



A Notícia sob a Ótica do Público¹

Fernanda Carraro Dal VITT²
Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

O crescimento da participação popular nos meios de comunicação sofre um incremento nesta última década. As notícias que antes eram produzidas e transmitidas pelos jornalistas passaram a contar também com a colaboração do público, que seleciona, redige, edita e distribui as informações. Assim, a proposta deste artigo é promover uma reflexão acerca do que o público entende por notícia a partir da análise dos conteúdos noticiosos publicados no canal “Vc no G1”, do Portal Globo, coletados durante 30 dias, totalizando um *corpus* de 91 notícias. Para tanto, foi investigado o perfil do cidadão-repórter e mapeada as suas produções colaborativas. Os dados foram interpretados e, paralelamente, incluídas as contribuições de autores sobre o tema proposto.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia digital; webjornalismo; webjornalismo participativo; notícia; Vc no G1.

INTRODUÇÃO

A internet representa uma revolução no que concerne à fase da leitura à participação popular. Essa argumentação se justifica na medida em que se analisam as mudanças que estão ocorrendo no processo comunicativo, principalmente, após o surgimento da *web*. Viviam-se há tempos, a lógica do modelo informacional transmissionista. Em um pólo, o emissor envia suas mensagens através de um canal ao outro pólo, receptor. Neste caso, as funções do jornalista e do público são claramente estabelecidas. A rigor, tal formato (um-todos) ajusta-se aos meios de comunicação de massa.

Contudo, com o advento da internet, a relação do processo comunicacional se horizontalizou. A emissão pode ser descentralizada, tornando-se de domínio público e

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. É oportuno sublinhar que este artigo faz parte da dissertação de mestrado “A notícia no webjornalismo participativo”, que tem como orientadora a Prof^a. Dra. Claudia Quadros.

² Mestranda do Programa de Mestrado em Comunicação e Linguagens da Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão da Universidade Tuiuti do Paraná, na linha de pesquisa Cibermídia e Meios Digitais. E-mail: fernandacarrarovitt@bol.com.br



de aspecto colaborativo. Tem-se, então, a possibilidade da comunicação de um para um, um para todos e todos para todos. O resultado é visto no espaço virtual, onde se observa uma multiplicidade de vozes, oriundas dos mais diversos locais geográficos, dispostas a contar suas histórias. E, muitas vezes, essas histórias são contadas no momento e no local em que o fato acontece. Assim, mesmo sem terem formação específica na área, os cidadãos-repórteres têm a oportunidade de participar efetivamente do universo midiático enviando fotografias, vídeos, áudios e informações selecionadas, redigidas e editadas por eles próprios.

Observa-se que tanto no jornal impresso, como no rádio e na televisão, as pessoas já enviavam seus comentários e sugestões de pautas através de cartas, telefonemas, fax e, posteriormente, correio eletrônico. Contudo, o espaço cedido para estas manifestações era limitado, o número de contribuições menor e a forma de participação diferente. Na maior parte das vezes, os profissionais recebiam as sugestões e a partir delas produziam o seu material informativo. No jornalismo participativo, o leitor também participa dos processos de produção de uma notícia.

Vc no G1, do Portal Globo

Os sites e portais jornalísticos não estão alheios a este fenômeno. Pelo contrário, é com apelo de que todo cidadão pode participar que os webjornais estão cada vez mais disponibilizando espaços aos usuários da rede para que interajam aos seus conteúdos. O Vc no G1, do Portal Globo, é um deles. Durante o período de coleta das notícias publicadas no referido canal, o qual teve duração de 30 dias ininterruptos, entre 1 a 30 de novembro de 2008, constatou-se que dos 134 internautas que enviaram suas contribuições noticiosas, seja em formato de texto, fotografia, áudio e vídeo, 100 são do sexo masculino (74,62%) e 34 do sexo feminino (25,38%). Deste universo, somente 11 pessoas (8%) tiveram mais que uma contribuição publicada³.

A partir destes dados, é possível afirmar que os homens estão mais engajados em contribuir na divulgação dos fatos, porém a maioria não participa assiduamente. Diante dessa constatação, verifica-se que a diversidade de vozes está presente no

³ Por exemplo, o internauta Diego Luiz Bellizzi Villela teve 5 contribuições publicadas, porém o seu perfil (sexo e procedência) foi contabilizado uma única vez.

webjornalismo participativo, porque pessoas registram cenas do cotidiano e as publicam na *web*. Isso fica evidente ao observar que no ano de 2008, dos 59 milhões de usuários, segundo a estimativa do Datafolha, 53% dos entrevistados que acessaram a *web* incluíram textos e/ou informações de sua autoria⁴.

Devido à baixa frequência dos mesmos colaboradores, pode-se concluir que tais voluntários não têm o compromisso diário com a veiculação da informação. Prova disso é que em 2008, dos 59 milhões de usuários, de acordo com a pesquisa realizada pelo Datafolha⁵, 32% acessaram a rede diariamente e 82% pelo menos uma vez por semana. Assim, por mais que a “atividade” de cidadão-repórter esteja aumentando pela facilidade que a tecnologia atualmente oferece, além do próprio interesse em exercer mais plenamente a cidadania, fica claro que o jornalista profissional continuará desempenhando o seu importante papel na sociedade, que é o de fornecer uma visão global acerca de todos os setores da esfera social.

Gráfico 1

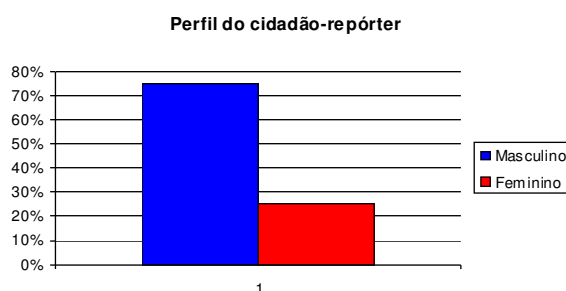


Gráfico elaborado pela autora

Em relação à procedência dos mesmos, identificou-se que 14 não têm procedência definida (10%) e 120 colaboradores do Vc no G1 colocam o local onde vivem (90%). Especificamente em relação ao universo dos cidadãos-repórteres que mencionou a sua localidade, a maior concentração reside no Estado de Santa Catarina com 50 colaboradores (42%). Em seguida está o Estado do Rio de Janeiro com 26

⁴ Retirado do Acessa SP, Programa de Inclusão Digital do Governo do Estado de São Paulo. Disponível em: <http://www.acessasp.sp.gov.br/html/modules/news/article.php?storyid=634> Acesso em: 01 nov. 2008

⁵ A pesquisa de 2008 foi realizada pelo Datafolha, publicada no jornal Meio e Mensagem, na edição de 4 de agosto de 2008. O Datafolha entrevistou 2.110 pessoas, com mais de 16 anos, entre os dias 26 e 27 de março de 2008 em mais de 150 municípios, respeitando a proporção do número de habitantes na capital ou interior dos estados. A margem de erro é de 2% para mais ou para menos.

colaboradores (22%) e o terceiro lugar ficou para São Paulo com 12 cidadãos-repórteres (10%).

Com base nos dados apresentados, pode-se afirmar que o número de internautas oriundos da região catarinense disparou em primeiro lugar devido ao volume de manifestações que ocorreu por conta das fortes chuvas que devastaram o Estado. Desse modo, percebe-se que alguns acontecimentos estão mais suscetíveis de despertar no cidadão o espírito colaborativo, principalmente, quando se trata de eventos catastróficos, como foi o caso de Santa Catarina, que dos 50 colaboradores, 47 enviaram contribuições noticiosas sobre assuntos relacionados às chuvas que inundaram o Estado⁶.

Quadro 1

PROCEDÊNCIA DOS COLABORADORES DO VC NO G1

Local	Procedência	Porcentagem
Santa Catarina	50	42%
Rio de Janeiro	26	22%
São Paulo	12	10%
Estados Unidos	9	8%
Bahia	6	5%
Minas Gerais	3	3%
Paraná	3	3%
Ceará	2	2%
Amazonas	1	1%
Distrito Federal	1	1%
Pará	1	1%
Paraíba	1	1%
Pernambuco	1	1%
Sergipe	1	1%
Canadá	1	1%
Itália	1	1%
China	1	1%

Quadro elaborado pela autora

⁶ Por exemplo, em uma notícia, publicada no dia 24 de novembro de 2008, dois internautas (Amarildo Dias e Luiz Gustavo Zancanaro) relataram o alagamento na cidade de Tijucas, Santa Catarina, enquanto que outra internauta (Andréia Martins), neste mesmo dia, abordou a chegada do Exército no Vale do Itajaí para ajudar no resgate das vítimas. Portanto, uma mesma temática, com enfoques diferentes.

Das 91 notícias que compõem o *corpus* analisado, 71 possuem um único autor (78%) e 20 foram assinadas coletivamente (22%). Pressupõe-se que as notícias de autoria coletiva sejam resultados da união de conteúdos semelhantes enviados por diferentes colaboradores, já que, segundo consta no critério de seleção de notícias, o Vc no G1 se reserva a este direito. Assim, por exemplo, a notícia “Chuvas em SC: rio transborda em Joinville”, publicada no dia 24 de novembro de 2008, foi assinada por cinco colaboradores: Leandro Schwabe, responsável pelo texto, e Amauri Lessa da Silva Gonsalves, Ananda Maganhoto, Déborah Gonçalves e Guilherme Oliveira Martines Junior, responsáveis pelo envio das fotos.

O fato relevante desse processo é que o agrupamento de notícias semelhantes permite proporcionar maior diversidade de vozes na narrativa. Logo, a pluralidade se faz presente no texto à medida que são dados espaços aos autores da cena informativa para que exponham o seu ponto de vista. Além do que, ao reunir conteúdos similares proporciona ao leitor ganho de tempo, uma vez que evita que ele acesse conteúdos dos quais já tem conhecimento.

Gráfico 2

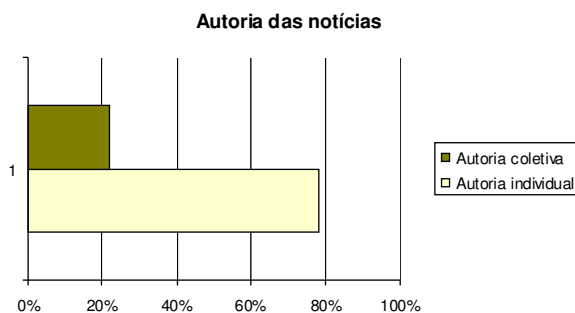


Gráfico elaborado pela autora

Em relação à editoria, constatou-se que a “clima” foi a que recebeu maior número de contribuições, totalizando 33 notícias (36%). A editoria “trânsito” ficou em segundo lugar com 16 notícias (18%) e em terceiro está “cultura e lazer” com 13 produções (14%). Quanto aos assuntos divulgados nas principais editorias do Vc no G1, das 33 notícias enquadradas na “clima”, 30 estão relacionados às chuvas e vendavais. Das 16 contribuições inseridas no segmento “trânsito”, 6 se referem a colisões e 5



tratam sobre incêndios de veículos. Das 13 notícias colocadas na editoria “cultura e lazer”, 6 abordam *shows* musicais.

De posse destes dados, conclui-se que não há variação temática nos conteúdos produzidos por cidadãos-repórteres, embora haja diversidade de autores. O que existe é uma valorização do acontecimento local, o que, na prática, permite que os assuntos abordados passem a ganhar maior domínio público. Isso fica comprovado ao verificar que das 91 notícias publicadas, 75 abordam assuntos do município onde o autor relatou que mora.

Sendo assim, a afirmativa de Luís Amaral (1978) no que se refere ao assunto que tem maior chance de despertar o interesse do público (temas que refletem no próprio leitor, como as suas experiências cotidianas, trabalho, ambiente, acontecimentos dos quais participa ou participou, ambições, curiosidades e sonhos) é válida. “Um acontecimento nos retém quando, de uma forma ou de outra, temos a impressão de participação ou identificação”. (AMARAL, 1978, p. 42).

Dentro deste contexto, o cidadão-repórter trabalha com o tema que por algum motivo lhe desperta interesse, neste caso, primeiro como espectador do palco da ação, para em seguida, cumprir a função de produtor de conteúdo e transmissor dos fatos. Assim, os assuntos que afetam diretamente a vida dos cidadãos-repórteres, como por exemplo, congestionamentos, enchentes, variações climáticas, têm maiores chances de atrair a atenção deles para que os transformem em fatos noticiáveis.

Observa-se, no entanto, que assuntos relacionados à economia, mundo, educação, por exemplo, aparecem de forma insignificante nas produções dos cidadãos-repórteres. Outras editorias como, política, ciências, saúde não foram sequer abordadas. Nesse ponto, o jornalismo assume função vital, pois o leitor necessita deste tipo de informação, que contextualiza e questiona a realidade social, uma vez que tais temáticas são necessárias para a sobrevivência do ser humano.

Gráfico 3

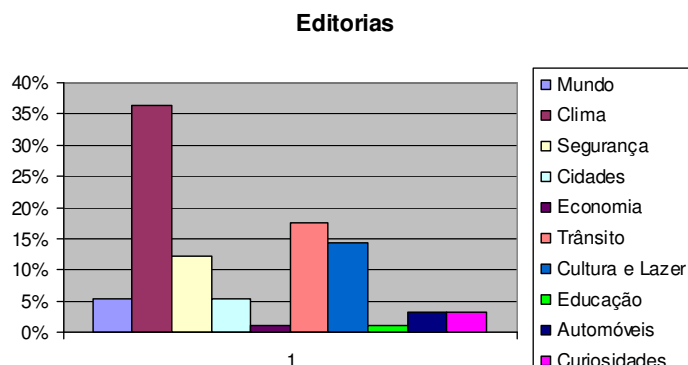


Gráfico elaborado pela autora

Quanto ao tamanho dos textos⁷, constatou-se que das 91 notícias publicadas no Vc no G1, 67 (74%) continham até 100 palavras, 17 notícias (19%) foram redigidas entre 101 a 200 palavras e apenas 7 notícias (8%) foram escritas com mais de 201 palavras. Como resultado, tem-se textos curtos no tamanho, objetivos no conteúdo, divulgando o fato, mas sem dar explicações pormenorizadas, o que na prática, gera uma superficialidade no tratamento da informação. A conclusão referente a este aspecto encontra eco com a que foi levantada por Virginia Fonseca (2002), que afirma que os textos reduziram-se a despachos telegráficos, ou seja, curtos em tamanho, objetivos em conteúdo, desprovido de interferência do autor. “A consequência mais imediata desse tipo de produção é a ausência de análise, da interpretação, além da pouca preocupação com o contexto em que se geram os eventos-notícia” (FONSECA, 2002, p. 289).

O estilo em pirâmide invertida, inclusive sugerido pela equipe editorial do Vc no G1, é frequentemente utilizado pelos cidadãos-repórteres. Contudo, observa-se que devido ao fato da maior parte dos textos ser redigida em até 100 palavras, as informações publicadas formam o *lead*, ou seja, apresentam um relato sucinto do acontecimento, respondendo geralmente às seis perguntas básicas sobre o fato narrado (quem, o quê, quando, onde, porquê e como).

A partir desse dinamismo da informação, é possível identificar dois aspectos. O primeiro é que, embora mostre ao público os principais pontos da notícia, não o muni com elementos capazes para que ele faça sua própria crítica em relação ao assunto

⁷ Chegou-se a este resultado, considerando-se apenas o número de palavras que contém o texto da webnotícia, portanto, foi excluído o título, *links* etc.

proposto. O segundo é que, os textos curtos oferecem maior ganho de tempo ao leitor, que de acordo com o estudo de Nielsen (1997), 79% dos leitores da *web* olham rapidamente as páginas, lêem palavras-chaves e algumas frases, ao passo que 16% costumam ler todas as palavras do texto. Sendo assim, conclui-se que, embora a *web* seja uma fonte contínua de informações que disponibiliza aos internautas dados dos mais diversos setores da sociedade, os cidadãos-repórteres não exploram as possibilidades que a internet oferece para enriquecer as suas narrativas jornalísticas.

Gráfico 4

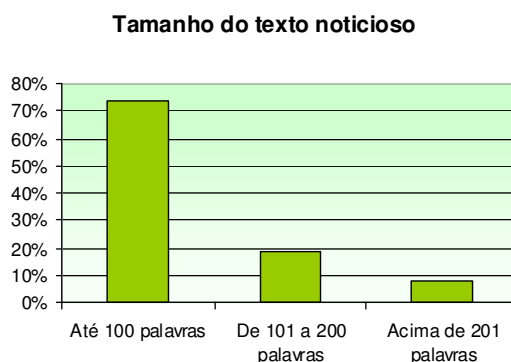


Gráfico elaborado pela autora

O relato testemunhal do fato por quem presenciou o acontecimento está presente em todo o *corpus* analisado. Entretanto, em apenas 8 deles constatou-se o depoimento aparente de outrem (9%), sendo que destes 4 são fontes oficiais, 1 oficiosa, 1 independente e 2 nomes não divulgados. Sendo assim, chama-se à atenção para o fato que no webjornalismo participativo a inclusão de depoimentos de outras pessoas não figura como uma necessidade. Isso porque, quem escreve é o cidadão que presenciou o acontecimento e, à priori, não tem o compromisso de atender tal exigência. Como se pode observar, na maioria dos casos, os cidadãos-repórteres não consultam as fontes envolvidas no acontecimento e nem os relatos dos que presenciaram o fato e de autoridades competentes para falar sobre o assunto. Isso gera uma superficialidade no conteúdo informativo, pois não mostra o entorno dos acontecimentos.

A partir deste cenário, fica claro que o cidadão-repórter é testemunha ocular da história. Ele informa por estar presente no momento em que o fato acontece, sendo espectador privilegiado do palco da ação. No caso específico da “atividade” do cidadão-

repórter, verifica-se um contraste com a função do jornalista. Este profissional tem por ofício a obrigação de consultar as várias fontes envolvidas no acontecimento, investigar os fatos com o intuito de esclarecer o público sobre os pontos da notícia com o objetivo de enriquecer a narrativa jornalística e chegar o mais perto possível do que se pode denominar “da verdade dos fatos”.

Pode-se citar como exemplo de notícia produzida pelo cidadão-repórter que contraria os preceitos básicos do jornalismo, a intitulada “Ônibus quebra e congestionava Av. Ayrton Senna”, publicada no dia 26 de novembro de 2008. Nela, o seu autor, Diego Luiz Bellizzi Villela, após abordar o congestionamento causado por conta do incidente, finalizou o texto com a seguinte frase: “Um dos guardas municipais não soube responder se algum colega havia aplicado multa”. Tal informação, além de ser vaga, não demonstra credibilidade, pois o seu conteúdo é impreciso e o nome do entrevistado não foi citado. Também não há complementação da equipe editorial do Vc no G1 no que se refere à imprecisão das informações fornecidas pelo cidadão-repórter⁸.

Outra questão que merece ser abordada é o fato de algumas notícias serem redigidas na primeira pessoa do singular, o que reforça que as informações relatadas são baseadas em experiências pessoais do cidadão-repórter. Esse tratamento não é usualmente utilizado nas notícias produzidas por jornalistas, uma vez que prezam pela terceira pessoa e a omissão do sujeito, o que denota a idéia de uma informação destituída de opinião e de julgamento de valores. Portanto, nos veículos de comunicação existe uma fronteira que separa o conteúdo opinativo do informativo, ao contrário do Vc no G1, onde não há uma separação entre estes dois gêneros, sendo que todos os conteúdos publicados são considerados notícias.

Como forma de exemplo, cita-se à notícia ‘Passei ao lado do caminhão em chamas no túnel da Imigrantes’, enviada pela internauta Leonora Fink, postada no canal Vc no G1, no dia 14 de novembro de 2008. Em primeira pessoa do singular, a cidadã-repórter relata um incêndio que ela presenciou no túnel da rodovia dos Imigrantes ao mesmo tempo em que faz um protesto pela falta de sinalização no local. Da forma como relatou a história, narrando com detalhes o que ocorreu no momento em que passava

⁸ Cabe ressaltar que das 91 notícias publicadas, apenas duas continham nota da redação. A notícia “Ford anuncia férias coletivas na fábrica de Camaçari”, publicada no dia 4 de novembro de 2008, de autoria de Marcos Vinicius de Souza Ferreira, recebeu complemento da equipe editorial do Vc no G1. A outra notícia “Internauta registra sons de tiroteio no Rio”, publicada no dia 14 de novembro de 2008, de autoria de João Pedro Accioly Teixeira, também recebeu acréscimo de informações dos editores.

com seu veículo, ela tenta provar que esteve no local, procurando assim dar maior credibilidade à informação.

Gráfico 5

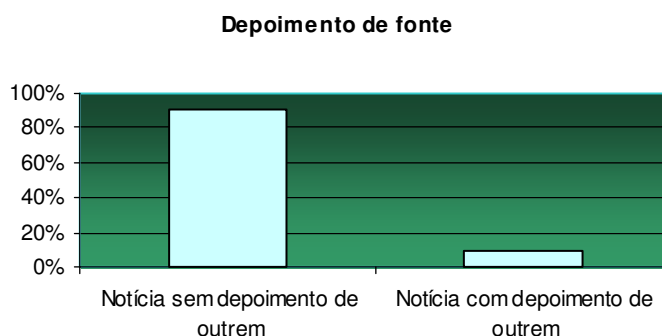


Gráfico elaborado pela autora

Em relação aos recursos visuais e sonoros produzidos pelos cidadãos-repórteres, das 91 notícias publicadas, 81 apresentavam fotografias (89%), 2 notícias estavam acompanhadas de áudio e vídeo (2%), enquanto que o infográfico⁹ apareceu em somente uma delas (1%). Essa discrepância entre a foto e os demais elementos informativos pode ser decorrente da proliferação de aparelhos celulares com câmera fotográfica integrada ou máquinas fotográficas digitais, cujas tecnologias facilitam o registro de fatos por cidadãos. Esse fator, aliado à credibilidade e à legitimidade que ela confere ao fato noticiado, podem ter ocasionado a sua preponderância.

Chama-se a atenção ainda sobre o interesse crescente tanto da mídia quanto dos cidadãos-repórteres pelas imagens estáticas. Isso porque as fotografias são exploradas de modo que o seu alto poder de persuasão e o caráter verossímil sejam utilizados a favor da notícia como prova incontestável do acontecimento. Esse entendimento está em consonância com o pensamento de Boris Kossoy (2000) ao afirmar que desde seu surgimento até a atualidade, a fotografia tem sido aceita e utilizada como testemunho da verdade do fato. “Graças a sua natureza físicoquímica – e hoje eletrônica – de registrar aspectos (selecionados) do real, tal como estes de fato se parecem, a fotografia ganhou elevado *status* de credibilidade”. (KOSSOY, 2000, p. 19, grifo do autor). Na prática, por

⁹ É oportuno mencionar que o infográfico foi construído pela equipe editorial do Vc no G1 a partir dos dados enviados pelos cidadãos-repórteres.

ser transmissora de informação, vai aumentar o campo de informação visual do internauta.

Além do que, pode-se deduzir ainda que tal predomínio seja decorrente da associação feita ao jornalismo impresso, uma vez que o referido meio possibilita tão somente a utilização de textos e imagens estáticas. Com o surgimento dos primeiros jornais digitais, que eram apenas transposições dos conteúdos publicados em papel, os *sites* limitavam o uso de recursos não textuais devido às baixas velocidades de conexão, as quais dificultavam a execução de *download* dos arquivos. Ocorre que, mesmo com o advento da conexão em banda larga, que favoreceu a disponibilização de uma quantidade maior de produtos hipermediáticos no webjornalismo, como o uso de fotos, áudios, vídeos, animações, infográficos, mapas e diagramas, os cidadãos-repórteres não exploram as possibilidades que a internet oferece no quesito multimedialidade. Portanto, quanto menor for a combinação de elementos visuais e textuais, menor é a riqueza informativa proporcionada ao leitor.

Gráfico 6

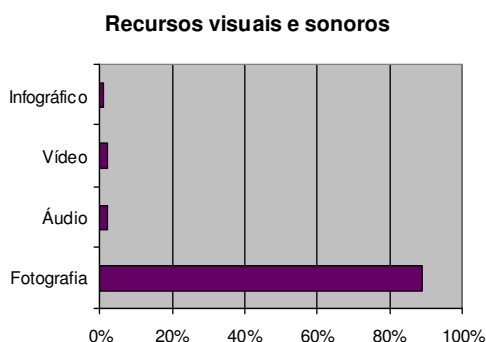


Gráfico elaborado pela autora

Do *corpus* analisado, os *links* complementares foram identificados em 60 notícias (66%). Especificamente das que possuíam *links*, 46 notícias (77%) remetiam o internauta ao portal de notícias G1, 32 notícias (53%) para o canal de webjornalismo participativo Vc no G1, 3 notícias (5%) para a página da Globo.com, 2 notícias (3%) disponibilizaram *links* convidando o leitor a enviar sua contribuição sobre o tema em questão e outras 2 (3%) para os vídeos relacionados ao assunto.

O ponto relevante é o fato que praticamente metade das notícias produzidas pelos cidadãos-repórteres não haviam sido publicizadas no portal de notícias G1. A partir deste contexto, é possível inferir que os voluntários buscam cobrir o espaço vazio deixado pela mídia tradicional, já que o número de equipes jornalísticas é insuficiente para cobrir todos os acontecimentos. Os cidadãos-repórteres, por estarem nas ruas, estão mais suscetíveis a flagrar tais ocorrências, o que, na prática, valoriza o acontecimento local. Assim, o veículo de comunicação que oportunizar maior espaço para a participação das pessoas, certamente, conseguirá cobrir mais amplamente a atualidade.

Gráfico 7

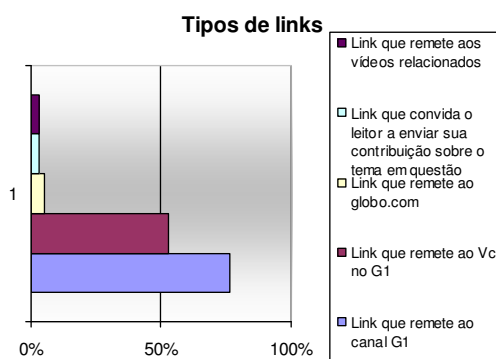


Gráfico elaborado pela autora

Quanto aos critérios-noticiabilidade, constatou-se que do universo analisado, 88 contribuições (97%) noticiavam um acontecimento novo e atual, as quais foram enquadradas no item “novidade”. O elemento “imprevisibilidade” foi identificado em 70 notícias (77%), pois se referiam aos acontecimentos não previstos, como por exemplo, acidente, catástrofe e crime. “Excepcionalidade” foi detectada em 53 notícias (58%), as quais faziam referência a algo diferente, que se desviava da regra. A informação de interesse público, que de alguma forma afeta a sociedade, seja em âmbito local, estadual, nacional e internacional, estava presente em 51 notícias (56%), as quais foram enquadradas no item “relevância”. “Raridade”, detectada em 25 notícias (27%), está relacionada a um fato que acontece com pouca frequência. Pessoas famosas ou que ocupam posição de destaque na sociedade foram mencionadas em 18 notícias (20%), sendo enquadradas no critério “notoriedade dos envolvidos”. Por fim, 10 contribuições (11%) noticiavam assuntos “conflitivos”, que se relacionavam a momentos de tensão.

Diante destes dados, verifica-se que o critério “novidade” foi predominante durante o período analisado. Acredita-se que esta alta incidência seja decorrente, sobretudo, por esta ser uma característica inerente ao jornalismo, pois se os acontecimentos narrados forem do conhecimento do público, diminuem as chances de atrair a atenção das pessoas. Neste caso, uma notícia que não trate de um acontecimento recente tem maior probabilidade de ser rejeitada pelos editores, ao passo que dificilmente vai despertar a atenção dos leitores.

Outro ponto que merece destaque é o item “imprevisibilidade”, presente em uma quantidade expressiva de notícias produzidas pelos cidadãos-repórteres. Por estarem nas ruas, estão mais suscetíveis em serem surpreendidos com tais acontecimentos, uma vez que as notícias não têm hora certa e nem lugar determinado para acontecer. Os jornalistas, embora também privilegiem tais assuntos, são obrigados a cumprir paralelamente uma pauta imposta pelo veículo de comunicação para o qual trabalham. Isso se deve, sobretudo, porque os meios de comunicação tradicionais possuem a responsabilidade de oferecer periodicamente um produto final ao seu público.

Por este motivo, Traquina (2005) é categórico ao afirmar que os jornalistas vivem sob a tirania do fator tempo, cujo desafio é elaborar um produto final que respeite o dia e a hora de fechamento do veículo em questão. “É impensável a hipótese do apresentador de telejornal, por exemplo, dizer ‘hoje não há notícias’ ou ‘temos hoje um programa mais curto porque não havia notícias suficientes’”. (TRAQUINA, 2005, p. 181). Esta condição que marca o cotidiano das empresas jornalísticas, segundo o autor, faz com que haja a necessidade de planejar o futuro através da pauta, onde consta a lista de acontecimentos previstos, o que permite organizar o próprio trabalho com antecedência e disponibilizar o profissional para cobrir o acontecimento, preferencialmente durante as horas normais de trabalho.

Como resultado desta somatória de papéis, há um rompimento da rede noticiosa, uma vez que os assuntos abordados pelos cidadãos-repórteres são dos mais diversos lugares geográficos, os conteúdos divulgados tratam de temas dos quais não foram previstos e as visões são heterogenias por conta da pluralidade de vozes que a internet, como meio, proporciona. Chama-se a atenção ainda para a frequência de notícias que tratam de algo diferente, ou seja, de um fato excepcional. Neste contexto,

observa-se que o cidadão-repórter, a partir da criação de suas próprias notícias, busca informar o próximo sobre os acontecimentos inusitados que já ocorreram no contexto social ou estão prestes a ocorrer. Assunto de interesse público também foi recorrente no material produzido pelos voluntários. Em especial, temas que afetam a comunidade local foram os mais abordados, identificados em 35 notícias. Isso se deve, sobretudo, ao fato que quem escreve é o cidadão que presenciou o acontecimento, o que, reforça a idéia de que a “atividade” do cidadão-repórter valoriza o acontecimento local.

Gráfico 8

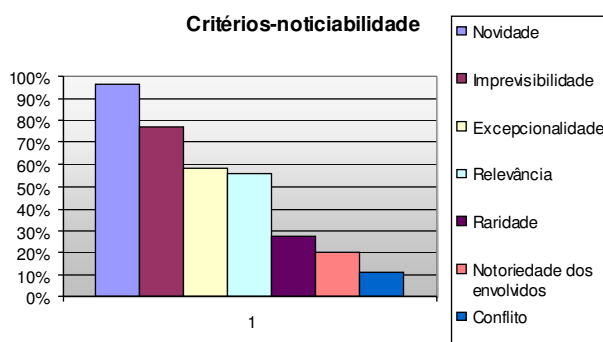


Gráfico elaborado pela autora

Considerações Finais

Feitas estas considerações, é possível desenvolver algumas reflexões a respeito do que o público entende por notícia a partir dos conteúdos publicados no canal Vc no G1, do Portal Globo. Como ponto de partida, observa-se que o contexto plural da internet propicia que uma multiplicidade de vozes, oriundas dos mais diversos locais geográficos, conte as suas histórias. Porém, o que se percebe é que não há variação temática nas produções enviadas pelos cidadãos-repórteres.

Os temas de abrangência local, que retratam fatos do seu cotidiano dos quais foram testemunhas oculares da história, são os mais relatados pelos cidadãos-repórteres. Isso se deve, sobretudo, pelo fato de estarem nas ruas e, conseqüentemente, estão mais suscetíveis a flagrar tais acontecimentos. Então, primeiro, participam como espectador do palco da ação, em seguida, cumprem a função de produtor de conteúdo e transmissor dos fatos.

A valorização do acontecimento local permite que os assuntos abordados passem a ganhar maior domínio público, uma vez que praticamente metade das notícias produzidas pelos cidadãos-repórteres não havia sido publicizada no portal de notícias G1. Conclui-se então que esse referido público contribui para o fazer jornalístico. Pelo fato do número de equipes jornalísticas serem insuficientes para cobrir todos os acontecimentos, o veículo de comunicação que oportunizar maior espaço para a participação das pessoas, certamente, conseguirá cobrir mais amplamente a atualidade.

Neste cenário, a “atividade” do cidadão-repórter e do jornalista pode se complementar. Isso porque, os voluntários são produtores de conteúdos e transmissores do fato em si. Cabe então aos jornalistas compreender as mudanças que estão ocorrendo no campo da comunicação e trabalhar de forma conjunta, ou seja, partir das contribuições enviadas pelos cidadãos-repórteres, os jornalistas devem filtrá-las e utilizá-las como sugestão de pauta, bem como aprofundarem o assunto em questão, com o intuito de oferecer uma informação mais completa, que forneça parâmetros para que o público faça sua própria análise.

Essa necessidade de aprofundar a informação torna-se fator primordial na medida em que se observam as contribuições enviadas pelos cidadãos-repórteres. De um modo geral, os textos são redigidos em tamanho curto, objetivos em conteúdo, elaborados no formato pirâmide invertida, na maioria das vezes, acompanhado por foto. Além do que, nota-se a ausência de depoimentos de outras pessoas, sejam testemunhas oficiais, oficiosas ou independentes.

A novidade e a imprevisibilidade são predominantes nas colaborações enviadas pelos cidadãos-repórteres. Estes critérios-noticiabilidade, além de outros, também são perseguidos pelos profissionais da mídia nas escolhas de certos acontecimentos. Os assuntos devem ser considerados suficientemente interessantes e significativos para que se tornem mensagens noticiáveis.

Por fim, embora haja fluidez de conexões, os recursos multimidiáticos para a apresentação das notícias não representaram o fim do modelo existente, que tem na fotografia e no texto seus principais elementos de constituição. Em decorrência da superficialidade no tratamento da informação, observa-se que o recurso da hipertextualidade, que permite ao cidadão-repórter trabalhar com uma grande quantidade de informações vinculadas, ainda não é amplamente explorado.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Luiz. **Jornalismo: matéria de primeira página**. 2º ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978. 234p.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. O jornalismo na era da sociedade em rede: máxima informação e ilusão de realidade. In: BARBOSA, Marialva; HOHLFELDT, Antonio. **Jornalismo no século XXI: a cidadania**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002. p. 275-303.

JORNAL MEIO E MENSAGEM. **59 milhões de internautas no Brasil**. Ano XXX, nº 1320, edição de 4 de agosto de 2008.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. 2º ed. São Paulo: Editora Ateliê, 2000. 149p.

NIELSEN, Jakob. **How users read on the web**. 1 out. 1997. Disponível em <http://www.useit.com/alertbox/9710a.html/>. Acesso em: 13 de jan. 2009.

PORTAL ACESSA SP. **Brasil tem 59 milhões de internautas maiores de 16 anos, apura pesquisa**. São Paulo, 13 ago. 2008. Disponível em: <http://www.acessasp.sp.gov.br/html/modules/news/article.php?storyid=634>
Acesso em: 1 nov. 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, por que as notícias são como são**. 2º ed. Florianópolis: Insular, 2005. 224 p.