

Tecnologias móveis na produção jornalística: do circuito alternativo ao *mainstream*

Fernando Firmino da Silva

Resumo Este artigo pretende discutir a produção jornalística a partir do uso de tecnologias móveis digitais como celulares, câmeras digitais, notebooks, e outras ferramentas disponíveis em equipamentos portáteis. Discorrendo como esses dispositivos móveis, em complementariedade com as conexões sem fio, potencializam a produção jornalística na contemporaneidade, objetiva-se compreender os impactos que isto representa para o jornalismo e as funções jornalísticas diante de uma reconfiguração do meio com o surgimento do jornalismo participativo e a relação com o espaço urbano. A convergência multimidiática pode representar afetações na organização das empresas de comunicação, nas funções jornalísticas, nos conteúdos gerados e nos suportes de produção e disponibilização de notícias.

Palavras-Chaves: tecnologias móveis, jornalismo colaborativo, mobilidade, produção jornalística

1. Introdução

As tecnologias móveis digitais estão, cada vez mais, presentes na cultura e sociedade contemporâneas ocupando e se apropriando do espaço urbano. Com a expansão dos dispositivos portáteis, verifica-se o surgimento de novas práticas na cena urbana e no interior do ciberespaço como os flash mobs e smart mobs, jogos por celular, mídia locativa, fotos para moblogs, mensagens multimídia (MMS), música nos iPods e outras situações inimagináveis antes da década de 1990. Dentre tantas possibilidades abertas por esses equipamentos que se potencializam mais e mais com a agregação de novas funções resultando numa convergência multimídia, uma prática em particular chama a atenção pelo seu vertiginoso crescimento: a produção de conteúdo digital jornalístico a partir desses dispositivos. E ao contrário de tempos anteriores essa produção não surge

necessariamente a partir das estruturas das grandes empresas de comunicação de massa - que sempre introduziram as novas tecnologias do campo da comunicação para garantir a modernização dos processos de coleta, edição e publicação e o controle da informação via gatekeeping (filtragem).

Agora esse fenômeno emerge de uma estrutura amadora que se sofisticada e se aproxima das mesmas condições dos profissionais, pelo menos em termos de domínio das ferramentas utilizadas, que se constituem em artefatos digitais com a mesma capacidade de produção, edição e publicação de material com teor jornalístico dentro do modelo de gatewatching, como uma oposição ao modelo gatekeeping. Nos últimos anos muitos exemplos desse potencial das tecnologias móveis no campo do jornalismo vieram à público através de fotos e vídeos de impacto produzidos por câmeras digitais e, principalmente, por celulares com capacidade de filmar e registrar fotos como os atentados em Madri (11 de março de 2004) e Londres (7 de julho de 2005) e o enforcamento de Saddam Hussein (em 2006). Diversos flagrantes e situações inusitadas do dia-a-dia da cena urbana produzidos por amadores têm sido publicados em milhares de sites jornalísticos online da mídia independente ou do circuito alternativo (Palácio; Munhoz, 2007) como Slashdot, Ohmynews, Indymedia, Overmundo; e da mídia convencional como o Portal Estadão (com o FotoRepórter), O Globo Online (com Eu-Reporter), CCN (com I-Report), El País (com Yo Periodista).

A vertente mais visível desse processo, portanto, é o chamado jornalismo participativo, jornalismo cidadão (Gillmor, 2004), open source (Brambilla, 2005, 2006) ou webjornalismo participativo (Primo; Träsel, 2006), que nasce de uma forma independente dos meios de comunicação de massa, mas que depois passa a ser também incorporado pelo mainstream.

Verifica-se um movimento de dentro e outro de fora dos veículos de comunicação de massa em torno da produção jornalística utilizando-se tecnologias móveis digitais a partir do conceito denominado de “Mojo”, diminutivo para “mobile journalist” ou jornalista móvel (AHRENS, 2006). Apesar do jornalista móvel utilizar diversas tecnologias digitais de forma convergente, o conceito se diferencia sutilmente de jornalista multimídia por ser potencializado pelas condições de mobilidade proporcionadas

pelo conjunto de dispositivos móveis e conexões sem fio disponíveis para o desenvolvimento do trabalho jornalístico pelo espaço urbano.

Este artigo pretende discutir duas perspectivas – que se opõem e se complementam - do jornalismo contemporâneo: a produção jornalística a partir de tecnologias móveis feita por amadores e cidadãos-repórteres do circuito alternativo; e a produção jornalística a partir de tecnologias móveis feita por profissionais das empresas de comunicação convencionais que também adentram no universo do jornalismo participativo com projetos voltados para os cidadãos-repórteres. Para exemplificação e melhor compreensão do fenômeno do jornalismo participativo nas empresas e como funciona sua lógica abordaremos a questão a partir do projeto “FotoRepórter” do Grupo Estado, pioneiro no Brasil nesse tipo de iniciativa.

2. Jornalismo participativo e jornalismo móvel

O jornalismo participativo se caracteriza por uma produção oriunda dos próprios componentes da audiência (usuários) que passam também a ser produtores da notícia: internautas, leitores, cidadãos comuns, denominados por Bruns (2005) como *producers* = produtores e usuários. Esse fato tem uma relação direta com o surgimento das tecnologias móveis e das ferramentas colaborativas (como wikipedia), que se espalham pela rede a partir da web 2.0 (O’Reilly, 2005; Anderson, 2006). Isto tem permitido intervenção direta do usuário-produtor amador na edição e publicação a partir de um sistema Pro-Am (profissional-amador) como apresenta Anderson (2006), em que o amador participa do processo de produção nas mesmas condições de um profissional ocasionando pela primeira vez uma paridade. Essa produção amadora pode ser gerada e publicada sem a intermediação dos meios de comunicação de massa visto que as ferramentas de produção e os suportes de publicação estão disponíveis no mesmo nível visto que as tecnologias utilizadas são ao mesmo tempo produtoras e disponibilizadoras da notícia. Diferentemente da mídia tradicional que impõe um controle baseado no espaço disponível e nos critérios de noticiabilidade, a Internet não apresenta limites de espaço para

armazenamento, de tempo (a lógica é tempo-real) e, inclusive, de filtragem da informação diluindo essas fronteiras.

Têm-se duas principais condições de produção jornalística a partir de dispositivos móveis: uma construída pela própria mídia convencional que adota essas tecnologias para oferecer mais mobilidade e agilidade a sua equipe de profissionais nos processos de coleta, edição e publicação das matérias; e outra capitaneada por amadores, cidadãos-repórteres, que se utilizam também dessas tecnologias para a produção e disponibilização de conteúdo com teor jornalístico para mídias do circuito alternativo como Ohmynews e Slashdot e Overmundo. Entretanto, essa última condição também é incorporada pela mídia tradicional que, reconhecendo o potencial ou a ameaça dessa produção independente, cria projetos de jornalismo participativo como o FotoRepórter ou Eu-Repórter para absorver esse conteúdo digital que está (va) disperso por ambientes abertos de blogs, moblogs, fotologs e sites sem a intervenção da mídia e que alcança níveis consideráveis de audiência nos nichos de atuação.

Todavia as tecnologias móveis e a conexão podem estar redefinindo a prática jornalística no processo de produção da notícia. Percebe-se que as empresas de comunicação caminham para a integração das mídias e para a mobilidade. Os repórteres estão sendo equipados com tecnologias portáteis para a produção de conteúdo digital a distância e em tempo real através de dispositivos como celulares, palmtops, câmeras digitais e o uso de conexões sem fio. Num exemplo de como se processa essa nova modalidade de prática jornalística, a figura 1 mostra o jornalista móvel Chuck Myron, do Jornal americano The News-Press, realizando seu trabalho de apuração, entrevistas, edição e envio de material totalmente a partir de dispositivos móveis com o uso do espaço urbano como ambiente natural para o deslocamento (Ahrens, 2006). Nessa situação específica a redação física não faz parte da estrutura do seu trabalho que é realizado 100% em condições de mobilidade. As ferramentas utilizadas por um repórter móvel são de alta tecnologia como gravadores de áudio digital, notebooks, câmeras de vídeo digital, smartphones, cartões de memória e conexões wi-fi e bluetooth banda larga para baixar ou transferir arquivos como fotos, textos, vídeos ou navegar na internet por bancos de dados (Barbosa, 2007) visando utilizar o meio como fonte para a produção (Machado, 2003).

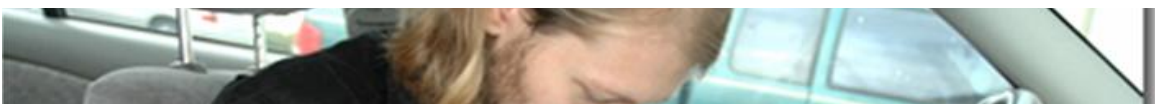




Figura 1 – Jornalista móvel do jornal americano News-Press em atividade (reprodução)

O conjunto de tecnologias móveis apropria-se do ciberespaço através de conexões sem fio via bluetooth, wi-fi, wi-max para gerir e gerar conteúdo digital de forma remota. O ciberespaço mais as tecnologias móveis se constituem hoje na própria redação. Com essa estrutura disponível, o jornalista alcança a mobilidade para narrar as notícias in loco e em tempo real, sem a necessidade do deslocamento até a redação para edição do material (SIQUEIRA, 2004; SOUSA e SILVA, 2006; ALDÉ ET AL, 2005). Esse novo ambiente que surge, com a emergência da cibercultura e do ciberespaço, denominamos aqui de **ambiente móvel de produção**, que se caracteriza pela interface entre o espaço urbano e o espaço virtual e que se aproxima do que Sousa e Silva (2006) vai chamar de espaço híbrido (físico e virtual), Santaella (2007) de espaços intersticiais e Lemos (2007) de territórios informacionais. O acesso e produção de textos, fotos, vídeos, áudio e uma série de outras atividades é possível ser realizada com esses dispositivos portáteis móveis no deslocamento pelo espaço urbano.

Entende-se que essa nova estrutura, constituída por um ambiente móvel de produção, pode modificar as rotinas produtivas tradicionais repercutindo na profissão e nas práticas jornalísticas e também no rearranjo organizacional das empresas de comunicação que necessitam repensar o fluxo de trabalho e/ou informacional exigindo a instauração de novos processos para operacionalizá-lo. Para Snowden e Green (2007, n/p) as tecnologias móveis afetam processos e práticas da produção da notícia, uma vez que com a emergência das

[...] mobile communications technology, the processes and practices of media production have steadily changed and influenced the adoption of communications technologies. Most critically, the introduction of these technologies has not only affected the process of news production, but also the practices of news gathering and the perception of news by both its producers and consumers.

As rotinas produtivas se modificam diante de novas práticas envolvidas no processo jornalístico e necessitam ser estudadas para compreender o reflexo da mobilidade plena das atividades que dispositivos móveis e conexões sem fio oferecem. O próprio *dead line*, como uma referência para o horário de fechamento de uma matéria, se reconfigura porque o repórter estará permanentemente online (em tempo real) podendo postar notícias instantaneamente. As funções do repórter em situação móvel podem também agregar conseqüências porque as tecnologias móveis concentram num único equipamento ou em poucos dispositivos a possibilidade de realizar diversas tarefas (fotografar, gravar, editar textos, acessar internet para se pautar ou buscar informações para a matéria). Tudo isso pode ser realizado por um único profissional modificando as rotinas produtivas tradicionais (tabela 1) para rotinas que diferencem do habitual e da divisão do trabalho que prevalece na mídia de massa. A idéia de integração de redações de grupos como The Daily Telegraph e The New York Times aponta para a unificação de redações online e impressas num mesmo local e um perfil de jornalista multimídia ou móvel que pode repercutir na própria formação nos cursos de jornalismo (MAGNONI; AMÉRICO, 2007).

ROTINAS PRODUTIVAS JORNALÍSTICAS

	Caracterização	Definição de funções
TRADICIONAL	A produção jornalística baseia-se primariamente num ambiente estático com dependência da redação física para o desenvolvimento das atividades. Os equipamentos e material de apoio compreendem computadores de mesa, scanners de mesa, releases via fax, telefones fixos, dicionários e manuais de redação impressos	A produção é feita a partir de editorias (política, cultura) em que cada profissional exerce uma função jornalística específica como fotógrafo para fotos, repórter para as matérias, editor para a edição, diagramador para diagramação
CONTEMPORÂNEA	A produção jornalística pode se basear num ambiente móvel caracterizado pelo uso intensivo de dispositivos móveis e conexões sem fio para acesso permanente ao ciberespaço e, conseqüentemente, a bancos de dados. As tecnologias utilizadas são Palm, smartphones, celulares, notebooks, cartões de memória, gravadores e câmeras digitais, GPS e outras. Outra característica é a mobilidade pelo espaço urbano e intensificação da relação híbrida do espaço físico com o virtual	A produção se concentra, basicamente, num único profissional que converge para si uma série de funções como repórter, pauteiro, editor, fotógrafo

Tabela 1 – rotinas produtivas jornalísticas tradicionais diante do ambiente móvel de produção (Fonte: elaboração própria)

As mudanças se processam com a introdução das tecnologias móveis e há a necessidade de aprofundar a compreensão a respeito dessas mudanças e de que modo elas interferem na rotina produtiva dos jornalistas e, conseqüentemente, na produção jornalística. Forsberg (2001), em seu estudo *Mobile Newsmaking*, tenta entender como se estrutura o trabalho dos repórteres e sua relação com a informação em situação móvel. Tem-se nessa situação diferenças de produção que foge da condição territorializada da redação. O ciberespaço e os dispositivos móveis potencializam a mobilidade e desterritorialização da informação e da própria equipe jornalística.

Para os jornalistas, a comunicação móvel com emissão e recepção simultânea, sem fio e em aparelhos portáteis significa uma reviravolta profissional. A

popularização dessas novas ferramentas profissionais está provocando uma remodelação do jornalismo e dos diferentes meios portadores de notícias e informações em geral. O processo de comunicação dos novos meios digitais *on-line* agrega para os profissionais da informação e para todos os usuários, a mobilidade, a difusão e a recepção multilateral de qualquer tipo de mensagem particular, noticiosa ou comercial. [...] A maioria dos aparelhos informáticos móveis permite a conexão a *web* e a interação num fluxo *on-line* um-todos, todos-um, todos-todos (MAGNONI; AMÉRICO, 2007,p.11-12)

O espaço urbano atual convive com a arquitetura tradicional interfaceada por conexões sem fio embutidos num conjunto de aparelhos com capacidade para filmar, gravar áudio e vídeo, editar textos e planilhas e realizar uma série de atividades computacionais em condições de mobilidade pela cidade e pelo ciberespaço (Lemos, 2004; Sousa e Silva, 2006; Beiguelman, 2006). Estas condições favorecem a mudança de perspectiva no âmbito da produção jornalística porque as ferramentas são diminutas, mas com processamento potente para o desenvolvimento de atividades que antes requeriam uma intermediação direta dos veículos de comunicação de massa por deterem os equipamentos e o poder da filtragem do que deveria ser noticiado. Por trás desse contexto está o acelerado desenvolvimento da microeletrônica, a partir da década de 1970, que vai desencadear nas tecnologias móveis digitais de comunicação na década de 1990 como coloca Castells (1999), Castells e Bilbao (2006). Lemos (2004) situa esse desenvolvimento em três fases: primeira, na década de 1970, com o computador pessoal (PC); a segunda com na década de 1980-1990 com o “computador coletivo” (CC); e no século XXI, “Computadores coletivos móveis” (CCm), proporcionado pelas tecnologias móveis como laptop, palms, celulares voltados para a mobilidade e a conexão dentro de um cenário de computação ubíqua. “Trata-se da ampliação de formas de conexão entre homens e homens, máquinas e homens, e máquinas e máquinas motivadas pelo nomadismo tecnológico da cultura contemporânea e pelo desenvolvimento da computação ubíqua[...]” (Lemos, 2004, n.p). O termo “computação ubíqua” ou “UbiComp” surgiu em 1991 com Mark Weiser. Para ele esta onipresença significa que é “o computador que desaparece nos objetos”. Este aspecto relaciona-se ao conjunto de ferramentas que invadem o dia-a-dia das pessoas de forma quase imperceptível, de tão natural que se tornam.

3. Jornalismo participativo no mainstream

Diante dessas possibilidades, empresas de comunicação desenvolveram estratégias para aproveitar esse material digital (textos, fotos e vídeos) gerado por leitores em circunstâncias inusitadas e especiais em que, provavelmente, um repórter ou um fotógrafo não estará cobrindo no ato do acontecimento como acidentes, flagras, desastres. A incorporação de cidadãos-repórteres como fornecedores de conteúdo de caráter jornalístico para as empresas de comunicação é resultado das constatações de que

Os efeitos da participação do cidadão na produção de imagens com valor jornalístico são detectáveis tanto no que se refere à criação e consolidação de circuitos alternativos de circulação de informação, quanto no que diz respeito às transformações da mídia tradicional em sua convivência forçada com os novos circuitos (PALÁCIOS; MUNHOZ, 2007, p.57).

A perspectiva “gravado por um cinegrafista amador” ou “imagem de um fotógrafo amador” muda porque antes as imagens/vídeos predominantes eram registradas por profissionais com “selo” de credibilidade e somente em caso de extraordinária relevância eram utilizadas as imagens amadoras. Com a onipresença das câmeras e vídeos digitais portadas por pessoas comuns registrando imagens de teor jornalístico, as empresas se vêem forçadas a ceder e utilizar com mais frequência essas imagens produzidas pelos usuários-produtores.

Tradicionalmente os meios de comunicação nunca ofereceram espaço digno ao leitor, ouvinte ou telespectador. Nos jornais os espaços são limitados em cartas dos leitores que muitas vezes é ocupado para respostas de autoridades a matérias publicadas (como direito de resposta) e não, necessariamente, por leitores comuns visto que “[...] o sistema produtivo de características industriais, que se aperfeiçoa em torno desses canais, delimita papéis bem definidos, tanto na divisão do trabalho quanto na separação entre quem lê (escuta ou assiste) e quem escreve ou fala” (Primo; Träsel, 2006, p.3-4), compartilhado também por Palácios e Munhoz (2007, p.59) que afirmam que “as posições e papéis estavam bastante bem definidos a priori: ao jornalista cabia informar; ao leitor, quando muito, comentar [...]”. Esse processo faz parte da lógica do gatekeeping ou

filtragem da informação na teoria da comunicação (Mcquail, 2003) que visa ao controle do conteúdo a ser coletado e publicado baseado no critério de noticiabilidade que estabelece o que deve ou não ser noticiado (Hohlfeldt, 2001; Wolf, 1995).

O movimento do jornalismo participativo, que se difere da lógica dos meios de comunicação de massa, é denominado por Bruns (2005) como *gatewatching* por se opor ao modelo do *gatekeeping* porque ele identifica que a produção jornalística dos circuitos alternativos é constituída de uma elaboração colaborativa com a participação de cidadãos comuns tanto na entrada (a coleta) quanto na saída (publicação) da informação quebrando a justificativa de espaço ou de filtragem visto que a web oferece um outro nível de inserção. Estas novas condições afetam o jornalismo dos veículos de massa diante de novos canais de notícias criados na rede em blogs e sites colaborativos exigindo a uma redefinição dos meios convencionais que se deparam com um novo fenômeno. “[...]The balance between traditional news publishers (newspapers, and radio and TV stations) and new players has shifted significantly. In the process, the role of journalists and the definition of what constitutes journalism must also be reevaluated” (Bruns, 2005, p.2).

As empresas de comunicação de massa de fato perceberam que com a disseminação de tecnologias móveis, das novas condições de conectividade baseado na rede telemática e do surgimento de espaços de notícias cada vez mais amplos para publicação de fotos, textos e vídeos de cidadãos em blogs, podcasts e sites colaborativos, começava a haver uma perda do controle da informação, do *gatekeeping*. O surgimento de blogs e de projetos de jornalismo participativo na “grande imprensa” pode ser visto em duas perspectivas. Primeiro: de um lado, o fato desses mecanismos agregarem novos valores para as empresas de comunicação as reposicionando diante de novas possibilidades de produção junto ao leitor inclusive como estratégia de marketing; segundo, por outro lado, percebe-se uma tentativa não explícita de reconquistar o controle da informação nos mesmos moldes da comunicação de massa através de jornalismo participativo “conjugando uma visão pioneira e de aproximação com o leitor, a uma intenção, talvez mais sutil [grifo nosso], de manter um controle sobre o fluxo de informações” (Palácios; Munhoz, 2007).

Essa intenção de continuar controlando a informação na mídia de massa e na web pode ser verificada nos contratos (ou cadastros) que são estabelecidos entre as empresas

de comunicação de massa com presença na internet e os colaboradores do jornalismo participativo, diferindo do livre uso (ou copyleft) de conteúdo adotado como procedimento na mídia do circuito alternativo, que libera o colaborador para publicar seu material jornalístico em outros meios através de licenças como creative commons. Numa análise aleatória dos contratos entre as empresas de comunicação e os repórteres-cidadãos percebe-se claramente a idéia de manter o controle da informação quando exige-se como condição para aderir aos projetos a cessão à empresa dos direitos sobre o conteúdo produzido. Essa é a lógica predominante das empresas ao criarem os projetos de jornalismo participativo. Este aspecto tem reflexos em dois pontos: a empresa elimina o concorrente (outro veículo de comunicação) pela disputa por aquele material que passa a ser de sua exclusividade; impede o colaborador de divulgar em outros meios e, portanto, passa a ter um certo grau de controle sobre a informação, além da possibilidade de dividendos financeiros com a comercialização via agência de notícia da imagem, texto ou vídeo produzido pelo repórter-cidadão. No projeto “FotoRepórter”, do Grupo Estado está explícito essa condição:

[...] Pela presente cessão, transfere-se ao Grupo Estado os direitos sobre as Fotos para sua utilização e reprodução, total ou parcial, por qualquer meio que permita sua reprodução, difusão e disponibilização ou por qualquer suporte material que permita a sua multiplicação em exemplares, bem como para sua eventual cessão e comercialização a terceiros, tornando-se de propriedade do Grupo Estado, em território nacional ou estrangeiro, sem restrição quanto ao número de reproduções, meios de fixação, prazo e território e formas de utilização.

O Fotorepórter cede e transfere ao Grupo Estado, em caráter definitivo, irrevogável, irretroatável e sem qualquer ônus, exceto a remuneração prevista no item 5, se o caso, todo e qualquer direito patrimonial de autor relativo às Fotos de cuja criação venha a participar ou que venha a fornecer como Fotorepórter, bem como, declara-se ciente de que as Fotos poderão ser utilizadas em associação com outros textos, títulos, documentos, gráficos e demais materiais de propriedade do Grupo Estado.

O Fotorepórter concorda e aceita que, em decorrência da cessão de direitos patrimoniais de autor sobre as Fotos, não poderá utilizá-las em qualquer outra finalidade não prevista no presente instrumento, inclusive publicá-las, fornecê-las e comercializá-las a terceiros, sem o prévio e expresso consentimento do Grupo Estado por um período de exclusividade de 90 (noventa) dias, contados da data de aceite destes termos, ficando as Fotos totalmente liberadas após esse prazo, respeitados os direitos patrimoniais cedidos ao Grupo Estado [...].

No projeto do jornal espanhol, *El País*, “Yo Periodista”, segue-se a mesma lógica quando do cadastro do repórter-cidadão ao aderir à participação para envio de material com caráter jornalístico:

[...] El usuario acepta ceder a título gratuito a PRISACOM, S.A. y a DIARIO EL PAÍS, S.L. los derechos de reproducción, distribución, transformación y comunicación pública, en todas las posibles modalidades, de la obra que envía, para todo el mundo y por la duración máxima actualmente prevista en la ley para la protección de los derechos cedidos y con facultad de cesión a terceros.

Esta cesión de derechos sobre la obra incluye a título enunciativo pero no exhaustivo, la autorización para su puesta a disposición del público por medios alámbricos o inalámbricos, para su publicación en medios impresos, ya sean periódicos o revistas, para su inclusión en obras audiovisuales y para su integración en bases de datos o en soportes de empresas del Grupo PRISA o participadas, entre otros [...].

No projeto “Eu-Repórter” do Globo Online também se verifica a mesma condição imposta ao participante:

[...]O colaborador cede e transfere à INFOGLOBO, em caráter exclusivo, definitivo, irrevogável, irretroatável e sem qualquer ônus, todo e qualquer direito patrimonial de autor relativo ao material encaminhado ao Projeto "Eu-Repórter", para utilização em território nacional e no exterior, concordando com que a obra cuja titularidade declara deter seja utilizada em associação com outros textos, títulos, documentos, gráficos e demais materiais de propriedade da INFOGLOBO, sendo possível a alteração do formato de textos, por exemplo, desde que inalterado o conteúdo principal. O colaborador concorda e aceita que, em decorrência da cessão de direitos patrimoniais em questão, a INFOGLOBO transmita a terceiros, do seu grupo econômico ou não, os direitos ora cedidos, por cessão ou concessão, total ou parcialmente, de forma gratuita ou onerosa, mas sempre para as finalidades constantes da cláusula 3 supra.

A exclusividade de que se investe a INFOGLOBO será oponível mesmo contra o próprio colaborador, que não poderá reproduzir a obra cedida ao Projeto "Eu-Repórter" por qualquer forma ou a qualquer título, notadamente publicá-las, fornecê-las e comercializá-las a terceiros, a não ser para fins particulares e de caráter não econômico [...].

Essa relação com os repórteres-cidadãos estabelecida pelas empresas de comunicação de massa segue a mesma lógica do gatekeeping de controle da informação a ser veiculada e se repete em praticamente todas as empresas oriundas da mídia tradicional que criam projetos de jornalismo participativo. Quando confrontado com os critérios da

mídia do circuito alternativo quanto aos contratos de adesão aos projetos, observa-se diferenças em relação ao direito do material produzido que continuará pertencendo ao repórter-cidadão como constatado no Overmundo:

[...] A política geral de publicações do Overmundo é de que, você, como autor ou titular de direitos daquilo que envia para o site, continua sendo o detentor dos direitos sobre as obras que enviar, apenas autorizando a sociedade e o Overmundo, em caráter NÃO-EXCLUSIVO (isto é, isto não impede que você ceda e transfira os direitos sobre seus materiais para outros veículos e pessoas, ou mesmo que republique-os em outros veículos e mídias sempre que quiser) com relação ao exercício de alguns direitos. Diferente de outros websites, o Overmundo não exige que você ceda e transfira todos os seus direitos para o próprio Overmundo. No entanto, para garantir a liberdade de acesso ao seu conteúdo e dentro do espírito colaborativo do próprio projeto, todo o conteúdo do website é licenciado através de uma licença Creative Commons [...].

3.1 FotoRepórter do Portal Estadão

Essas questões precisam ser aprofundadas, mas se percebe o crescimento da participação do público nos projetos de jornalismo participativo também na mídia convencional. Um exemplo é o “FotoRepórter”, do Grupo Estado, que aparece nesse contexto como pioneiro no Brasil entre a “grande mídia” na iniciativa de criação de um projeto baseado no jornalismo participativo. O FotoRepórter surgiu em outubro de 2005 após a constatação do impacto das fotos amadoras do atentado em Londres que circularam nos principais jornais do mundo. “A idéia do ‘FotoRepórter’ nasceu após os atentados de 7 de julho [de 2005] em Londres, quando imagens registradas por cidadãos



comuns em seus telefones móveis inundaram a internet, e a seguir foram estampadas nas páginas dos principais jornais e revistas de todo o mundo”. Os participantes ou fotorepórteres enviam as fotos para o portal através de telefones móveis ou pela internet e estas podem ser publicadas no Portal Estadão, no Jornal da Tarde, no

Estado de São Paulo ou vendidas pela Agência Estado. O participante pode ser remunerado se a foto for publicada nos jornais impressos ou vendidos pela Agência Estado. Até abril de 2007 os dados do projeto revelavam que 8.249 pessoas estavam cadastradas como fotorepórteres de todos os Estados brasileiros e em mais de 20 países; foram recebidas 27.732 fotos, das quais 6.283 foram inseridas no Portal FotoRepórter e 350 foram publicadas nos jornais impressos Estado de São Paulo e Jornal da Tarde (NOS SOMOS..., 2007). No portal do projeto (<http://www.estadao.com.br/fotoreporter>) diversas fotos do cotidiano aparecem publicadas desde uma foto denúncia de uma rua sem saneamento básico até fotos de celebridades e políticos clicadas por fotorepórteres.

4.0 Conclusão

A partir do exposto e da expansão das tecnologias móveis digitais por diversos campos, mais especificamente na comunicação com os projetos de jornalismo participativo, é fundamental explorar as questões e problemáticas que estão inseridos no contexto. Compreender os movimentos da mídia convencional e da mídia do circuito alternativo numa relação nunca antes experimentada de interação com o espaço urbano é o caminho para inferir sobre condições em que a sociedade e a comunicação se reconfigura. O desenvolvimento dos dispositivos móveis digitais ao longo das últimas décadas sinaliza para mudanças profundas que já começam a ser experimentadas e vivenciadas na sociedade e na comunicação. Tanto à cibercultura quanto ao campo da comunicação interessa entender os impactos, oportunidades e consequências que estão se desenhando na cultura contemporânea.

5. Referências

- AIDÉ, Alessandra; XAVIER, Gabriela; BARRETO, Diego; CHAGAS, Viktor. **Critérios jornalísticos de noticiabilidade**: discurso ético e rotina produtiva. ALCEU - v.5 - n.10 - p. 186 a 200 - jan./jun. 2005
- ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- AHRENS, Frank. **A newspaper sees its future, and it's online and hyper-local**. Washington Post. Disponível em <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/12/03/AR2006120301037.html> Acesso em 22 maio 2007
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital em banco de dados (JDBD)**: um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. (Tese doutorado). FACOM/UFBA, 2007
- BEIGUELMAN, Giselle. **Entre hiatos e intervalos** (a estética da transmissão no âmbito da cultura da mobilidade). IN: ARAÚJO, Denise Correa (org.). Imagem (ir) realidade: comunicação e cibermídia. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo open source**: discussão e experimentação do *OhmyNews International*. (Dissertação de Mestrado). Porto Alegre: (PPGCOM/UFRGS, 2006.
- _____. **A reconfiguração do jornalismo a partir através do modelo open source**. Porto Alegre: revista Famecos/PUCRS, n.13, 2005
- BRUNS, Axel. **Gatewatching**: collaborative online news production. New York-Washington: Peter Lang, 2005

- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**: a Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v.1
- CASTELLS, Manuel; BILBAO, Fernando Suárez. **Comunicación móvil y sociedad**: una perspectiva global. Madri: Ariel, 2006
- FORSBERG, Kerstin. **Mobile newsmaking**. Paper in informatics, paper 9, dez. 2001
- GILLMOR, Dan. **We the media**: grassroots journalism by the people, for the people. California: O`Reilly, 2004
- HOHLFELDT, Antonio. **Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação**. In: HONLFELDT, Antônio (org). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- LEMOS, André. **Cibercultura e mobilidade**: a era da conexão. Revista eletrônica Razón y palabra. N.41. out./nov. 2004. Disponível em: <<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n41/alemos.html>> acesso em: 14 mar. 2006
- _____. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002
- _____. **Mídia locativa e territórios informacionais**. In: Carnet de Notes. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/locativa.pdf> janeiro 2007 uma versão reduzida desse artigo foi submetido ao GT Comunicação e Cibercultura para ser apresentado no XVI Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, COMPÓS, Curitiba, junho de 2007
- LEMOS, André; PALACIOS, Marcos (org.). **As janelas do ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001
- MAGNONI, Antônio Francisco; AMÉRICO, Marcos. **O uso de dispositivos móveis para o ensino de jornalismo**. 10º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo. Disponível em <http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=16&cf=1> acesso em 25 maio 2007
- MCQUAIL, Denis. Teoria da comunicação de massas. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2003.
- MARTÍNEZ, Inmaculada J.; AGUADO, Juan Miguel. El desarrollo de la telefonía móvil como plataforma mediática. Revista Holográfica – Faculdade de Ciências Sociais – UNLZL, ano III, numero 5, V1 (2006). Disponível em <http://www.hologramatica.com.ar> Acesso em 14 maio 2007
- NOS SOMOS o que você vê. (enviado para email: fernando.milanni@globo.com). São Paulo: Fotoreporter/Grupo Estado, 2007
- O`REILLY, Tim. **What is web 2.0**. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Disponível em <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> Acesso em 13 mar. 2007
- PRIMO, A.; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. In: VIII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação, 2006, São Leopoldo. Anais, 2006.
- PALÁCIOS, Marcos; MUNHOZ, Paulo. **Fotografia, blogs e jornalismo na internet**: oposições, apropriações e simbioses. In: BARBOSA, Suzana (org.). Jornalismo digital de terceira geração. Covilhã: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007.

- Disponível em <
http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/fichas/ficha_barbosa_jornalismo_online.html>
acesso em 14 jul. 2007
- RHEINGOLD, Howard. **Smart mobs: the next social revolution**. New York: Perseus, 2002
- SANTAELLA, Lucia. Espaços Intersticiais. IN: Conferência de abertura do Ciclo de Debates “Cibercultura – tecnologia, sociedade e cultura no século XXI”. GOETHE –UFBA, 2007
- SOUSA E SILVA, Adriana. **Do ciber ao híbrido: tecnologias móveis como interfaces de espaços híbridos**. IN: ARAÚJO, Denise Correa (org.). Imagem (ir) realidade: comunicação e cibermídia. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- SNOWDEN, Collette; GREEN, Kerry. Media reporting, mobility and trauma. In: M/C Journal. Disponível em
<http://journal.media-culture.org.au/0703/04-snowden-green.php> Acesso em 12 maio 2007
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Ed. Presença, 1995.