



Leitores repórteres: perfil e motivações dos interagentes em um espaço de webjornalismo participativo¹

Débora GASTAL²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Partindo da discussão sobre interatividade, webjornalismo e formas de participação na Internet, esta pesquisa buscou identificar um perfil das pessoas que usam de forma ativa os canais de participação na *web* e quais suas principais motivações para interagir. O objeto de estudo é a participação no espaço Leitor-repórter, no portal do jornal Zero Hora. Neste caso, a divisão entre a recepção (leitores) e a produção (repórteres) de notícias parece mais tênue, o que pode configurar um espaço de webjornalismo participativo. A partir da análise qualitativa de questionários abertos e fechados, percebemos os temas priorizados, as intenções e as expectativas dos interagentes. Alguns destes resultados apontam para as motivações pessoais e aquelas com função de utilidade pública como as mais recorrentes. Foram estabelecidos, também, perfis básicos de interagentes.

PALAVRAS-CHAVE: webjornalismo participativo, interatividade, jornalismo cidadão

Introdução

A Internet mudou hábitos de consumo, de entretenimento e também de relacionamento entre as pessoas. Mudou, ainda, a forma como nos informamos, e como informamos aos outros. A interatividade, e a interação mediada pelos computadores, criou novas ferramentas de comunicação, e se mostra como a grande promessa deste novo meio. Mas o que é interatividade? A conceituação depende dos critérios escolhidos. No entanto, é inegável que a *web 2.0*³ trouxe aos internautas a possibilidade

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Trabalho orientado pela professora do PPGCOM/ UFRGS e pesquisadora do CNPq, Nilda Jacks.

² Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, pela UFRGS em 2009/2, e-mail: deborahsg@gmail.com

³ O termo foi cunhado por Tim O'Reilly, que descreve a segunda geração da *web* como o aperfeiçoamento da usabilidade e a tendência a uma maior interatividade no ambiente *on line*. O'Reilly cita algumas das características dos produtos da *Web 2.0*: “serviços, não softwares empacotados (...), confiar nos usuários como co-desenvolvedores, aproveitar a inteligência coletiva (...), interfaces leves para o usuário”. [Tradução da autora, original no *site* <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>]. Conforme o autor, é impossível delimitar quando a *web 2.0* surgiu, e antes dela a etapa anterior não era chamada de *web 1.0*.



de ação, de serem membros ativos em um cenário em que a troca com outros internautas parece elemento fundamental. Surge o conceito de “interagentes”. A possibilidade da participação ilimitada e da publicação de conteúdos sem restrição de espaço ou da necessidade do aval de grandes veículos de comunicação fez com que muitas pessoas passassem a produzir, por si mesmas, as notícias que acham convenientes. O webjornalismo participativo, em suas diversas possibilidades de formatos, ganhou – e ganha – espaço, e também conquista adeptos.

Neste sentido, grandes veículos de comunicação criam também seus espaços para a participação da audiência com *status* de produtora de informação. Pode ser uma forma de incluir o leitor, aumentar sua satisfação com o veículo, que o significa também aumentar o seu tempo no *site* e potencializar a possibilidade de retorno.

O espaço Leitor-repórter, do portal do jornal Zero Hora.com, foi criado com esta idéia, a de incluir a audiência como produtora de notícias. Esta pesquisa buscou delimitar um perfil das pessoas que participam do espaço Leitor-repórter. Quais as suas preocupações e objetivos, qual o perfil de participação – se participam em outros veículos ou em outros *sites* – e também quais suas expectativas. As suas motivações, ou seja, o que as leva realmente a participar, a interagir, também tiveram atenção especial no momento da análise.

Interatividade e Participação

A concepção da palavra “interatividade” não é tão simples como a de manter uma conversação entre pessoas, e seus significados hoje são muitas vezes usados de forma banal. Para Primo (2003), deve-se alertar para o esvaziamento do adjetivo “interativo”. Santaella (2004) segue o mesmo caminho crítico e afirma que há, hoje, muita confusão a respeito do verdadeiro sentido do termo. Ela afirma que “a palavra interatividade está nas vizinhanças semânticas das palavras ação, agenciamento, correlação e cooperação, das quais empresta seus significados”. Santaella faz um rescaldo de diversos estudiosos que classificaram os graus de interatividade (Kretz, Holtz-Bonneau, Rabaté e Lauraire), e propõe que, pelo menos, 4 tipos de interação principais são possíveis: a face a face, a epistolar, a telefônica e a mediada por computador. Esta última seria a grande promessa depois do surgimento da *web* e cada

Ainda assim, as suas mudanças são inegáveis. Conforme Primo (2007), “a progressão geométrica do número de *blogs* é uma recorrente ilustração da *Web 2.0*”.



vez se aprimora mais. De acordo com Santaella, é neste caso que o receptor abandona a postura passiva e pode, inclusive, passar a organizar seu consumo sozinho, navegando pelos *sites* que mais o interessam.

Esta relação entre meio e audiência (passiva x ativa), e quais os elementos mais influentes nesta fórmula, já foram muitas vezes o centro de discussões. Adotaremos aqui a classificação de Primo (2003) para esta audiência mais “ativa”, que deixa de lado os termos “usuário” e “receptor”, para dar vez à denominação “interagente”. Usar aqui este termo põe em evidência a importância dada ao fato da real interatividade. A palavra “receptor”, conforme o autor, pressupõe uma audiência que, estática, recebe os conteúdos transmitidos pelos meios de comunicação. Já o termo “usuário” tenta apontar para uma audiência mais ativa, mas estaria mais apropriado para a indústria informática, que deseja receber respostas de seu público somente para aprimoramento de *hard e softwares*.

Sendo assim, para Primo, “interagente” é aquele sujeito que age com e em relação aos outros membros da audiência, e também dos meios. É o público ativo, que além de aproveitar o que lhe é oferecido dentro das amarras propostas pelos modelos fechados, busca criar e produzir.

Ainda sobre a interatividade, o autor coloca que existem basicamente dois extremos, e a interação varia qualitativamente entre eles, de acordo com a relação mantida entre os envolvidos no processo. A “interação mútua” seria aquela que apresenta maior troca entre os agentes. “O relacionamento entre os participantes vai sendo construído **durante**⁴ processo, tendo um impacto na evolução das interações subsequentes” (PRIMO 2003, p. 06). Neste caso, as ações não estão programadas automaticamente, e variam de maneira imprevisível de acordo com as respostas dadas à demanda. A interação mútua está no lado contrário da “interação reativa”, que seria aquela automática e programada. Neste caso, pode-se inserir principalmente as interações com os aparelhos eletrônicos, por exemplo, que por não terem a característica da emotividade ou do raciocínio, respondem sempre da mesma maneira às mesmas questões.

Foschini e Taddei (2006) também propõem que as atitudes dos interagentes são diferentes, e variam de acordo com o grau de participação que assumem. Os autores propõem cinco tipos básicos de interagentes, classificados por eles como “cidadãos

⁴ Negrito do autor.



jornalistas”: o publicador, que tem páginas pessoais; o observador, cidadão que está sempre apto para registrar um fato; o militante, cidadão jornalista que defende uma causa; o comentarista, que faz observações nas publicações de outras pessoas; e o editor, que participa de *sites* colaborativos e seleciona notícias.

Estes são alguns dos modelos possíveis de participação, e provavelmente não todos. Com a rapidez com que a Internet evolui e com imprevisibilidade das reações humanas, é possível que várias novas formas surjam com o tempo. No entanto, a interação, ou a interatividade, prossegue.

Webjornalismo

As novas tecnologias, e as possibilidades de interatividade que vêm associadas a elas, já mudam práticas de produção e de consumo de informação, e já se fala no surgimento de um novo modelo de jornalismo. A nomenclatura para esta nova prática depende das concepções dos autores e dos usos privilegiados. Mielniczuk (2003) propõe que o webjornalismo seria aquele que está relacionado com a *web*, que não é a rede como um todo. A autora explica, dizendo que este conceito “refere-se a uma parte específica da Internet, que disponibiliza interfaces gráficas de uma forma bastante amigável. A Internet envolve recursos e processos que são mais amplos do que a *web*, embora esta seja, para o público leigo, sinônimo de Internet” (p. 4). O webjornalismo seria, então, aquele mais próximo do leitor não especializado em tecnologias de rede.

Canavilhas (2001), também faz menção à nomenclatura usada para designar este novo jornalismo na Internet, e coloca como questão central o suporte técnico. Citando Murad (1999), o autor afirma que é desta questão que derivam os termos telejornalismo, para o jornalismo feito em televisão, radiojornalismo, para o jornalismo feito em rádio, e jornalismo impresso, para o que tem como suporte o papel. Canavilhas afirma que, levando isso em conta, “é, pois, com naturalidade que se introduz agora o conceito de webjornalismo e não de jornalismo on-line” (2001, p. 2). A partir disso, optaremos por utilizar também o termo “webjornalismo”.

Webjornalismo Participativo

Dan Gillmor (2005) diz que o ambiente criado pela Internet faz com que as interações (e também a produção de conteúdo, através do webjornalismo participativo)



deixem de adotar o modelo de uma palestra, onde somente um fala e os outros escutam, para se transformarem em conversas, ou seminários, onde todos falam e todos escutam.

É neste sentido que a *web* é considerada um ambiente de interações todos-todos, diferente do um-um, ou um-todos comum aos veículos tradicionais. Potencialmente, pode-se produzir uma notícia ou relato e dar conhecimento dela à todos que quiserem acessá-la. Pode-se, também, ter acesso ao que quiser, ou conversar privadamente com um amigo – ou até um desconhecido. A difusão de conteúdos na Internet adota a forma que os seus interlocutores bem quiserem.

Assim como Primo e Träsel (2006) propõem, será adotada nesta pesquisa a designação de “webjornalismo participativo” para as formas de participação da audiência na *web*, definindo-o da seguinte maneira: são “...práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na *Web*, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe” (p. 10). O importante neste contexto é a participação. É então que o interagente deixa de ser emissor, para ser também produtor, também repórter. Em veículos independentes ou ocupando os espaços disponibilizados pelos veículos de comunicação de massa para a interatividade, o interagente tem a possibilidade de produzir e disponibilizar conteúdos, quebrando o paradigma que antes separava o produtor do consumidor de notícias e informações.

Diversas possibilidades sobre por que participar já foram levantadas, assim como diversos termos para designar o webjornalismo participativo também já foram criados, passando por nomes como *grassroots journalism*, jornalismo cívico, *open source* e jornalismo cidadão, por exemplo.

Breve descrição do espaço Leitor-repórter do jornal Zero-Hora

O Leitor-repórter é exclusivo da versão digital, e é uma das áreas de interatividade do webjornal Zero Hora.com. Apresentando-se como o espaço em que o leitor pode ser também o produtor da notícia, abre a possibilidade para a publicação de textos, imagens e vídeos, colocando o leitor como produtor de informação de interesse público. Para participar, é preciso cadastrar-se no *site* do jornal Zero Hora. Este cadastro vale para diversas áreas do *site*, e por isso a empresa afirma que não é possível descobrir exatamente quantas pessoas estão registradas para participarem do Leitor-repórter. Os



materiais enviados para o espaço são submetidos à avaliação de um editor do *site* do jornal Zero Hora, que decide sobre a publicação ou não do material.

Conforme a editora de interatividade do *site* Zero Hora.com, Bárbara Nickel⁵, “não são publicados *releases*, textos de caráter opinativo ou crônicas. Também deixam de ser considerados textos que são notícias reescritas de outros (ou do nosso) *sites*. O critério, em linhas gerais, é que o texto relate uma experiência - uma notícia - vivenciada/testemunhada pelo seu autor”.

Pesquisa e construção das categorias de análise

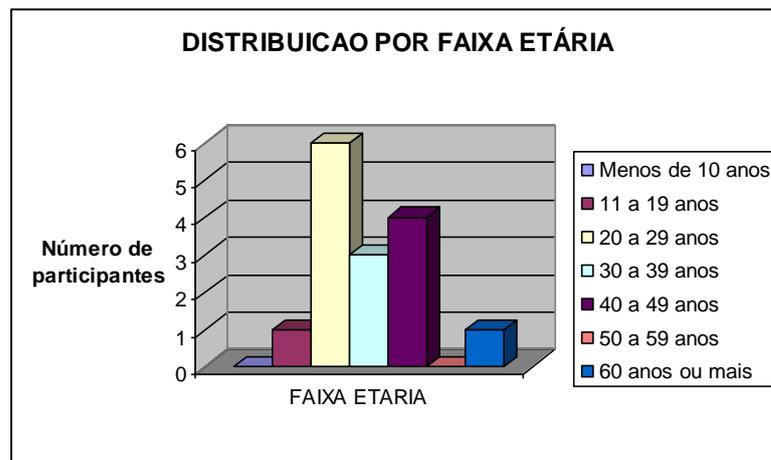
O *site* do jornal Zero Hora.com exige um questionário de identificação para todos os participantes que desejam deixar contribuições no portal. No entanto, tal cadastro é sigiloso, e a empresa não repassa a estranhos dados como endereço e telefone dos interagentes. Há a possibilidade de deixar seu endereço eletrônico visível aos demais internautas que acessam o portal. Sendo o *e-mail* o único canal de contato disponível com os interagentes, e como esta é uma pesquisa que pressupõe a participação na Internet, em um *site* que faz o uso do webjornalismo participativo, foi decidido utilizar este meio para realizar as entrevistas com os interagentes. Foram elaborados dois questionários. Um com questões fechadas, correspondentes à características de participação do interagente, além de perguntas sobre renda e escolaridade. Outro com questões abertas, com perguntas referentes às motivações e expectativas com a participação.

Durante três meses, foram coletados os *e-mails* deixados disponíveis nos perfis de participação dos interagentes, no espaço Leitor-repórter. Foram 43 endereços eletrônicos coletados. Depois de uma pesquisa piloto, primeiramente foi enviado somente o questionário fechado para estes endereços. Depois, aos que responderam, enviamos também o questionário aberto. Somente 15 retornaram também este segundo questionário, e é com as respostas destes 15 interagentes que trabalhamos os dados.

As perguntas do questionário fechado foram pensadas para dar subsídios básicos sobre o perfil dos interagentes, tanto social quanto relacionado aos hábitos de participação. Na quantificação relacionada ao sexo dos participantes, quatro eram mulheres, e onze eram homens. Se relacionarmos o nível de escolaridade com a divisão

⁵ Informações repassadas em entrevista feita por *e-mail*.

por sexos, uma informação interessante surge. Apesar de os percentuais entre participantes com ensino médio e ensino superior completos serem similares, as quatro mulheres entrevistadas que participam do espaço Leitor-repórter possuem ensino superior completo. Entre 11 homens que participaram da pesquisa, somente três têm ensino superior completo. Na contagem geral, participantes com ensino superior completo são a maioria, sete deles. Já os com ensino médio completo ficam em segundo lugar, com seis participantes com este grau de escolaridade. É interessante perceber que entre estes seis, dois são ainda estudantes e freqüentam a universidade. São dois os interagentes que têm somente o ensino fundamental completo. Neste caso, uma destas pessoas está ainda cursando o ensino médio. Na divisão por idades, os interagentes aparecem bem espalhados entre várias faixas etárias. No entanto, a que apresenta maior número de participantes é a entre 20 e 29 anos. Isso revela que a predominância entre os participantes é de pessoas jovens, que provavelmente tem contato com a *web* desde a adolescência, ao menos⁶. O interagente mais jovem entre os pesquisados tem 15 anos, e o mais velho tem 61.



Na classificação por renda, optamos por utilizar o Critério Brasil 2008⁷, o mais recente na época em que os dados foram apurados. Esta classificação distribui os indivíduos por classes sociais através de uma avaliação que inclui dados de consumo e grau de escolaridade do chefe da família. Entre os participantes do espaço Leitor-repórter, a maior parcela dos pesquisados (oito deles) está inserida na classe B1. Em seguida vem a classe B2, com quatro interagentes, e depois a C1, com dois. A classe A2

⁶ Conforme o relatório Mídia Dados 2009, a faixa etária em que a Internet tem maior penetração é a entre 15 e 19 anos, seguida faixa entre 10 e 14 anos. A faixa etária entre 20 e 29 anos fica em terceiro lugar. Dados disponíveis em: <http://midadados.digitalpages.com.br/home.aspx>, na página 47.

⁷ Disponível em http://www.abep.org/codigosguias/Criterio_Brasil_2008.pdf



aparece em quarto lugar, com somente um dos participantes pesquisados fazendo parte dela. As classes A1, C2, D e E não apresentaram nenhuma ocorrência.

Quando passamos a análise do questionário propriamente dito, o interesse predominante é transferido para o perfil de participação do interagente. Trazendo aqui apenas alguns dos resultados, 11 responderam que costumam participar de canais de interatividade em outros meios, como rádios e televisões, e quatro que não. O resultado demonstra que, de maneira geral, os indivíduos que enviam suas notícias para o portal têm o hábito de participar. Já para na pergunta “Você costuma participar de outros espaços de interatividade na internet?”, todos os 15 interagentes responderam positivamente, mostrando a predominância da participação na Internet. Quando questionados se lêem o que outros interagentes publicam no espaço Leitor-reporter, 14 das 15 pessoas responderam que sim, o que significa que ampla maioria se interessa pelo que é informado pelos outros participantes, e considera que há alguma utilidade pública no que está publicado ali.

No que se refere a participação em si, para a questão “Você considera que a notícia que escolheu publicar interessa a outras pessoas?”, contrariando a hipótese de que todos responderiam positivamente a esta pergunta, duas pessoas disseram que não. A resposta foi inesperada porque a suposição inicial era de que os interagentes participavam porque queriam, como o termo já diz, agir. E este “agir” com um sentido relacionado à cidadania, ou ao menos com o objetivo de abordar um assunto que fosse de interesse público, de utilidade para mais pessoas (senão a sociedade como um todo), já que se trata de um espaço de webjornalismo participativo – e assim, potencialmente, de jornalismo cidadão. Esta resposta nos fez perceber que alguns participantes agiam motivados por questões pessoais ou individuais. Por outro lado, um dado interessante é que sete dos entrevistados responderam que acreditam que o tema que escolheram é de interesse de mais pessoas porque é de utilidade pública. Ou seja, é importante em alguma maneira para a sociedade ou para uma comunidade em específico. Isso nos leva a crer que quase metade dos entrevistados participou tendo em vista a coletividade. Quatro também responderam que o assunto escolhido é um problema ignorado pelas autoridades. Ou seja, percebe-se a função de protesto neste caso. A resolução deste problema pode ser, também, de interesse comum. Mas o que parece mais marcante é a tentativa de torná-lo público, visível.

No questionário aberto foram elaboradas cinco perguntas referentes às motivações e expectativas dos participantes. Com ele, pôde-se perceber também quais



as funções atribuídas à participação no espaço Leitor-repórter do *site* Zero Hora.com. Para a análise dos dados, primeiramente elaboramos uma série de categorias referentes ao perfil dos interagentes. Levando em conta suas motivações, foram identificados cinco tipos de interagentes “cidadãos” e três tipos de interagentes relacionados a um comportamento individual. Cada uma destas categorias surgiu de uma análise inicial do material recolhido, onde pudemos perceber uma oposição entre respostas que pareciam estar mais associadas a motivações pessoais, individuais, e motivações relacionadas à preocupação com um grupo de pessoas, motivações comunitárias, sociais ou públicas, que determinamos como resultantes de um comportamento cidadão.

Pôde-se perceber, no entanto, que as motivações individuais e cidadãs, mesmo tendo o traço comum de “a quem serviam”, não tratavam todas de um mesmo assunto e nem tinham uma temática ou preocupação comum. Portanto, procurou-se detectar qual era o elemento propulsor da participação e, nesse sentido, como se comportava o interagente. Foram estabelecidas então as categorias: cidadão político, cidadão síndico, cidadão ignorado, cidadão interessado, e indivíduos profissional e amador.

Em uma breve explicação, imaginou-se frases-chave que pudessem resumir a idéia ou o significado de cada uma destas categorias. Sendo assim, o “cidadão político” seria aquele que tem “preocupação com a coisa pública”, aquele que busca os interesses da sociedade. Já o “cidadão síndico” estaria mais preocupado com o seu núcleo social, ele quer “resolver problemas da comunidade”. O “cidadão ignorado” é aquele que busca no Leitor-repórter uma forma de protestar e “tornar seus problemas de conhecimento público”. Busca no espaço uma solução e a atenção que não teve dos responsáveis pelo seu problema. O “cidadão interessado” também busca contribuir com o público, mas com temas ligados a assuntos mais leves. Ele quer “compartilhar fatos interessantes (mas não necessariamente úteis)”. Nas categorias que abrangem uma iniciativa relacionada ao indivíduo, no caso do “profissional”, a participação tem o intuito de “colaborar e registrar meu trabalho”. Ou seja, o interagente tem em mente que publicar uma notícia pode ser importante para a coletividade, mas divulgar o seu trabalho como profissional do jornalismo (ou alguma área associada) é a intenção mais marcante. No comportamento individual “amador”, ser visto é importante. A expressão-chave delimitada foi “exercitar meu *hobbie* e torná-lo público”.

A classificação leva em conta o traço predominante, o que não exclui a possibilidade de mais de um tipo de categoria estar presente na mesma resposta. Por exemplo: um “cidadão político” pode ser, ao mesmo tempo, um indivíduo “amador” e



também um “cidadão interessado”. Tal possibilidade demonstra que nem sempre somos movidos por somente uma motivação ou um interesse, e que o ser humano é múltiplo.

Estas categorias, no entanto, se mostraram insuficientes para englobar todas as respostas dadas pelos interagentes, e também pobres, já que consideravam somente o fato de as participações estarem mais fortemente ligadas a interesses pessoais (indivíduos) ou comunitários (cidadãos).

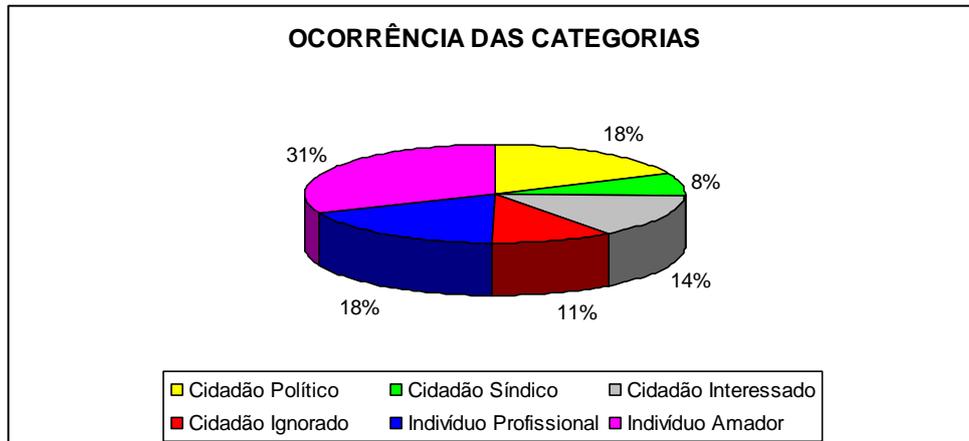
Sendo assim, uma outra tentativa de categorização foi feita. Novamente a partir de uma leitura preliminar dos dados levantados, pode-se perceber que existiam outros traços marcantes nas respostas dadas. As motivações e as expectativas dos interagentes, e as funções atribuídas por eles à participação se mostraram muito perceptíveis nas respostas. Foram identificadas cinco categorias de motivações, cinco de funções e três de expectativa.

Resultados e conclusões

O indivíduo “amador” apareceu como o perfil mais comum entre os estabelecidos, o que pode nos levar a algumas conclusões. Em primeiro lugar, demonstra que a maior parte das pessoas que participam do jornal Zero Hora já têm algum interesse pela mídia e pelas profissões que a envolvem. Mais que um leitor, o interagente procura aprender ou imitar as práticas dos profissionais da área, o que tende a o tornar mais “especialista”, ou mais próximo do que é esperado dos jornalistas. Por outro lado, a prática em outros veículos de webjornalismo, em *blogs* ou em outros portais de jornalismo colaborativo na Internet pode ter dado a este interagente mais intimidade com a publicação de notícias. Justamente a democratização da publicação vinda com a *web* pode ter tornado o interagente amador na elaboração de notícias e na participação em *sites* deste modelo. Este segundo aspecto talvez seja o mais provável, já que muitos dos interagentes enviaram juntamente com o questionário respondido uma indicação para o seu *site*, *blog* ou *flickr*, por exemplo. É um participante acostumado a registrar o que acha interessante ou importante.

Mas, independente de o que o formou amador, este perfil de interagente demonstra que em muitos dos casos, a vontade de participar é também pessoal. A função predominante neste perfil apareceu justamente como a promoção pessoal, como “ser visto, mostrar presença, se tornar conhecido”. No entanto, na análise dos dados, todos aqueles classificados como indivíduos amadores foram mesclados na mesma ou

em outra resposta como cidadãos de algum tipo. Ou seja, a motivação pessoal pode ser a mais recorrente, mas não está desacompanhada, não está sozinha.



O fato de o indivíduo “profissional” e o “cidadão político” estarem empatados na segunda colocação também explicita dois pontos: o reforço da motivação individual como elemento recorrente e a atenção dedicada pelos interagentes aos problemas públicos. O “cidadão político” é o mais preocupado com questões de utilidade pública, com problemas que possam afetar diversas pessoas. Sendo este o tipo de interagente cidadão com mais ocorrências, fica claro que, mesmo com interesses pessoais – profissionais ou amadores –, os interagentes também dedicam muita atenção aos temas de importância comum. Ou seja, estão preocupados em denunciar, alertar, ajudar ou informar, além de simplesmente se promover, pessoal ou profissionalmente. O relato de acidentes, o protesto contra a degradação do meio ambiente em algum local de preservação e a reclamação sobre algum serviço que o governo vem prestando de forma inadequada são algumas das publicações que aparecem neste sentido.

Já o posicionamento da participação individual “profissional” nos leva, ainda, para uma outra conclusão. Demonstra que muitos dos profissionais da mídia estão usando os *sites* de participação na Internet como forma de complementar o seu trabalho, como já afirmava Dan Gillmor (2005). Conforme o autor, os jornalistas poderiam passar a utilizar os conteúdos publicados nestes espaços para garimpar informações ou encontrar novas fontes, por exemplo. Neste caso, parece ainda não haver a incorporação desta ferramenta como uma possibilidade para o aperfeiçoamento, mas sim para a promoção profissional pessoal – talvez pelo formato do espaço, talvez por ainda não termos alcançado o estágio ideal previsto por Gillmor.

Podemos valer aqui uma reflexão sobre se o espaço Leitor-repórter é mesmo um espaço de webjornalismo participativo ou não. Se levarmos em conta as designações



estabelecidas por Foschini e Taddei (2006), o espaço poderia se encaixar em “jornalismo participativo”, e vai até mesmo além dele, já que extravasa a simples postagem de comentários em notícias já presentes no *site*. No entanto, não é possível o incluirmos nas outras três categorias propostas: jornalismo colaborativo, código aberto e *grassroots*. No primeiro caso, porque as notícias não são escritas por várias mãos – como nos hipertextos colaborativo e cooperativo propostos por Primo (2003). No segundo caso, porque não há o livre acesso à publicação, sem que passe por editores, nem muito menos a possibilidade de alterar o texto de outros. Também não corresponde a *grassroots journalism* porque não é feito por camadas periféricas da população. Como pudemos perceber na análise dos dados fornecidos no questionário fechado, a maior parte dos interagentes pertence a classe B1 e tem nível superior de educação.

Relembrando a idéia de webjornalismo participativo que buscamos em Primo e Träsel (2006), o conceito remete a “práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na *Web*, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe” (p. 10). O problema relacionado ao conceito está na questão de o que pode ser estabelecido como o espaço onde a fronteira entre “produção e leitura de notícias não está claramente demarcada”. Se o espaço delimitado for somente o Leitor-repórter, pode-se avaliar que realmente este limiar é quase invisível, já que qualquer um que lê as notícias presentes no espaço pode potencialmente também ter notícias publicadas ali. Não há somente produtores e somente leitores de notícias. Todos podem ser as duas coisas no Leitor-repórter. E mesmo quando os editores do espaço colocam observações nas notícias publicadas pelos interagentes, percebe-se que eles são “exclusivamente” produtores, e tem um poder maior de intervenção que os participantes vindos da audiência. Mas ainda assim, o interagente não perde a capacidade, ou a possibilidade, de ser repórter.

No entanto, se o espaço delimitado for o portal do jornal Zero Hora.com, então o termo “webjornalismo participativo” parece não se adaptar com facilidade. Há a clara divisão de espaços entre o que é enviado pelos leitores e o que é produzido somente pelos jornalistas que trabalham para o veículo. Algumas vezes, a chamada para que os interagentes que presenciaram algum fato mandem seus registros para o Leitor-repórter aparece em notícias publicadas na sessão do “Plantão”, por exemplo. Mas por mais conteúdo informativo que a participação enviada tenha, ela estará localizada no espaço dedicado ao que é enviado pelos leitores. O que pode concluir-se daí, então, é que o



espaço Leitor-repórter pode ser tido como webjornalismo participativo, mas o *site* do jornal Zero Hora.com não.

O que poderia amenizar a distância entre a produção e a leitura no contexto do veículo como um todo seria a incorporação dos temas, das reclamações e das informações dadas pelos interagentes nas matérias produzidas pelo jornal. No entanto, ainda há a necessidade de um estudo sobre quanto do material chega a ser utilizado, e qual o *feedback* e crédito que os interagentes recebem disto. E a sensação de incorporação passada pelo veículo aos interagentes tem muito a ver com o “cidadão ignorado”, que participa, principalmente, por se sentir, como o próprio nome já diz, esquecido, deixado de lado. A motivação mais marcante é a insatisfação com o governo, a função é a de protestar ou denunciar algo. Esta categoria aparece em quarto lugar em número de ocorrências, e demonstra, de alguma forma, a crença do interagente de estar fazendo algo para resolver o seu problema. O fato de o Leitor-repórter publicar sua participação o tira da condição de ignorado, de alguma forma deixa sua reclamação, sua crítica ou o seu problema visível aos olhos de outras pessoas.

O quinto colocado, o “cidadão síndico”, também tem a função de protesto ou denúncia como um elemento marcante. Ele age para tentar resolver os problemas da sua comunidade. Tanto o “cidadão síndico” quanto o “cidadão ignorado” são, talvez, estereótipos de um elemento marcante em todas as categorias em alguma medida: o empoderamento. Derivando do termo em inglês *empowerment*, que significa “dar poder”, o conceito é tido em português sob várias formas. E um traço em comum talvez seja a valorização do grupo onde o indivíduo está inserido. De forma bastante sintética, já que este não foi o foco da fundamentação teórica desta pesquisa, Horochovski e Meirelles (2007) definem que “numa perspectiva emancipatória, empoderar é o processo pelo qual indivíduos, organizações e comunidades angariam recursos que lhes permitam ter voz, visibilidade, influência e capacidade de ação e decisão. Neste sentido, equivale aos sujeitos terem poder de agenda nos temas que afetam suas vidas” (p. 02).

Sendo assim, parece ser perceptível o status dado pelos interagentes ao espaço Leitor-repórter. Nele há o poder de resolver seus problemas, de tornar-se conhecido ou de adquirir reputação, por exemplo. Os interagentes parecem legitimados a partir de suas participações. Em alguma medida, talvez seja justamente o empoderamento que acaba motivando as participações em espaços de webjornalismo participativo em geral. E esta pode ser uma opção para uma pesquisa mais aprofundada futuramente.



Estas são algumas das conclusões e algumas das questões que podem ser levantadas. Neste estudo, pôde-se verificar que os perfis das pessoas que buscam espaços para se expressar na *web* com o *status* de produtor de informação são múltiplos, assim como suas motivações são variadas e inter-relacionadas. A interatividade na Internet e o webjornalismo participativo são diversificados, e envolvem questões mais complexas que a publicação em si.

Referências

AMARAL, Inês Albuquerque do. **A interatividade na esfera do Ciberjornalismo**. 2005. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/esp/autor.php?codautor=1377>

BRAMBILLA, Ana. Maria. **A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source**. Sessões do imaginário, 2005. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/reconfig.pdf>

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo open source: discussão e experimentação do OhmyNews International**. 2006. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/8457>

CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web**. 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>

FOSCHINI, Ana Carmen e TADDEI, Roberto Romano. **Jornalismo cidadão: Você faz a notícia**. 2006. Disponível em: http://pt.globalvoicesonline.org/wpcontent/uploads/2007/08/conquiste_a_rede_blog.pdf

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Presença, 2005

HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi e MEIRELLES, Giselle. **Problematizando o conceito de empoderamento**. 2009. Disponível em: http://www.sociologia.ufsc.br/npms/rodrigo_horochovski_meirelles.pdf

LEMOS, André. **Anjos Interativos e Retribalização do Mundo**. Tendência Xxi, v. 2, p. 19-29. Lisboa, 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>

LEVY, Pierre. **A inteligência coletiva : por uma antropologia do ciberespaço**. 2ª edição. São Paulo: Loyola, 1999

MIELNICZUCK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. 2003. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/estudos2003.htm>



O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**. 2005. Disponível em: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

PRIMO, Alex. Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, v. 5, n. 2, p. 125-142. São Leopoldo, 2003

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. *Contracampo (UFF)*, v. 14, p. 37-56, 2006. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>

PRIMO, Alex . **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. *E-Compós*, v. 9, p. 1-21. Brasília, 2007

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 2ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2008

PRIMO, Alex. **A busca por fama na web: reputação e narcisismo na grande mídia, em blogs e no Twitter**. 2009. Disponível em: <http://sec.adevento.com.br/intercom/2009/resumos/R4-1950-1.pdf>

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004

SCHULTZ, Tanjev. **Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers**. 1999. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/schultz.html>

STORCH, Laura Strelow. **A leitura ativa no Jornalismo Online: o fenômeno da interação hipertextual na organização da participação jornalística**. 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/storch-laura-leitura-ativa-jornalismo-online.pdf>

TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **O papel do webjornalismo participativo**. 2006. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/3184741/O-papel-do-webjornalismo-participativo>

TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Jornalismo participativo online: intervenção do público no Wikinews e Kuro5hin**. 2008. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/18760448/Jornalismo-participativo-online-intervencao-do-publico-no-Wikinews-e-no-Kuro5hin>