colaborativo é uma modalidade do jornalismo tradicional, ele acaba por se orientar pelos mesmos princípios básicos da profissão. Estes princípios têm sido pesquisados por muitos autores, mas para esta análise foram escolhidos os pontos definidos por Kovach e Rosenstiel (2004, p. 22). Os autores definem nove pontos com os quais, segundo eles, os jornalistas concordam e os cidadãos têm o direito de esperar.

1. A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.

2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos.
3. Sua essência é a disciplina da verificação.
4. Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem
5. O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
6. O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público.
7. O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
8. O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.
9. Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência. (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 22-23)

Embora a verdade seja o primeiro princípio da profissão, segundo os autores, é o mais confuso, pois nas discussões ela se mistura com conceitos absolutos e filosóficos. Apesar de o termo provocar certo ceticismo epistemológico em torno da existência ou não da verdade dos fatos, considerando que os indivíduos são subjetivos, pesquisas realizadas por Kovach e Rosenstiel (2004) mostram que o conceito permeia o fazer jornalístico.

Em levantamento sobre os valores básicos da profissão, oito entre dez jornalistas de empresas nacionais dos Estados Unidos responderam que acreditam na existência de um relato verdadeiro e exato de um fato. A tendência foi acompanhada pelos jornalistas de internet, na qual sete em cada dez acreditam ser possível fazer um relato verdadeiro e exato. A pesquisa concluiu também que 27% dos jornalistas locais e 31% dos profissionais da nova mídia têm dúvidas sobre a possibilidade da cobertura dos fatos de uma forma justa e desinteressada.

Apesar de o estudo de Kovach e Rosenstiel (2004) não se prender às definições filosóficas, eles utilizam-se da conceituação como um paralelo ao jornalismo quando dizem que há dois testes filosóficos para a checagem da verdade. O primeiro é a correspondência e o segundo a coerência, ao transferi-los para o jornalismo, os temas referem-se a fazer uma apuração exata dos fatos e dar sentido às informações.

Se o que separa o jornalismo do entretenimento, da arte, da literatura e da propaganda é, como eles reconhecem, a "disciplina da verificação", o trabalho de checagem e re-checagem das declarações e informações, a correspondência (entre declarações e fatos, pensamento e realidade, mente e mundo) impõe-se como o caminho mais adequado para se chegar à verdade.

Na visão de Kovach e Rosenstiel (2004), a verdade que o jornalismo procura é uma forma funcional e prática da verdade, ou seja, os autores entendem a verdade como um objetivo. Neste caso, a verificação e a síntese configuram-se como papel central nesta busca, já que os jornalistas trabalham, como diz o segundo tópico dos princípios, para os cidadãos. Estes, por sua vez, necessitam da informação para seu dia a dia, daí a importância de que ela seja boa e confiável. Esta percepção dos fatos como reais cria a sensação de segurança para o cidadão.

Se os jornalistas devem lealdade aos cidadãos e têm que se pautar na verdade dos acontecimentos, a verdade pode ser considerada um critério para a qualidade da informação jornalística, que também garantirá a credibilidade para o jornal. Otto Groth (apud CHAPARRO, 1994) toma como pilares para a totalidade jornalística os quesitos: periodicidade, universalidade, atualidade e difusão. Pilares que foram sintetizados por Marques de Melo:

“jornalismo é um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais). (MARQUES DE MELO, 1985, apud CHAPARRO, 1994, p. 108)

A busca pela verdade está diretamente ligada à verificação. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros ressalta em seu artigo 2º que a produção e a divulgação da informação jornalística devem se pautar pela veracidade dos fatos, isto porque a profissão tem por finalidade principal o interesse público. No que diz respeito à conduta do profissional, o documento aponta como fundamental o compromisso com a verdade dos fatos, ou seja, o Código esclarece em seu artigo 4º que o trabalho jornalístico deve se basear na apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação.

A verificação é demandada pelo conceito de objetividade que persegue o jornalismo desde os anos 20 do século passado. A intenção é que os profissionais desenvolvam métodos consistentes para testar a informação e garantir enfoque transparente com a apresentação de provas. Desta forma, a informação jornalística ficaria livre de preconceitos e se aproximaria da exatidão (KOVACH E ROSENSTIEL, 2004).

A fim de atingir estes ideais – da verdade e verificação – técnicas foram traçadas por profissionais. Entre elas, Kovach e Rosenstiel (2004) destacam como princípios da reportagem: não acrescentar nada que não exista, nunca enganar o público, ser o mais transparente possível quanto aos seus métodos e motivos, confiar no seu próprio trabalho ao invés de intermediários, ser humilde no desempenho da atividade jornalística.

Para garantir a veracidade da notícia e sua qualidade é preciso respeitar dois processos: ouvir fontes variadas e chegar todas as informações. O primeiro procedimento para garantir a veracidade da informação dada por apenas uma fonte. Neste caso, ao ouvir outras pessoas – especialistas no assunto ou testemunhas – é possível confrontar as versões apresentadas.

Ao ouvir as fontes variadas, o jornalista trabalhará no segundo método que é a checagem. Neste caso, procurar as fontes mais confiáveis, que anteriormente já se demonstraram conhecedoras do assunto e honestas nos relatos. Para que os métodos recomendados sejam válidos, o Cotta (2005) recomenda que o jornalista aprenda a cultivar e ouvir suas fontes. Kovach e Rosenstiel (2004) concordam com Cotta e acrescentam que a diversidade de pontos de vista oferece maior possibilidade de se conhecer a verdade.

Como os meios de comunicação precisam produzir notícias ininterruptamente, os jornalistas têm de assegurar o fluxo de informação contínuo. Segundo Kunczic (2002), os jornalistas dependem dos informantes para manter o fluxo de informações e alimentar a rotina produtiva, neste caso, perdem a autonomia do trabalho jornalístico e se prendem aos discursos de suas fontes. “Há entre os jornalistas uma tendência fundamental no sentido de adotar os pontos de vistas de suas fontes ao se emitir a informação que delas obteve” (KUNCZIC, 2002, p. 260).

No Jornalismo Colaborativo, as publicações abrem um canal direto com o leitor, que agora também participa da construção do conteúdo enviando informações nos mais diferentes formatos, como áudio, vídeo, imagem e texto. Para conhecer quais critérios o jornalismo tem usado para utilizar o material colaborativo, foram escolhidos dois portais nacionais – o G1, que tem o canal “Vc no G1” e o Terra, que oferece o “Vc Repórter”. Os

canais colaborativos foram analisados, a partir dos próprios critérios e orientações publicadas nas páginas das editorias.

4 Vc no G1

O G1 é o portal de notícias das Organizações Globo e considerado um dos maiores portais do Brasil. A história do grupo Globo começa em 1925 com a fundação do jornal O Globo, no Rio de Janeiro. Atualmente, a empresa atua nos segmentos de jornais, revistas, impressos e digitais através da Editora Globo e do Infoglobo.

Como informa o próprio portal, as Organizações Globo passaram a investir em conteúdo digital em março de 2000, com a criação do portal de internet Globo.com. Lançado em setembro de 2006, dá acesso a conteúdos jornalísticos de todas as empresas do grupo, como Globo News, rádios Globo e CBN, jornais impressos – O Globo e Diário de São Paulo, além das revistas Época e Globo Rural.

Segundo Baggio (2011), em 24 de maio de 2007 o G1 lançou a editoria de jornalismo participativo “VC no G1”³, o espaço é aberto para que os internautas enviem fotos, vídeos, áudios e textos e contribuam com o conteúdo jornalístico do portal. Para participar, o internauta deve fazer o cadastro gratuito na Globo.com – o que inclui nome do colaborador, localidade e telefone de contato.

Na página da editoria há uma série de informações que orientam o internauta sobre como participar. As dicas estão divididas nas seções “Sua Colaboração”, “Seus Dados”, “Não é Permitido” e “Dicas”. Na primeira seção, a editoria informa que o interessado deve estar de acordo com os termos de uso para poder participar, o colaborador cede os direitos do material para a empresa e o canal garante que toda colaboração vai ser checada antes da publicação. Ressalta ainda que o conteúdo “poderá ser usado na Globo e na internet. Na web, seu vídeo ficará publicado durante seis meses; suas fotos e texto podem ficar disponíveis na rede por tempo indeterminado”.

³ <http://g1.globo.com/vc-no-g1/enviar-noticia.html>

Neste item, apresenta também dicas sobre tamanhos e formatos dos arquivos em foto e em vídeo. O texto é encerrado com pedidos de localização do colaborador: “Gostaríamos de saber onde (estado e cidade) e quando (data) o vídeo foi gravado ou a foto foi tirada”.

Na seção “Seus Dados”, a editoria destaca a importância do cadastramento e da manutenção dos dados atualizados. Quanto ao item “Não é permitido”, o internauta é alertado a evitar “conteúdo não original, falso ou sem direitos autorais e que não esteja de acordo com o termo de uso”. Também são proibidos conteúdos ofensivos, pornográficos e obscenos, além de imagens violentas ou de conteúdo racista ou preconceituoso.

Em relação às “Dicas” apresentadas, o portal orienta que o internauta forneça detalhes do conteúdo enviado, tanto para imagem quanto para texto:

Lembre-se de dizer sobre quem você está falando, o assunto que está abordando, onde isso está ocorrendo, o porquê e como.

Ao enviar fotos e vídeo, não esqueça de descrever no seu texto as cenas que aparece nas imagens.

Seja direto e simples ao contar sua história; fazer um roteiro antes da gravação de um vídeo pode ajudar.

Verifique a nitidez do áudio e imagem do seu vídeo. Uma boa iluminação é muito importante para a qualidade do vídeo. (PORTAL G1, 2015)

5 Vc REPÓRTER

A história do Portal Terra começa em dezembro de 1996, em Porto Alegre, quando empresários locais fundaram o portal e provedor de internet Zaz. Em julho de 1999, a empresa foi escolhida pela Telefônica Interativa, empresa do grupo espanhol Telefônica, para iniciar operações de internet na América Latina. Desta forma, foi criada a Terra Networks, que em dezembro do mesmo ano se tornou Terra. Conforme Meimes (2009), em outubro de 2000, a Terra Networks uniu-se à norte-americana Lycos Inc. Parceria que terminou em 2004.

O Terra tornou-se um dos principais portais de conteúdo do Brasil e, em fevereiro de 2006, abriu um canal de participação por meio da editoria Vc Repórter⁴, na qual a audiência

⁴ <http://vcreporter.terra.com.br/>

pode colaborar – por e-mail ou celular - enviando fotos e informações de interesse jornalístico.

Como no G1, para enviar a informação o internauta deve preencher um formulário, ler e aceitar os termos de uso das informações, fotos, vídeos e/ou áudios. O colaborador deve ter mais de 18 anos ou ter autorização dos responsáveis legais. O texto de orientação. As orientações estão distribuídas nas seguintes seções: “Como participar”, “Celular”, “Fotos Digitais”, “Vídeos”, “Dicas” e “Envie agora”.

O Terra ressalta que todas as informações serão analisadas pela equipe editorial e podem ou não ser publicadas, após a checagem dos dados e do material enviado. O texto acrescenta também que novos dados serão adicionados, caso seja necessário. No entanto, as matérias terão o crédito do colaborador. A exemplo do G1, o Terra também informa que é preciso atenção aos termos de uso e que o colaborador não receberá remuneração pelo envio de material, além de ceder os direitos sobre obras fotográficas, audiovisuais e artísticas. O portal apresenta uma seção com dicas para o uso de celular envio do material, como cuidados com foto (enquadramento, proximidade, flash e luz), vídeo (roteiro, áudio, iluminação, movimento, zoom e enquadramento)

Quanto ao texto, o internauta conta ainda com dicas para “ter mais chances de publicação”.

Tabela 1: Critérios apresentados pelo Portal Terra

Como fazer um bom texto	Procure responder às perguntas "quem" ou "o quê?", "quando?", "onde?", "como?", "por quê?" em seu texto.
Qualidade do texto	Utilize uma linguagem clara e objetiva, escreva frases curtas, evite gírias ou termos difíceis de entender, procure não repetir as palavras e use sinônimos.

Imparcialidade	Faça um relato do acontecimento sem tomar posição a seu respeito.
Credibilidade	Todos os fatos relatados devem ser verdade

Fonte: Portal Terra, 2015

6 COMPARANDO OS CRITÉRIOS DO Vc NO G1 E Vc REPÓRTER

Ao comparar os critérios estabelecidos pelos dois portais, fica nítida a preocupação com os princípios do jornalismo defendidos por Kovach e Rosenstiel (2004) que ressaltam o compromisso com a verdade e o jornalismo como disciplina de verificação. Tanto o “Vc no G1” quanto o “Vc Repórter” enfatizam que o material recebido passará por checagem da equipe de jornalismo e proíbem o envio de material não original ou ofensivo.

Os dois canais exigem cadastro informacional dos colaboradores, que incluem informações como nome completo, contato telefônico e local de origem. Essa exigência garante a possibilidade de confirmar a existência desta fonte de informação, como defende Erbolato (2001, p.183) “tudo que o jornal publica é obtido nas fontes de informação” – Recurso que funciona como fonte testemunhal do fato ocorrido.

O que se pode perceber, após a leitura das dicas relativas ao texto, é que os portais incentivam os internautas a atenderem as questões básicas do texto jornalístico respondidas pelo lead – que, quem, quando, onde, como e por que. O “Vc Repórter” apresenta claramente as questões da estrutura da notícia ao orientar “como fazer um bom texto”: “Procure responder às perguntas “quem” ou “o quê?”, “quando?”, “onde?”, “como?”, “por quê?”.

No “Vc no G1” esta orientação aparece de uma forma menos explícita como no seguinte trecho: “Lembre-se de dizer sobre **quem** você está falando, **o assunto** que está abordando, **onde** isso está ocorrendo, **o porquê e como**”. No Vc no G1, aparece também o pedido para que o internauta descreva as imagens, que do ponto de vista da técnica de redação corresponde à legenda da fotografia.

Estas orientações dos dois portais atendem à teoria da redação jornalística que, segundo Lage (2006), indica que se deve começar o texto pela ordem de importância dos fatos e não pela ordem cronológica do ocorrido, técnica chamada de pirâmide invertida. Para atender esta orientação, os jornalistas estruturam as perguntas básicas no *lead*, ou seja, no primeiro parágrafo da notícia, que vai ser o chamariz para prender o leitor. Desta forma, o começo do texto deve responder seis perguntas-chaves: quem, o quê, quando, onde, como e por quê.

Quanto às qualidades do texto, o “Vc Repórter” orienta sobre o uso da linguagem clara e objetiva, frases curtas, além do cuidado em evitar gírias ou termos difíceis de entender e além de orientar a não repetir as palavras e usar sinônimos. Estes aspectos são defendidos por Sodré e Ferrari (1978) quando abordam as técnicas de redação. Os autores lembram que os textos tornam-se atraentes quando respeitam algumas qualidades como: A clareza ao expor os fatos; a concisão com o uso de palavras justas e significativas, sem termos difíceis e inadequados; a densidade que é o uso de palavras com sentido e sem redundância, além da simplicidade com o uso de palavras comuns e familiares. O mesmo conselho foi dado pelo “Vc Repórter” aos colaboradores, embora eles não sejam jornalistas.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após analisar e comparar os critérios de utilização do material fruto de participação nos dois portais, é possível afirmar que o jornalismo colaborativo desenvolvido no Terra e no G1 se pautam pelos princípios fundamentais da profissão, que tem como bandeira a busca da verdade dos fatos. Os dois portais informam sobre a importância da originalidade dos materiais enviados e garantem que todas as informações passam pela checagem da equipe dos canais colaborativos antes de serem publicadas. Desta forma, não há a liberdade de interferência no conteúdo como define Träsel, mas o controle editorial, conforme recomenda Brambilla.

Apesar de assumirem que atuam como editores do material enviado, em seus critérios de uso, os portais orientam o leitor a levantar informações razoáveis para garantir a publicação, ou seja, o cidadão-repórter é orientado a enviar mais que uma sugestão de

assunto a ser desenvolvido, mas dados organizados que possam resultar em material noticioso. O colaborador é orientado a enviar informações completas, que seriam frutos de apuração jornalística e verificação. Desta forma, são orientados a respeitar as regras da técnica de redação (*lead* e pirâmide invertida). Os critérios incluem até dicas da linguagem adequada a ser utilizada, como é o caso do “Vc Repórter”, que pede estrutura do texto jornalístico e ainda com imparcialidade, ou seja, sem a opinião do autor – requisito que é exigido aos profissionais que redigem textos jornalísticos.

Desta forma, observa-se que os portais transferem para o colaborador as preocupações que fazem parte do ofício do jornalista, como o cuidado com as informações, a qualidade do texto, e orientações sobre a imparcialidade e a credibilidade. Com estes procedimentos, fica claro que a participação do colaborador é cercada de protocolos que deveriam ser tratamento dado ao material pelo jornalista e não pelo público.

8 REFERÊNCIAS

BAGGIO, C. L. **Jornalismo colaborativo em portais de notícias online: o que a mídia hegemônica não enxerga?** 2011. 28 fls. Trabalho de conclusão de curso de pós-graduação especialização em Mídia, Informação e Cultura - CELACC/ECA-USP. Disponível em <<http://200.144.182.130/celacc/sites/default/files/media/tcc/308-991-1-PB.pdf>>. Acesso em mai 2015.

BRAMBILLA, A.M., A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source. Famecos, n. 13, 2005. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/fo/ojs/index.php/famecos/article/view/867>> Acesso em abr 2015.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística.** São Paulo: Summus, 1994. (Novas buscas em comunicação; v. 44)

CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS. Federação Nacional dos Jornalistas. 2007. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Acesso em abr. 2015.

COTTA, Pery. **Jornalismo: teoria e prática.** Rio de Janeiro: Livraria e Editora Rubio, 2005.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário.** 5 ed. São Paulo: Ática, 2001.

JARDIM, Gabriela. **A diversificação das mediações sociais no jornalismo colaborativo: análise comparativa dos websites OhMyNews International e Overmundo**. Lumina. Juiz de Fora-MG. 2005. Disponível em < <http://www.facom.ufjf.br/lumina/Lumina14-15-GabrielaJardim.pdf>>. Acesso em mai 2015.

KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. Tradução de Wladir Dupont. 2ª edição. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo: norte e sul: manual de comunicação**. 2 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 6. ed. São Paulo: Ática, 2006.

LE MOS, André. **Cibercultura Como Território Recombinante**. In: A cibercultura e seu espelho [recurso eletrônico]: campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa. São Paulo: ABCiber ; Instituto Itaú Cultural, 2009.

MEIMES, Lívia. **O Webjornalismo participativo nos portais IG e Terra : os canais minha notícia e VC repórter**. 2009. 157 fls. Dissertação do Mestrado em Comunicação Social. Faculdade de Comunicação, PUCRS. Disponível em: < http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2046 >. Acesso em mai 2015.

SODRÉ, Muniz e FERRARI, Maria Helena. **Técnica de redação – o texto nos meios de informação**. 2ª ed. Rio de Janeiro. Francisco Alves, 1978.

SCHMIDT, Sarah Costa e ZANOTTI, Carlos Alberto. **Jornalismo colaborativo: conceitos e implicações**. In Anais do XIV Encontro de Iniciação Científica da PUC-Campinas, 2009. Disponível em: <<https://www.puc-campinas.edu.br/websist/portal/pesquisa/ic/pic2009/resumos/%7BAC18151A-8B29-4242-A609-5D6A78717AE4%7D.pdf>> Acesso em abr 2015.