



## A Semiose Peirceana No Jornalismo Colaborativo *Online*<sup>1</sup>

Daniele FERNANDES<sup>2</sup>  
Giovani Vieira MIRANDA<sup>3</sup>  
Millena Grigoleti da SILVA<sup>4</sup>  
Paula Pinto MONEZZI<sup>5</sup>

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

### RESUMO

Temos o objetivo de pensar o jornalismo colaborativo *online* sob a ótica da semiose em Charles Sanders Peirce (1839-1914). Procuramos definir os elementos formais da linguagem hipermidiática da *web*, além dos conceitos de semiose, signo, objeto e interpretante. Assim, indicamos caminhos para a compreensão de como aspectos distintos da notícia podem emergir e conviver na mediação jornalística própria à *web*, marcada pela descentralização dos processos de produção e difusão do conteúdo midiático, em oposição à mediação jornalística baseada no sistema *broadcast*. Fazemos um pequeno levantamento da evolução do jornalismo colaborativo brasileiro na *web*, mostrando a tendência que ainda existe de manter a lógica do jornalismo massivo unidirecional. Como resultado, apontamos uma saída para o impasse que o jornalismo colaborativo vem colocando em relação ao papel do jornalista na contemporaneidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** semiótica peirceana; jornalismo colaborativo; jornalismo de massa; mediação social; hipermídia.

### 1 INTRODUÇÃO

O jornalismo nos meios de comunicação de massa tradicionais segue um fluxo de comunicação unidirecional, próprio do sistema *broadcast*. Ele tem em vista, primordialmente, que é possível transmitir uma mesma mensagem para uma ampla quantidade de receptores heterogêneos e dispersos geograficamente. A informação é produzida tendo em vista a distribuição e o consumo em massa. Essa maneira de emitir mensagens passa, inevitavelmente, pelo crivo seletivo dos jornalistas. Essa é uma lógica

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), professora e pesquisadora do Depto. de Comunicação Social (UNESP-FAAC), colaboradora do grupo PET-RTV. E-mail: [cyberdany@gmail.com](mailto:cyberdany@gmail.com)

<sup>3</sup> Chefe do Departamento de Comunicação Social na FAAC/Unesp/Bauru, docente do Curso de Comunicação Social – Jornalismo e orientador colaborador da Assessoria SICOM PET e SICOM Impresso, email: [sottovia@faac.unesp.br](mailto:sottovia@faac.unesp.br).

<sup>4</sup> Estudante do 5º semestre do curso de Comunicação Social-Jornalismo na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade da Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”. Email: [millenagrigoleti@gmail.com](mailto:millenagrigoleti@gmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 5º semestre do curso de Comunicação Social-Jornalismo na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade da Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”. Bolsista de extensão universitária da Unesp. Email: [paulamonezzi@hotmail.com](mailto:paulamonezzi@hotmail.com)



comunicacional que perdurou ao longo do século 20 e, como veremos, continua existindo no jornalismo na *web*.

Historicamente, a expansão dos meios impressos, acontece com a pulsante massificação do rádio e a popularização da televisão. Esses fatores contribuíram para o fortalecimento da comunicação de massa. A individualização do processo comunicativo iniciou-se com a entrada e posterior proliferação dos satélites no mercado, bem como a entrada dos videocassetes que passaram a permitir a gravação de conteúdos para consumo em horários alternativos. Tal processo de segmentação foi reforçado, posteriormente, pela diversificação das editorias jornalísticas. No início da década de 1990, é possível observar o surgimento de uma lógica comunicativa que funciona por demanda, passando a exigir a diversificação de conteúdo, conforme o público que está recebendo as mensagens. Essa diversificação já é uma característica própria à *web*, mas, nesse momento, ainda se baseia na emissão unidirecional das mensagens. Ao longo do século 20, portanto, constata-se que as mídias típicas de massa adquiriram características híbridas de linguagem, formando uma rede intermídia de relações. O aparecimento da internet, além de integrar e colaborar para a consolidação dessa rede, reúne os processos semióticos característicos das mídias de massa impressas, radiofônicas e audiovisuais. Por aglutinar e correlacionar formatos diversificados de mensagens, por reunir características das linguagens sonoras, visuais e verbais de todas essas mídias que vieram antes dela, a internet, que é uma hipermídia, é considerada uma linguagem híbrida (SANTAELLA, 2001, p. 389-411)

Hipermídia é uma generalização do termo hipertexto, termo este cunhado na década de 60 por Theodor Nelson e diz respeito a uma forma de texto eletrônico, que torna possível a escolha de diferentes caminhos de leitura. O hipertexto seria melhor lido numa tela interativa. Roland Barthes fala de uma textualidade ideal, como um texto composto por blocos de palavras (ou imagens), conectados eletronicamente por múltiplos caminhos, uma textualidade eternamente inconclusa. Como uma galáxia sem começo nem fim, um texto plural. Uma hipermídia capaz de fazer existir uma textualidade múltipla, permitindo perceber a *multivocalidade*, interação entre várias formas de consciência. (LANDOW, 2012)

O processo de mediação na *web* diferencia-se da mediação social característica dos meios de comunicação massivos unidirecionais principalmente no que diz respeito à construção coletiva das mensagens. A mediação social no jornalismo colaborativo corresponde precisamente a essa construção coletiva, proporcionada pela perda de



“nitidez” no limite entre emissor e receptor, própria à hipermídia. Em decorrência dessa perda inicial, as mensagens ganham a possibilidade de se tornarem polissêmicas, permitindo a apresentação de diferentes aspectos de uma notícia, originados a partir dos pontos de vista de diferentes pessoas, sendo elas jornalistas ou não.

Diante dessa discussão, este artigo busca compreender, portanto, como se configura o jornalismo colaborativo na web, buscando apontar elementos que o fundamentem como fenômeno de apropriação da linguagem hipermidiática. Assim, pretendemos contribuir para esse gênero de jornalismo, ainda carente de teorias que o fundamentem, utilizando como base teórica, a Semiótica elaborada por Charles Sanders Peirce, em especial, o conceito de semiose, que significa ação do signo, tratando da relação entre signo, objeto e interpretante. Vemos nessa teoria a possibilidade de permitir pensar o jornalismo colaborativo como mediação em que tanto o leitor comum, quanto o jornalista têm um papel criativo na construção do conhecimento dos fatos pela produção das mensagens.

## **2 A MEDIAÇÃO NA HIPERMÍDIA**

Como mencionado anteriormente, o processo comunicativo na internet, diferente dos processos observados nos meios de comunicação unidirecional, típica do sistema *broadcast*, caracteriza-se por uma linguagem cujos recursos técnicos “borram” as fronteiras entre emissor e receptor. Além disso, a internet, vista como uma hipermídia, é uma linguagem híbrida, caracterizada pela relação entre tipos diferentes de signos (sonoros, visuais e verbais). Como define Machado, numa modificação das definições apresentadas por Landow:

Hipermídia é uma forma combinatória, permutacional e interativa de multimídia, em que textos, sons e imagens (estáticas e em movimento) estão ligados entre si por elos probabilísticos e móveis, que podem ser configurados pelos receptores de diferentes maneiras. (MACHADO, 1997, p. 3)

Dessa forma, as mediações hipermidiáticas caracterizam-se por uma interatividade híbrida. Com isso queremos dizer que os receptores, que são, em verdade, interatores, podem intervir na mídia e inserir variados tipos de signos: verbais, sonoros e visuais. Seguindo esse preceito, o jornalismo produzido e desenvolvido na internet tem potencial para se tornar bastante distinto do jornalismo convencional massivo.



Entretanto, não é o que se vê com frequência atualmente, fazendo do jornalismo hipermidiático apenas um desdobramento do jornalismo convencional, pautado na centralização da produção midiática e na unidirecionalidade da difusão das mensagens, isto é, na marcação de um limite rígido entre emissor e receptor.

Em contrapartida, constituindo uma lógica híbrida e multidirecional de comunicação, é possível encontrar experiências no jornalismo contemporâneo que incorporam aspectos característicos da comunicação típica dos meios da rede hipermidiática, como a diversificação e descentralização dos processos de mediação social. Isso possibilita a produção de notícias sob a ótica de novos autores e novas abordagens, a serem veiculados em novos formatos interativos. O que se quer dizer é que o receptor, nesses casos, não é mais encarado como um pólo passivo no ato de informar do jornalista.

Nesses casos, existe ainda o crivo seletivo do jornalista, mas o ponto de vista do leitor faz parte da notícia. Essa nova forma de produzir conteúdo, mesclando aspectos característicos dos meios de comunicação de massa tradicionais com os da internet, é observável no jornalismo dos portais, que fundem linguagens e formatos dos meios tradicionais em harmonia com blogs, chats e comunidades virtuais. Os portais surgiram em 1998 com a potencialização dos recursos de linguagem da internet e eram caracterizados por:

páginas que centralizam informações gerais e especializadas, serviços de *e-mail*, canais de *chat* e relacionamento, shoppings virtuais, mecanismos de busca na *Web*, entre outros, e cuja intenção é ser a porta principal de acesso a orientar a navegação do usuário pela WWW. (BARBOSA, 2004: p. 4)

Um exemplo brasileiro é o Portal Uol ([www.uol.com.br](http://www.uol.com.br)) que destaca os principais acontecimentos do momento em sua *homepage* em meio a canais de bate-papo, blogs da redação, de jornalistas e colunistas colaboradores ou dos próprios assinantes, em diálogos semelhantes à fala do cotidiano.

Tomando como base a hibridização e as novas mediações sociais emergentes da internet, é possível dizer que há uma ampliação do campo epistemológico do jornalismo em conjunto com a reformulação e revisão de determinados modelos teóricos. “A fusão na internet de um sistema tradicional *broadcasting* (centro irradiador de emissão) com um sistema interpessoal de comunicação (como o telefone) desmantela boa parte das



teorias da comunicação [...]” (MENEZES, 2001, p. 123). E é aí que entra a semiose peirceana. Ela nos oferece os pressupostos teóricos para compreender o processo de construção do jornalismo colaborativo na *web*.

### 3 A SEMIOSE NA HIPERMÍDIA

Peirce nos fornece inúmeras definições de signo, mas uma delas nos parece especialmente importante aqui por estar intimamente ligada à noção de semiose, pois ela nos dá precisamente a relação entre objeto, signo e interpretante:

Um *Signo* é qualquer coisa que está relacionada a uma Segunda coisa, seu *Objeto*, com respeito a uma Qualidade, de tal modo a trazer uma Terceira coisa, seu *Interpretante*, para uma relação com o mesmo objeto, e isso de maneira tal a trazer uma Quarta para uma relação com aquele Objeto da mesma forma, *ad infinitum*. (SANTAELLA, 1995, p. 29)

Dessa definição, podemos inferir que o signo traduz coerentemente alguns aspectos do seu objeto, alguma qualidade, produzindo um interpretante também coerente com o signo, sob alguns aspectos e, conseqüentemente, com o objeto do signo. O interpretante é a interpretação mental produzida pelo signo no intérprete. No caso da comunicação midiática, tal como a discutimos aqui, o mental diz respeito à mente humana; entretanto, devemos lembrar que, para Peirce, o universo é mental e que mente não é, portanto, uma exclusividade do ser humano. Devemos notar ainda que, como decorrência direta da definição acima, devido ao signo nunca carregar consigo a totalidade do objeto, devido ao fato de cada signo ser sempre parcial, pontos de vista diferentes podem surgir diante de um mesmo fato, de maneira teoricamente infinita. Como signo, objeto e interpretante são de natureza sgnica, o interpretante pode assumir o lugar lógico do objeto e determinar a produção de outros signos, os quais podem se materializar em sons, imagens visuais e/ou palavras e ser inseridos na hipermídia, produzindo por sua vez, outros interpretantes, infinitamente.

Podemos dizer que a comunicação, sob a ótica da semiótica peirceana, é fundamentalmente um processo que envolve a relação entre signo, objeto e interpretante, e que, portanto, a semiose peirceana pode ser considerada um modelo abstrato de comunicação. Signo, objeto e interpretante, tríade da semiótica peirceana,



estão em constante articulação para a produção de cognição, no processo denominado semiose, esta nada mais é do que a ação do signo, o processo de relação entre os três correlatos. “A concepção peirceana de semiose, que é um modelo comunicacional abstrato, tem início no *dictum* de que todo pensamento deve ser considerado dialógico na sua forma” (SANTAELLA e NÖTH, 2004, p. 161). Considerando-se a semiose como estando relacionada ao pensamento humano, nota-se ainda um modelo que descreve a evolução do processo cognitivo, isto é, da maneira como temos acesso aos objetos da realidade, no caso do jornalismo, aos fatos. Da mesma forma que o signo não retém a totalidade do objeto que lhe determina, o interpretante não retém a totalidade do signo. Este produz nuances diversas a cada interpretante, dependendo dos esquemas mentais e experiências vivenciadas por aquele que o interpreta.

Assim como as passagens entre signo, objeto e interpretante não são meras transferências, como nos diz Varela, “o ato de comunicar não se traduz por uma mera transferência de informação de um emissor a um destinatário, mas antes pela modelagem mútua de um mundo comum no meio de uma ação conjugada”. (VARELA in QUERE, 1991, p. 2) No Jornalismo, parte-se do princípio que tanto a leitura de uma revista quanto a audiência de um telejornal são processos interativos, mesmo que não haja conversação entre produtores e público. (PRIMO e TRÄSEL, 2006, p. 9). Desse modo, embora os dois processos sejam produtores de semiose, há uma colaboratividade mais intensa e interativa no jornalismo colaborativo propiciado pela *web*. Vive-se, agora, a época de uma espécie de informação potencialmente mais democratizada tanto no seu acesso, quanto na sua produção.

Assim, talvez possamos dizer que a hipermídia, por se apresentar como uma mídia pluralista, tanto na forma quanto no conteúdo editorial, e por seu caráter processual aberto, sempre inconcluso e multidirecional, pode permitir ao jornalismo assumir a mediação como um processo de semiose. Então, a mensagem, como signo, seria sempre parcial e o conhecimento dos fatos (objetos) seria sempre dependente de um processo no qual o intérprete tem um papel criativo. Em outras palavras, o conhecimento dos fatos é um processo colaborativo em que interferem jornalistas e leitores (ou interatores) e em que nenhum deles é capaz de difundir uma mensagem absoluta, mas sempre parcial e criativa, sem deixar de ser determinada pelos fatos.

#### **4 JORNALISMO COLABORATIVO ON LINE**



Além de a web ter contribuído para a transmissão e distribuição de informações em uma velocidade sem antecedentes, outra mudança significativa, que discutimos aqui, é a oportunidade de não profissionais da comunicação, que estão fora do universo jornalístico, poderem contribuir na produção e divulgação conteúdos.

As mídias digitais, que trouxeram consigo a possibilidade de conexão em rede, foram uma batalha final vitoriosa da guerra do homem contra o tempo e o espaço. As mudanças nesses casos, não foram apenas de caráter quantitativo, e sim qualitativo. Se com a difusão da imprensa as mensagens ganharam em possibilidade de distribuição, ou seja, maior quantidade de mensagens a serem distribuídas, a revolução digital trouxe, além da facilidade de distribuição da mensagem, a possibilidade de o receptor participar mais ativamente na (re)construção da mensagem, transformando os receptores em autores (CARNIELLO, 2003, p.126).

A hipermídia, portanto, desenvolve um ambiente propício à colaboração participativa de conteúdos por leigos usuários, já que houve uma facilitação até no registro de informações de imagens, feitas com um simples celular, de modo até inesperado e casual. Enquanto o jornalismo tradicional de massa transmite informações padronizadas, as informações que trafegam pela internet são tão diversificadas quanto quem as produz e as consome, assegura-nos ALZAMORA (2006, p. 11). Entretanto, existe a necessidade de se criar padrões capazes de estruturar a informação a ser veiculada e, obviamente, pensar como essa linguagem hipermidiática – híbrida, processual e interativa – será apropriada de forma criativa pelo Jornalismo. Dessa maneira, ganha força a cultura interativa e participativa definida a partir do desejo do usuário de desempenhar um papel ativo na elaboração de informações, premissa essencial para a democratização da mesma conforme MORETZSOHN (2007, pág. 17). Na web, é possível conceber uma comunicação mais complexa e dinâmica do que aquela produzida nas mídias que seguem exclusivamente o modelo *broadcast*. Configura-se, assim, uma nova forma de interação mútua, diferente e contrária à interação reativa, como aponta Primo:

(...) a interação mútua é aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada do relacionamento, afetando-se mutuamente; já a interação reativa é limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta. PRIMO (2007)



Com o avanço da tecnologia e o aumento de usuários da *web*, pode-se notar que o número de fontes de notícias se multiplicou. A notícia, que até então ficava sob domínio de donos dos meios de comunicação, perdeu a exclusividade e se tornou uma ferramenta pública. No meio online, qualquer usuário pode abrir um sítio, seja ele uma rede social ou um blog ou um domínio particular e publicar notícias aos quais todos os usuários terão acesso.

De acordo com uma pesquisa realizada por *World Internet Usage Statistics*, 32% da população mundial teve acesso à internet em 2011. Isso significa 2.267.233.742 usuários, que independem dos tradicionais veículos de comunicação para produzir e publicar notícias. A hierarquia midiática se manteve; os grandes meios de comunicação são os grandes portais da *web*. No entanto, diferentemente dos meios de comunicação tradicionais, o número de pessoas fazendo jornalismo teve um salto surpreendente na internet. No ano de 2006, por exemplo, 8% dos usuários norte-americanos afirmavam postar notícias em seus blogs. Mais da metade desses 12 milhões de pessoas checavam a veracidade do fato noticiado, além de publicarem *links* que davam ao leitor mais informações sobre o que havia sido postado.

É nesse contexto que o jornalismo colaborativo na *web* se desenvolve. Os defensores dessa prática argumentam que a apuração coletiva gera uma mídia mais abrangente e multilateral. A apuração dos fatos é feita levando em consideração o princípio jornalístico de que um ocorrido possui diversos lados e não apenas dois, como defendido por teorias anteriores.

Alguns endereços na Web são estruturados para funcionarem apenas com a colaboração. O jornalismo colaborativo é definido como jornalismo feito por mais de uma pessoa, que contribuíram para o resultado final do que é publicado. (FOSCHINI; TADDEI, 2006, p 19). Todas as pessoas, munidas de celular ou câmera, postando em um blog, seriam potencialmente repórteres. O jornalismo, como o conhecemos, estaria, dessa forma, se modificando. (MORETZSOHN, 2006, p 63).

Um exemplo brasileiro de jornalismo colaborativo é o sítio BrasilWiki! (<http://www.brasilwiki.com.br/>), no qual os usuários criam contas e contribuem para a produção de conteúdo. O endereço, criado em 2006, foi idealizado pelos jornalistas Eduardo Fernando de Mattos e José Aparecido Miguel. Em 2010, o sítio foi transferido para o Domínio De Casa Brasil Empreendimentos Culturais E Editoriais Ltda, para o Jornal Do Brasil, que administra e controla o conteúdo do espaço. Lá, qualquer usuário que possui conta pode postar uma notícia sem a necessidade de passar pela edição –



filtro de controle – e ter o conteúdo publicado no momento da postagem. Já os usuários que não possuem conta postam suas notícias e aguardam pela aprovação do jornal.

Esse domínio, assim como diversos outros, está desvinculado das grandes corporações midiáticas. Nesses casos, há os modelos abertos (sem a presença de jornalistas profissionais) e os híbridos (usuários e jornalistas profissionais). (MALINI, 2008, p 12). Podem ser citados, além do BrasilWiki!, o Overmundo (Brasil), Wikinews (EUA), BottonUp (Espanha), OhMyNews (Coreia do Sul), portais que dão espaço a fatos que não apareceriam em destaque nos grandes *media*. Diz Malini:

(...) 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 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 comunidade de repórteres-cidadãos que reporta possíveis abusos aos redatores. Em ambos os sistemas de edição, há um predomínio de licenças-públicas creative commons, que funcionam como não-proprietário da produção noticiosa. (MALINI, 2008, p 12)

Outras empresas de comunicação também criaram espaço para os leitores divulgarem conteúdos, como por exemplo, o “Vc Repórter” (<http://www.terra.com.br/vcreporter>), do Terra, “Vc” no G1 (<http://www.globo.com/vc-no-g1>), do grupo Globo, “Minha Notícia” (<http://www.minhanoticia.ig.com.br>), do IG e o “Mais Cangaçu” (<http://www.maiscangaçu.com.br>), do grupo RBS.

Os grandes portais abrem espaços dentro do sítio para a colaboração do leitor. Dessa forma, de um lado, tem-se o jornalismo produzido e apurado pela empresa; do outro, pequenas produções isoladas, dependentes da aprovação do grupo editorial do sítio, feitas pelos leitores. Dessa forma, os espectadores/ouvintes/leitores que enviam suas produções jornalísticas para o veículo ganham espaço, que não deixa de ser controlado.

Sítios como o do grupo RBS, IG e JB se diferenciam por serem de domínios diferentes dos seus respectivos portais. Nesses canais, todos são repórteres e todos colaboram para a criação do conteúdo.



No Brasil, o jornalismo participativo ou colaborativo ainda está se desenvolvendo. Em portais como Terra e G1, a participação do leitor remete ao jornalismo colaborativo exercido no rádio, na televisão e no impresso. Isso se deve principalmente ao fato de que a mídia possui seu conteúdo próprio e, periodicamente, dependendo da linha editorial e do conteúdo proposto, há a participação do espectador/leitor/ouvinte.

MALINI (2008, p 11) aponta que, em estudo realizado em 2008, analisando os portais de jornalismo colaborativo do El País (Yo, Periodista), da Globo Online (Eu, Repórter) e da CNN (I Report), foi constatado que os repórteres-cidadãos são incentivados a publicar conteúdos nos sites, mas não tem garantia de propriedade sobre eles. O que for postado pode tornar-se matéria de capa, mas seu (s) autor (s) não recebe remuneração. No termo de uso aceito pelo usuário, ele cede seus direitos autorais. Ou seja, se o verdadeiro produtor do conteúdo publicá-lo em outro site ou blog, pode ser processado.

Um dos aspectos a ser observado no ainda recente jornalismo participativo no Brasil é a grande diferença entre o que é feito pela redação e o que é produzido pelo público. Não há correspondência entre os conteúdos, e isso mostra certa segregação, ou até mesmo desprezo pelas colaborações. Ao serem definidas como “não profissionais”, perdem todo o apelo editorial. (BRAMBILLA; ROCHA, 2009, p 4). Gillmor, por sua vez, acha que o jornalismo participativo ajudará a sociedade a ouvir, pois dará voz a pessoas que se sentiam sem poder de fala, a prática jornalística se democratizará cada vez mais e tornar-se-á uma conversação. (GILLMOR, 2005)

De acordo com citação de Lemos, em artigo de Fonseca e Lindemann, a noção de interatividade está diretamente relacionada com as novas tecnologias:

(...) o que compreendemos hoje por interatividade nada mais é que uma nova forma de interação técnica, de cunho eletrônico-digital, diferente da interação analógica que caracterizou os media tradicionais. (LEMOS *apud* FONSECA; LINDEMANN, 2007, p. 88)

A *web*, simplesmente por existir, já fazia com que os teóricos repensassem alguns aspectos do Jornalismo. O aparecimento de fenômenos interacionais e colaborativos causou ainda mais inquietude, pois não eram mais os profissionais modificando sua área de atuação, mas sim a própria sociedade querendo fazer parte do Jornalismo e forçando sua recriação.



O jornalismo-cidadão, que seria uma “ação por meio da informação”, cresce graças mais a um desejo de participar da produção da informação do que a maior oferta de meios de interação online. Na verdade, a demanda aumenta por causa da crescente participação social na mídia. (VARELA, 2008)

Os jornais interpretam, segundo Malini, essa situação de maneira ambivalente. Ao mesmo tempo em que nela enxergam uma oportunidade, vislumbram também uma crise. Na primeira hipótese, o veículo seria um espaço mais elástico de visibilidade e diálogo público, pois compilaria as mais diversas matérias feitas pelos cidadãos e editadas pelos jornalistas. Na segunda hipótese, o jornal perderia sua força como “formador de opinião”, graças à grande quantidade de versões para os fatos que estariam disponíveis, sobretudo na internet. (MALINI, 2008, p 10)

## 5 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

O jornalismo colaborativo praticado na rede hipermídática da *web* não está desvinculado daquele jornalismo praticado nos meios da cultura de massa tradicional, baseada no sistema *broadcast*. Já os formatos mais livres e dinâmicos de informação presentes na Internet parecem afirmar as características abertas e relacionais da semiose na produção jornalística contemporânea. Um novo Jornalismo, mas com a presença de características do tradicional jornalismo de massa, com a diferença da existência da diversidade de formatos e de propostas editoriais. Nota-se, portanto, uma relativa descentralização dos processos de mediação social e variação nos formatos. No entanto, todo o potencial comunicativo presente na *web* é mais bem aproveitado quando se compreende a linguagem característica da comunicação hipremidiática da Internet.

Neste trabalho, abordamos especialmente o hibridismo e a interatividade multidirecional, como formas de construir um pensamento jornalístico colaborativo, entendendo-se a mediação como processo de semiose, em que interferem tanto os jornalistas como os não-jornalistas. Talvez o papel mais importante do jornalismo colaborativo não seja o de “formar a opinião”, mas o de dar condições para que as pessoas comuns a formem por si mesmas, saibam se defender de quem a quer formar por elas e tenham acesso aos veículos para que possam dizer às outras o que realmente pensam. Um jornalismo plural, em que o jornalista é precisamente um *mediador* no



diálogo entre as partes, sem deixar de expor seu próprio ponto de vista e com o papel crucial de especialista na linguagem hipermidiática do jornalismo colaborativo.

Do nosso ponto de vista, pensamos que, ao associarmos o processo de semiose ao jornalismo híbrido e colaborativo da *web*, podemos contribuir para a discussão sobre esse campo. A semiose nos parece uma ferramenta teórica capaz de mostrar a hipermídia como detentora de atributos que contribuem com um princípio jornalístico básico: o de que um fato possui várias facetas. A semiose permite falar da mediação como um processo cognitivo, em que um mesmo objeto (fato) possui diferentes aspectos e, portanto, é capaz de determinar imediatamente, diferentes signos (mensagens) e, por meio destes, vários interpretantes (pensamentos, opiniões). Numa cadeia semiótica teoricamente infinita, esses diversos interpretantes, assumem o lugar lógico de objeto (dado que signo, objeto e interpretante possuem natureza sígnica) e determinam diferentes signos, os quais são postados diretamente nos sítios ou são submetidos aos profissionais da imprensa, gerando outros interpretantes e, assim, sucessivamente.

Devemos lembrar que esses signos postados na hipermídia são arquivos digitais que podem ser sonoros, visuais e/ou verbais. Assim, os não-jornalistas podem enviar arquivos de som, fotos, textos, vídeos e até mesmo *links*, capazes de mostrar facetas inusitadas dos fatos, mesmo porque, esses não-jornalistas podem estar onde e quando nenhum jornalista poderia estar. Por isso o jornalismo contemporâneo precisa pensar a colaboração não apenas no que se refere ao seu conteúdo, como algo separado da forma midiática. Afinal, como já diria McLuhan, “o meio é a mensagem”, o caráter híbrido e interativo da hipermídia não é uma mera característica técnica inexpressiva, é elemento de linguagem que produz significado, conteúdo. Sem o meio, não há mensagem.

Portanto, no caso específico da colaboração no jornalismo, matérias enviadas pelo público podem ser uma maneira de mostrar olhares diferentes acerca das coisas. A intenção é essa, mostrar a realidade de acordo com quem a vive (o que não significa que repórteres sejam ineficientes nesse objetivo). Conhecendo-se o jornalismo brasileiro, uma das preocupações deve ser como fazer com que isso de fato aconteça, que as colaborações não sejam apenas um “mais do mesmo”, um reforço ao tipo de Jornalismo, muitas vezes tendencioso e supérfluo, feito pelos grandes veículos de comunicação de massa.



## REFERÊNCIAS

- ALZAMORA, Geane. Para além do jornalismo de massa: a diversidade da informação cultural na internet. In: PINTO, Júlio; SERELLE, Márcio. *Interações Midiáticas*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, pp. 153 – 168.
- BARBOSA, S. (2004). A informação de proximidade no jornalismo online, Bahia: Universidade Federal da Bahia.
- BRAMBILLA, Ana Maria; ROCHA, Jorge. Comunicação relacional e as mediações possíveis no Jornalismo Colaborativo. Disponível em: [http://sbpjour.kamotini.kingghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/jorge\\_rocha%3B\\_ana\\_maria\\_brambilla.pdf](http://sbpjour.kamotini.kingghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/jorge_rocha%3B_ana_maria_brambilla.pdf). Acessado em 10/05/2012.
- CARNIELLO, Mônica Franchi. Interatividade na publicidade digital. Revista ciências humanas, Taubaté, v. 9, n. 2, p. 125-128, 2003.
- FONSECA, Virgínia & LINDEMANN, Cristiane. Webjornalismo participativo: repensando algumas questões técnicas e teóricas. In Revista FAMECOS, número 34, dezembro de 2007.
- FOSCHINI, Ana Carmen & TADDEI, Roberto Romano. Jornalismo Cidadão – Você faz a notícia. Coleção Conquiste a Rede. Overmundo. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/banco/conquiste-a-rede-jornalismo-cidadao-voce-faz-a-noticia>. Acesso em: 26/03/2012
- GILLMOR, Dan. Nós, os media. Lisboa: Editorial Presença, 2005.
- INTERNETWORLD STATS. – Site de pesquisas e estatísticas da web. ([www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)). Acessado em 26/03/2012
- LANDOW, George P. **Hypertext**: the convergence of contemporary critical theory & technology. <http://www.cyberartsweb.org/cpace/ht/jhup/contents.html> (acessado em: 30/04/2012)
- MACHADO, Arlindo. Hipermídia: o labirinto como metáfora. In: In: DOMINGUES, Diana (org.) A arte no século XXI. São Paulo: Ed. Unesp, 1997. p. 144-154.
- MENEZES, Philadelfo. **Teorias da comunicação na globalização da cultura**. In DOWBOR, Ladislau at all (org). Desafios da comunicação. Petrópolis, Vozes, 2001.
- MALINI, Fábio. **Modelos de Colaboração nos meios sociais da internet**: uma análise a partir dos portais de jornalismo participativo - Publicado no livro Web 2.0 (Antoun, Henrique – org, 2008)
- MORETZSOHN, Sylvia. **O mito libertário do “jornalismo cidadão”**. In Comunicação e Sociedade, volume 9-10, p 63-81, 2006.
- \_\_\_\_\_, Sylvia. **Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano**: do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
- PEW INTERNET – site de jornalismo colaborativo (<http://www.pewinternet.org/>) Acessado em 27/03/2012
- PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: 2ª Edição, Sulina, 2008. (Coleção: Cibercultura)



PRIMO, Alex & TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. 2006.

QUERE, Louis. D'un Modele Epsitemologique de la Communication a um Modele Praxeologique. Trad: Vera Lúcia Westin e Lúcia Lamounier. Paris, Réseaux, 1991, n. 46-47 CNTE.

SANTAELLA, Lucia. *A teoria geral dos signos: semiose e autogeração*. São Paulo: Ática, 1995.

\_\_\_\_\_. *Matrizes da Linguagem e Pensamento: sonora visual verbal*. São Paulo: Iluminuras, 2001.

\_\_\_\_\_ e NÖTH, Winfried. *Semiótica e comunicação*. São Paul, Hacker Editores, 2004.

VARELA, Juan. *Blogs: Revolucionando os Meios de Comunicação*. Thompson, 2006.