



Autorreferência, Participação do Leitor e Jornalismo *Online*: Um Estudo Sobre o VC no GI¹

Ricardo Gomes COSTA FILHO²

Lilian Cristina Monteiro FRANÇA³

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

RESUMO

Através da crescente importância das novas tecnologias de informação e comunicação na sociedade, num momento em que se evidencia a possibilidade de flexibilização do polo emissor – através, por exemplo, de experiências de jornalismo de “fonte aberta” –, a necessidade de legitimação e a questão da autonomia do jornalismo ganham contornos renovados. Dentro de um cenário de aprofundamento do processo de midiatização e em que, ainda que de maneira relativa, está presente um programa ligado à chamada *Web 2.0*, crescem os espaços de participação dentro de empresas de notícias presentes na *Internet*. Por meio de procedimentos autorreferentes, esses espaços podem funcionar também em sentido de reafirmação da legitimidade jornalística, premissa da qual se partiu aqui para o estudo da seção participativa *VC no GI*, do portal brasileiro *GI*.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo *online*; participação do leitor; autorreferência.

INTRODUÇÃO

As dinâmicas sociais que acompanham as recentes inovações das TIC projetam diversas reestruturações nos meios de comunicação social, fenômeno que dificilmente não será percebido por seus profissionais, usuários e consumidores. Essas alterações trazem consequências que, mesmo de árdua mensuração, já se apresentam, às vezes, de maneira imperiosa na produção, no uso e no consumo de artigos midiáticos.

O campo jornalístico, de importância ainda central no ambiente dos meios e plataformas de comunicação, não escapa dessa conjuntura. A relativa facilidade de se frustrar algumas posições tradicionais de emissão e recepção na *Internet*, por exemplo,

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Recém-graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe. E-mail: rgcfilho@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social da UFS. E-mail: lilianfranc@uol.com.br.



pode forçar o jornalismo a uma reavaliação do arranjo de seus valores, funções e capacidades. Diante da possibilidade do “público” formar redes de informação existe um problema de legitimidade evidente.

É sobre uma dessas situações de suposta abertura de emissão que este trabalho pretende discorrer: mais especificamente, a página de participação *VC no GI*⁴, do portal de notícias *GI*⁵, que permite que leitores enviem notícias e fotos, entre outras coisas, para a composição de uma seção de “jornalismo cidadão”. Nisso, serão focadas as questões concernentes a alguns procedimentos utilizados pelos veículos jornalísticos para reafirmar seu valor nesse contexto, nomeadamente os dispositivos que decorrem da autorreferência – e que buscam afiançar a autonomia do campo. Tal estudo estará circunscrito, como já ficou claro, ao âmbito do jornalismo *online*⁶.

Empregou-se aqui principalmente a pesquisa bibliográfica, numa tentativa de reunir e cotejar da maneira que foi possível as ideias encontradas sobre os temas em questão. Para a análise do objeto, foi utilizada uma observação empírica realizada durante o segundo semestre de 2010. Os resultados obtidos pelas informações acumuladas vieram por meio de “telas” conseguidas através da ferramenta de *printscreen*. De forma simplificada, o que se fez foi, após pesquisa exploratória dos mecanismos de participação de cada meio, um monitoramento das áreas de participação e um arquivamento das ocorrências em formato de imagem, comparando-se por fim os saldos dessa coleta lado a lado.

JORNALISMO ONLINE: CARACTERIZAÇÃO

Palacios (2002, p. 2), retomando as características do jornalismo *online* elaboradas por Bardoel e Deuze (2001), aponta seis pontos definidores que, segundo ele, “não se traduzem, necessariamente, em aspectos efectivamente explorados pelos sites jornalísticos, quer por razões técnicas, de conveniência, adequação à natureza do produto oferecido ou ainda por questões de aceitação do mercado consumidor” – sendo, assim, utilizados em níveis e de maneiras diferentes pelos jornais. Esses pontos são: *multimedialidade/convergência*, *interactividade*, *hipertextualidade*, *customização do conteúdo/personalização*, *memória* e *instantaneidade/actualização contínua* do conteúdo; os dois últimos ainda não sinalizados em Bardoel e Deuze (2001). O

⁴ Disponível em: <<http://g1.globo.com/vc-no-g1/>>. Acesso em: 3 de dezembro de 2010.

⁵ Disponível em: <<http://g1.globo.com/>>. Acesso em: 3 de dezembro de 2010.

⁶ Terminologia em acordo com o que explicita Mielniczuk (2003).



pesquisador também previne que não existe um formato “mais apropriado” a ser aplicado hoje no jornalismo *online*; tudo o que se tem é ainda muito elementar para que se fale em um padrão dito “avançado”. Também se deve ter cautela ao emprestar um tom de revolução a qualquer mudança que o jornalismo da *web* aparente carregar.

Conforme distingue Wolton (*apud* Palacios, 2002), os meios tradicionais tem uma lógica de “oferta”, que funciona numa esquemática de informação saída de “um” para “todos”. As NTIC, que funcionam através da demanda, lidam com um modelo de saída de “todos” para “todos”. Entendido isso, deve-se compreender também que a constituição dessas tecnologias inclui uma “articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, em diversos suportes, ‘em convivência’ e complementação no espaço mediático” (PALACIOS, 2002, pp. 5-6) (sublinhado no original). Não existem muitas *rupturas* propriamente ditas, mas *continuidades* e *potencializações* de possibilidades pré-existentes.

A respeito das “gerações”⁷ do jornalismo *online*, Mielniczuk (2003) cita as definições de John Pavlik, Silva Jr. e do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online (GJOL-FACOM/UFBA)⁸. Este último, como os outros dois, classifica os períodos do jornalismo *online* em três e leva em conta principalmente, por sua vez, a esfera do produto, com extensões às esferas de produção e disseminação.

No primeiro período, o que existe é uma transferência do meio impresso para o meio digital – não há informação produzida para a *web*, e mesmo as atualizações da página estão subjugadas ao horário de fechamento da edição de papel e tinta. O segundo já é privilegiado pelos avanços técnicos crescentes na configuração da *Internet*. Por um lado, o fazer jornalístico ainda está preso ao jornal impresso, à empresa já consolidada; por outro, cresce a utilização do hipertexto, começa-se a publicar acontecimentos ocorridos no entre-edições e seções de *breaking news*; a interação entre jornalistas e leitores passa a poder ser feita através de *e-mails* e fóruns (MIELNICZUK, 2003, p. 9). Finalmente, na terceira geração, as capacidades da *web* são mais largamente utilizadas e as possibilidades interativas mais aprofundadas. Nela, já é possível uma experiência que seja algo além de uma “versão” para a *web*; tanto editorial como empresarialmente já existe um ambiente favorável a resoluções para sites desse tipo (MIELNICZUK, 2003).

⁷ Já são bem difundidas na literatura acadêmica as divisões em “fases” do processo de desdobramento do uso da *Internet* para fins jornalísticos. Num primeiro nível, essas divisões podem sinalizar um sentido temporal a esse movimento, é claro, mas, no fundo, essa cronologia deve ser relativizada. Como afirma Mielniczuk (2003), a totalidade de experiências reais de jornalismo *online* pode não obedecer, na prática, a um esquema tão restrito.

⁸ Ver <<http://www.facom.ufba.br/jol/>>. Acesso em: 16 de novembro de 2010.



Uma intensificação de usos participativos no jornalismo *online*, além de estar claro nesse esquema de gerações, também é confirmado pelo incontornável fator de convergência – no qual seriam incorporadas diferentes vozes advindas de diversos formatos e bases (BECKER & TEIXEIRA, 2009). Dessa forma, na rede, o jornalismo se vê potencialmente mais aberto tanto a uma maior gama de sujeitos participantes como a um número maior de suportes, materiais e ferramentas na construção de peças de notícia, opinião, etc. Segundo Salaverría (2003), a partir disso pode-se dizer que foi disponibilizada uma maneira multimidiática de construir o discurso jornalístico.

PARTICIPAÇÃO E AUTORREFERÊNCIA NO JORNALISMO ONLINE

Por mais que seja um assunto controverso, é difícil contornar a temática da *Web 2.0* ao abordar *Internet* e interatividade – principalmente se levarmos em conta os relevantes acontecimentos da última década no que diz respeito à participação no jornalismo *online*. Não há como negar que o termo carrega, hoje, o ranço de um discurso de *marketing* muito forte, mas, ao mesmo tempo, não pode ser admitido que se deixe de olhar para o que ele representa sem o devido cuidado.

Se utilizarmos a expressão da mesma forma que O'Reilly (2005) – isto é, na afinidade com os *websites* (e até outras plataformas e *softwares*) que ela abrange, e, extrapolando aqui também esse nível, em sua relação com a rede mundial enquanto influência, referência e ameaça –, veremos que a *Web 2.0* pode ser um conceito que funcione mais como uma força atrativa. Ou, seja, como um “conjunto de princípios e práticas que interligam um verdadeiro sistema solar de sites que demonstram alguns ou todos esses princípios e que estão a distâncias variadas do centro” (O'REILLY, 2005, p. 2). Tais bases são alinhadas a termos de interação, descentralização, colaboração – etc. Dessa forma, a rede é posicionada como plataforma, o usuário assume posições de controle e os produtos estão ligados a competências como funcionalização do *software* como serviço, existência de uma estrutura projetada para a participação, a eficiência dos custos em escala, a remixabilidade dos dados, a *hackeabilidade* generalizada, a portabilidade de *software* entre dispositivos diferentes, etc (O'REILLY, 2005).

Procuramos chamar a atenção aqui para determinadas consequências do apoderamento de experiências identificadas com a “ética” 2.0. Tal ponto é crucial para este trabalho. Por mais relativizadas que sejam, as mudanças recentes no ambiente de consumo de informações e conteúdos implicam consequências tanto para os veículos que se desenvolveram no contexto do alinhamento à *Web 2.0*, como para os que se



criaram dentro de correntes anteriores. Os jornais que vieram do meio impresso, por exemplo, podem se encontrar em posição de busca de mimetizações, emulações, incorporações, além de lançar mão de discursos autorreferentes, auto-promotivos da publicação ou do sistema de mídia como um todo. Dentro dessas necessidades, conclui-se, podem ser inseridos alguns mecanismos de *participação*.

Segundo Primo e Träsel (2006, p. 10), a participação no jornalismo *online* pode ser descrita em termos de “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” - este trabalho, como será explicitado adiante, trata do caso de uma seção participativa. Para os autores, existem quatro condições relevantes que provavelmente estão relacionadas com o alargamento da participação na rede: o “maior acesso à internet e interfaces simplificadas para publicação e cooperação online”; a “popularização e miniaturização de câmeras digitais e celulares”; “a ‘filosofia *hacker*’ como espírito de época”; e a “insatisfação com os veículos jornalísticos e a herança da imprensa alternativa” (PRIMO & TRÄSEL, 2006, p. 3). Não se trata disso, é claro, de tratar sempre essas condições como agentes determinantes – ou até mesmo como “agentes” – mas de entender que a *percepção* da existência delas e o seu *uso* se conectam com remodelamentos no espaço midiático.

Estruturada da forma que foi colocada aqui, a participação se constitui num tema de, pelo menos⁹, duas faces para o campo jornalístico: suas forças podem ser vistas tanto como oportunidade quanto como ameaça – e não necessariamente materializadas em grandes efeitos dentro dos veículos, mas certamente de natureza presente e perceptível. Assim, Fonseca e Lindemann (2007, p. 91) dão ainda outro matiz ao problema ao tratarem desse ponto, como quando falam da “vontade do público de ‘se ver na mídia’” ao procurarem páginas como o *vc repórter*, do portal Terra¹⁰.

A partir daí, infere-se que, nos espaços de atuação “complementar” dos utentes em relação ao trabalho do jornalista profissional reside um caráter notável de funcionalização das participações. Enquanto que, em alguns ambientes, as “funções” protestadas seguem, de uma maneira geral, as linhas expostas aqui como justificadoras da atividade participativa enquanto ferramenta de pluralização das comunicações na rede, em outros – embora isso dificilmente vá ser apresentado como tal – há o

⁹ Reitera-se aqui a posição de Barichello e Carvalho (2008), para as quais seria ingênuo admitir uma polarização simplista entre o ideal de jornalismo participativo e a percepção de ameaça de ruína do jornalismo profissional.

¹⁰ Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/vcreporter>>. Acesso em: 10/07/2011.



desenvolvimento específico de outros empregos e usos. Essas “segundas funções” podem passar não só pelo narcisismo do público, como apontado por Fonseca e Lindemann (2007), mas também, como será abordado aqui, pela auto-promoção e manutenção de laços de afetividade e legitimação entre as figuras, instituições e empresas de mídia através de ações de autorreferência.

De acordo com Barichello e Carvalho (2008, p. 90), as mudanças que ocorrem hoje nos meios de comunicação social não raro estão associadas à expansão do processo de midiaticização – ou seja, ao crescimento de um conjunto de intervenções “sócio-técnico-simbólicas [que] modifica as relações entre mídia, sociedade e atores sociais”. O abalo dessas intervenções se estenderia aos campos sociais, reconfigurando os modos de estabelecimento e hierarquização de valores; num movimento complexo, isso reverberaria também no próprio campo midiático, havendo implicações sobre a produção noticiosa. Tal complexidade pode ser demonstrada muito claramente se observamos que, dentro do fato do jornalismo ser compreendido como um espaço essencial de valorização e legitimação, reside a possibilidade de manutenção de seus próprios valores e legitimidade (BARICHELLO & CARVALHO, 2008).

Fausto Neto (2008, p. 111) diz que a midiaticização, ou seja, “a transformação de uma sociedade caracterizada pela mediação dos meios (...), alteraria a questão da autonomia do campo dos mídias, e no caso, do jornalismo”. As investidas da midiaticização ocorrem muitas vezes dentro de um contexto em que os campos, como mencionado, buscam manter suas importâncias através de dispositivos midiáticos – e, ao mesmo tempo, os procedimentos de mídia aumentam sua validade através do uso de vários tipos de meios e plataformas de difusão de sentidos. Diversas práticas e conhecimentos dos meios de comunicação acabam, então, sendo alvo de apropriações dos campos sociais, num efeito interdiscursivo de “operações midiáticas” que tanto permeia os meios de elementos desses campos como os coloca numa divisão onde a mídia não pode ser vista sempre como “*um* lugar protagonista” (FAUSTO NETO, 2008, p. 111-112, em itálico no original). Via convergência, as possibilidades de ações produtivas ganham homogeneidade, e a autonomia jornalística sofreria, assim, uma modificação essencial e contraditória.

Tendo muito de sua institucionalização e identidade sido baseada numa auto-imagem “representacional” – o que lhe dava, ao menos em aparência, um ar de espaço intermediário dito objetivo, com marcas de enunciação abrandadas – o jornalismo, na sociedade crescentemente mediada pelos meios, vê sua autonomia em paradoxo. Ao



mesmo tempo em que os mídias ganham centralidade, a disponibilização e a apropriação enfraquecem o seu discurso de representatividade – constituído, por sua vez, sobre um “opacidade enunciativa” ligada a valores de objetividade dentro de um procedimento oculto de construção da realidade, que seria sempre indicada como “transposta” textualmente (BARICHELLO & CARVALHO, 2008; FAUSTO NETO, 2008).

Assim, agora, a autonomia do campo jornalístico seria trabalhada pela *explicitação* de seu caráter e procedimentos através da autorreferência. Não se trata de obliterar as marcas que revelam a característica de construto dos relatos, mas de mostrá-las mesmo, pedagogicamente. A operação é de celebração do modo de funcionamento do jornalismo, referenciamento eufórico de suas práticas, confirmação de sua própria existência e qualidade. Com isso,

o campo midiático jornalístico desenvolve sua condição de ‘realidade da construção’ segundo dinâmicas, mecanismos e procedimentos, que visam a estruturar os fundamentos de sua existência, os parâmetros de seu funcionamento, os seus ideais identitários, e as novas condições de sua autonomia (FAUSTO NETO, 2008, p. 118).

Analisando a situação, Barichello e Carvalho (2008), apontam como exemplo o caso de ambientes de participação com envio de fotos e textos noticiosos que operam dentro de *sites* jornalísticos empresariais. Esses espaços, em si, representam – ao nível do utente – alguma quebra da opacidade enunciativa na emissão; agregando ainda seu público em tarefas de autogerenciamento, o jornalismo não faz nada menos do que pôr em evidência uma parte de seu modo alegado de funcionamento.

Ao mostrar sua estrutura declarada dessa forma, o jornalismo empreende um autorreferenciamento sem precisar, necessariamente, por em risco sua autoridade, mesmo que a liberação do polo de emissão se configure num “perigo” (BARICHELLO & CARVALHO, 2008). Muito do fazer pragmático do jornalismo não é demonstrado. E não é à toa que a seção de participação é subordinada ao jornal como um produto: existe aí uma hierarquia e um controle que não são meras questões administrativas, mas posições de uma estrutura de valorização. Convidando o leitor a verificar parcialmente seu processo de construção da realidade, o jornalismo não apenas o atualiza de sua configuração autonômica, como revigora sua legitimidade diante dos processos complexos da midiaticização, em certa medida à em resposta aos *sites* totalmente dedicados ao jornalismo cidadão.

Um dos dispositivos de legitimação que pode ser identificados nessas seções é, dessa maneira, a comparação entre a notícia produzida pelo leitor e a notícia do jornal

(BARICHELLO & CARVALHO, 2008). Separadas em nome da credibilidade das informações, as peças são distintas das do público não só pela interface gráfica, mas também pela presença ou não de signos do jornalismo profissional no texto, como o tratamento dessas notícias enquanto “produto do jornal” e “produto do leitor”.

Dessa forma, fica nítida a possibilidade da utilização estratégica de seções de participação pelos veículos de jornalismo presentes na rede como ferramenta de legitimação e confirmação da autonomia do campo jornalístico. A prática da autorreferencialidade não é de hoje, assim como a celebração da figura do jornalista, do repórter. Mas, dadas as fissuras do polo emissor, tal prática ganha alguns contornos curiosos – trata-se, afinal, de uma reversão; da apropriação do que pode ser entendido como ameaça para elaborar uma espécie de apoio. Conforme advertido, será feita a seguir uma análise do caso do *VC no GI*, seção de participação do portal *GI*, das *Organizações Globo*, em que se buscará identificar a presença ou não de marcas relacionadas às problemáticas e conceituações reunidas aqui.

O CASO DO VC NO GI

O portal *GI* começou a funcionar na rede em setembro de 2006. Desde então, passou a servir como canal agregador de vários produtos da empresa – recebendo materiais do *Globoesporte.com*, da *Globo News* –, muito embora continuasse subordinado ao *Globo.com* (AMARAL & ASSUMPCÃO, 2009).

A seção participativa *VC no GI* seria localizada estrutural e formalmente como uma editoria do jornal. Todavia, ela não está indicada juntamente a blocos como *Política* e *Economia* nas chamadas de topo, onde ficam geralmente os itens editoriais – sua classificação como um “caderno” do *GI* é vista apenas no mapa do site, apresentado no fim da página principal, e no menu de algumas páginas. O caso não é exclusivo do *VC no GI*, entretanto: *Ego*, de colunismo social, e *Blogs e colunas*, que apresenta *posts* da redação, também estão de fora.

Além de constar no mapa do *site*, o *VC no GI* possui uma chamada permanente numa barra com imagens próxima à ponta inferior da “capa”, um lugar relativamente pouco privilegiado (*ver figura 1*). Junto dela, se encontram chamadas para a seção de *Especiais* (arquivos de reportagens especiais), para o *Fale conosco* (atendimento, sugestões e críticas) e *GI no celular* (serviço de notícias para telefones móveis). Com isso, podemos chegar à conclusão de que se trata esse de um espaço de chamadas para

um grupo de *serviços a serem oferecidos e “utilizados”*, pelo menos se nos ativermos à qualidade de memória e consulta do *site* de reportagens especiais.



Figura 1: Detalhe da página principal do *G1* em 16 de novembro de 2010: quatro chamadas para serviços. Disponível em: <<http://g1.globo.com/>>

Isso põe o *VC no G1* num lugar ambíguo: apresentado como editoria, sua ausência e sua presença em determinados espaços demarcadores apontam seu valor em outra direção. Um olhar mais detalhado sobre a figura 1 pode indicar, ainda, outras coisas a serem aí observadas. O uso do verbo “relembrar” e a ilustração com um número plural de páginas, no caso da seção *Especiais*, assinalam, como dito, o ponto característico da *memória* na *Web*, o que nos remonta à ideia que Palacios (2002) tem do assunto; na figura do *notebook* do *Fale conosco* parece existir uma referência à *interactividade* (PALACIOS, 2002) no tempo do uso do espaço cibernético; o mesmo é reproduzido no caso do *VC no G1*, podendo-se ainda adicionar as considerações de Primo e Träsel (2006) sobre, por exemplo, a importância do barateamento de câmeras digitais e aparelhos celulares para a execução e difusão de atividades participativas no jornalismo; ao outro celular, relativo ao *G1 no seu celular*, pode-se atribuir, pelo menos, a portabilidade de que fala O’Reilly (2005). Por que esses itens foram colocados num espaço conjunto e coerente, e com imagens tão sugestivas? Há pouca possibilidade de uma organização acidental: é mais provável que haja mesmo um intuito. E ele, no mínimo, deixa escapar que as equipes que gerenciam o *G1* não só estão a par do estágio em que processos de convergência e midiatização ocorrem hoje, como reagem a eles de maneira mais ou menos estruturada – o que pode dar alguma explicação à dubiedade funcional e valorativa do *VC no G1*.

Por vezes, além desses *links*, surgiam outras referências para a seção de jornalismo participativo do *G1*. Nessas ocasiões, apontava-se a conteúdos do *VC no G1* na “capa” do portal, com títulos, notícias, fotografias, vídeos, recomendações de galerias de imagens etc. Em alguns desses casos, o material aparecia na forma de apoio a outras notícias do jornal; existiam momentos, entretanto, em que a denominação original era privilegiada, podendo haver certo destaque para a contribuição como peça

auto-sustentada, inclusive. Por fim, registrou-se até produções de leitores que entraram para a lista de *Últimas notícias*. Essa abertura, pelo menos aparente, para a “voz” do *VC no GI* deve ser balizada, no entanto, pela existência de noticiamento, no *GI*, de situações ocorridas em outros espaços que trabalham numa pretensa abertura da esfera de emissão, como quando usuários de *sites* como o *Twitter* ganham alguma projeção.

É digna de nota também a maneira como é feita a enunciação dos participantes e das participações nesses espaços, arranjada de forma a produzir um efeito de separação clara entre os discursos do jornal e do utente. Assim, temos, além da indicação mesma da editoria (ou produto/serviço), a marcação da figura do “leitor” ou do “internauta” como produtor diferenciado daqueles conteúdos, num dispositivo de autorreferência indireta que, ao destacar o “amador”, pode valorizar o “profissional” (*ver figuras 2 e 3*). Sob o evidenciamento do leitor parece existir uma presunção óbvia de defesa contra possíveis inconsistências de um material que teria origem “informal” – o que, além de servir como blindagem, também deixa patente uma apresentação dos materiais que devem ser mais ou menos confiáveis segundo a publicação. Ao mesmo tempo, o destaque do internauta e da editoria pode ainda celebrar, de modo mais amplo, não só a capacidade do veículo de apreender o panorama atual dos fluxos de comunicação – uma associação que já poderia ser feita através da figura 1 –, mas também o ato dele conceder, em suas formalidades, oportunidade para um ambiente que funcione pretensamente de acordo com essas lógicas.

Nesse ponto, vale comentar outro aspecto enunciativo referente à apresentação das peças do *VC no GI*: enquanto que nas outras matérias os verbos utilizados nas chamadas estão relacionados, principalmente, ao acontecimento ou fato em questão, nas peças da seção participativa os verbos empregados geralmente se referem aos *atos da participação*. Ou seja, de um lado há “Motorista erra manobra (...)” e “PM confirma um morto e dois feridos (...)” (*ver figura 2*); do outro, “Leitor fotografa helicóptero (...)” (*ver figura 2*) e “Morador flagra blindado na Penha” (*ver figura 3*). Dessa forma, a atenção é dirigida novamente à presença de uma seção diferenciada: há um deslocamento de importância do *fato* para a *participação* e, logo, para a referência. Além disso, às vezes também emergem nas palavras certas características celebrativas e pedagógicas próprias da sustentação autorreferente da autonomia do jornalismo – os verbos dos casos citados aludem, por exemplo, a termos em certa medida pertencentes a uma “mitologia” jornalística, como “fotografia” e “flagrante”.



Figura 2 (à esquerda): link para conteúdo do VC no G1 é exibido nas Últimas notícias em 26 de novembro de 2010; **figura 3 (à esquerda):** duas chamadas para o VC no G1 na “capa” do portal G1 em 25 de novembro de 2010. Disponíveis em: <<http://g1.globo.com/>>

A noção de complementaridade atribuída à participação também pode adquirir uma função de autorreferência. Em certos casos, isso ocorre em razão do formato de não-notícia que as contribuições tomam: são fotos de “fãs” de determinado artista ou filme, por exemplo, algo cujo tratamento jornalístico parece presente apenas na organização daquilo que foi “enviado” – ou seja, no trabalho dos jornalistas do G1. Em outros casos, entretanto, foram encontradas matérias que tratavam a participação de outra maneira, pelo menos à primeira vista.

No dia 23 de novembro de 2010, por exemplo, foi publicado um infográfico que recebeu destaque na primeira página do site e reunia doze “relatos” de leitores sobre os ataques ocorridos no Rio de Janeiro naquele mês. Cada depoimento estava associado a uma localização num mapa que apontava o lugar dos ataques relatados; em cada entrada, além de uma citação com as palavras dos usuários, estavam disponíveis uma foto e um link para uma reportagem que poderia fornecer mais textos, fotos e vídeos. Sete das fotos do infográfico eram de leitores, assim como cinco das reportagens.

Num primeiro momento, talvez seja possível enxergar aí alguma equidade, mas isso, obviamente, não significa que não haja autorreferência. Ela aparece, como esperado, no arranjo das contribuições: no fim das contas, a produção final – organização, confecção – fica como sendo a cargo do G1. Não fossem os links para as cinco reportagens do VC no G1 e as fotografias, os leitores quase se converteriam simplesmente em fontes – seus comentários estão, inclusive, entre aspas. De resto, prevalece a referência ao trabalho gráfico, às quatro fotos do jornal, aos sete links para reportagens da redação, das quais apenas uma utilizou fotografia enviada ao VC no G1. A organização geral da peça é assinada por uma jornalista.

24/11/2010 16h48 - Atualizado em 24/11/2010 17h24

Leitor filma tiroteio na linha do trem na Zona Oeste do Rio

Ação ocorreu na tarde desta terça-feira, na estação de Senador Camará. Segundo a polícia, ninguém ficou ferido.

Fabricao F. V.
Internauta, Rio de Janeiro, RJ

imprimir



★★★★★ « dé sua nota

Estava no trem indo pra Jacarepaguá, quando ouvi um barulho muito forte, como se alguma coisa tivesse caído no trem. Ele foi diminuindo a velocidade até parar, entre as estações Santíssimo e Senador Camará. Todo mundo começou a sair do trem e a andar na linha. Quando desci, reparei que a fiação elétrica tinha arrebitado e os fios estavam embaixo do trem.

(O internauta Fabricio F. V. enviou a sequência de vídeos ao lado via **VC no RJTV**)

De repente, a gente viu os PM correrem e os tiros começaram. Todo mundo correu pra estação Senador Camará e tentou se esconder. Os tiros duraram uns 20 minutos ou mais, fiquei escondido numa oficina mecânica do lado da estação até que um trem vazio chegou e consegui colocar bastante gente e logo partiu rumo a Bangu.

Nota da redação: no vídeo acima, o trecho em que são ouvidos tiros começa com 1min39seg.

Figura 4: Reportagem com vídeo de leitor enviada ao *VC no G1*. Acesso em: 27 de novembro de 2010; disponível em: < <http://g1.globo.com/vc-no-g1/noticia/2010/11/leitor-filma-tiroteio-na-linha-do-trem-na-zona-oeste-do-rio.html>>.

As matérias produzidas por internauta apontadas pelo infográfico também podem denotar auto-alusão através de um tratamento de produção final, como ocorre na notícia intitulada “Leitor filma tiroteio na linha do trem na Zona Oeste do Rio” (ver figura 4). Além da composição do título destacar que a peça não é da equipe do portal, existe um detalhe acrescentado ao vídeo do autor, “Fabrício F. V.”: uma legenda que deixa claro – novamente – que aquilo não foi filmado pela redação, já que pertence ao VC. A qualidade da legenda contrasta com a baixa definição do filme captado, além de praticar uma imersão celebrativa na cultura do jornalismo televisivo. Afora isso, no meio do texto, em itálico, aparece uma intervenção do *G1* indicando mais uma vez que aquela notícia é elemento de um ambiente de participação ligado ao *site*. No final, como uma *guia*, outra nota ainda indica onde buscar o assunto de interesse dentro do vídeo.

Na página dedicada exclusivamente às participações de leitores que são selecionadas, podem ser observados vários dos pontos já tocados aqui. Algumas chamadas de notícias ainda ganham certo deslocamento de interesse para o ato de participação, mas não na mesma quantidade da página principal do *G1*. No dia 27 de



novembro de 2010, pelo menos três matérias foram apresentadas da mesma maneira que seriam caso tivessem sido produzidas pela equipe de jornalistas do *site* – talvez, infere-se, o fato delas estarem contidas no espaço exclusivo do *VC no GI* atenua a necessidade de discernimento. A página de participação, em si, já funciona como um dispositivo ativo de autorreferência, didatismo, celebração e confirmação de autonomia.

A respeito dos tipos de conteúdos enviados, foi possível notar também, de fato, um distanciamento da cobertura de *hard news*, não sendo registrada nenhuma matéria a respeito de circunstâncias políticas ou econômicas, por exemplo. Não por falta de uma indicação dessa possibilidade de cobertura: o *site* permite o enquadramento dos conteúdos a serem enviados nas temáticas “Brasil”, “Economia”, “Negócios”, “Política”... De uma forma geral, foram constatadas, de um lado, matérias baseadas no “flagrante” e/ou na novidade e na imprevisibilidade e, de outro, contribuições relativas a temas de variedades como automóveis e artistas. Vitt (2009), em estudo sobre o *VC no GI*, levanta que uma média de 97% das participações trazem um critério de novidade e 77% focam na imprevisibilidade; 20% estão baseados na notoriedade dos indivíduos em questão. 81% do que foi enviado continha, pelo menos, uma fotografia.

O desfalque das *hard news* não impede que seja constatada certa compreensão de alguns valores jornalísticos por parte dos leitores, o que confirmaria uma função de autorreferência pedagógica nas contribuições. Essa compreensão pode contar com estímulo direto do veículo, como na citada divisão das produções em “editorias”, que opera através de um espelhamento da própria estrutura do *GI*; isso se estende, de forma semelhante, à disponibilização de uma lista de *Últimas notícias* como as do periódico, mas voltada apenas para o que sai no *VC no GI*. Outra marca muito clara disso estaria presente no topo da página de envio de participações: nela, há menção ao “flagrante”, a critérios de relevância (“fato importante”), à novidade (“algo novo”), à utilização de suportes tipicamente utilizados no jornalismo (“foto ou vídeo”).

Para poder enviar contribuições, o utente deve estar registrado no sistema da *Globo.com* e estar de acordo com um termo de uso criado especificamente para o *VC no GI*¹¹. Nele, fica estabelecido que apenas maiores de 18 anos, ou menores assistidos por responsáveis, podem enviar contribuições; que o usuário não pode ter mais de um cadastro; que não é permitida qualquer violação à legislação do país, como as relacionadas à transgressão de direitos autorais; que há cessão total de direitos de

¹¹ Disponível em: < https://login.globo.com/Servlet/do/cadastro_submit>. Acesso em: 29 de novembro de 2010.



autoria do material enviado ao *GI*; etc. Existe, assim, uma ampla proteção legal do veículo contra os “perigos” de se trabalhar com a participação e as “inconsistências” do material emitido e que poderá ser publicado ou utilizado no *site*.

Uma informação importante a ser retirada do termo do *VC no GI*, chamado de “Termos e Condições Gerais do Produto ‘VC no GI’”, é a qualidade legal atribuída à seção – ali denominada *produto*. Isso retoma o que já foi discutido a respeito do lugar ambíguo do *VC* no portal: aqui, fica mais clara a sua faceta não-editorializada. Segundo o próprio termo de uso, o espaço é uma “cessão” que não implica uma “parceria” ou associação entre os usuários e a *Globo.com*. Isso reforça, infere-se, o caráter não exatamente construtivo do produto, mas seu aspecto de concessão e, num nível mais complexo, de viabilização de um efeito comparativo e referente.

O “contrato” ainda permite realizar uma confirmação do sentido de exposição da “realidade de construção” do jornalismo e da menção de seus valores na seção participativa do *GI*. Segundo o mesmo termo de uso, os conteúdos enviados devem ter “foco em material jornalístico, tais como: fotos, textos, vídeos e/ou áudios relacionados a fatos jornalísticos, dentre outros”. A referência, assim, é realizada pelos *meios* utilizados na participação e na *escolha* dos temas, ambos devendo reportar-se a símbolos do jornalismo de maneira orientada pelo *site*.

Para além dos pontos comentados aqui, outras observações sobre o *VC no GI*, podem, é claro, ser feitas – e nada impede que daí sejam identificadas funções, motivações e efeitos que não estejam ligados de maneira tão transparente à problemática da autorreferencialidade.. Em virtude das restrições deste trabalho, tal questão e muitas outras, porém, não podem ser mais bem descritas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Colocando de uma maneira simplificada, as referências à instituição do jornalismo aparecem tanto no engajamento da apropriação de valores jornalísticos como no discernimento do material do leitor. Por um lado, há uma distinção didática, transmitida aos leitores através da demanda de seus próprios conhecimentos a respeito do campo do jornalismo, que exercita a “realidade de construção” desse campo. Por outro, há uma separação clara e até valorativa do que é produzido pelo leitor e pelo jornalista profissional, não só pela contraposição das peças, mas pelo fato deste último ter poder de seleção e interferência no trabalho do primeiro.



As referências ao *GI* como veículo jornalístico emergem tanto de uma extensão do que acontece no que foi citado acima, como numa compreensão localizada que pode ser feita dele em seu papel de análise, concessão e diligência sobre a condição atual de relativização e “flexibilidade” de emissão e convergência. Assim, a manutenção de legitimidade e autonomia estaria associada também a uma postura de pretensa capacidade, eficácia e abertura diante de tal contexto.

É importante deixar claro, entretanto, que nem os ambientes de participação do leitor estão restritos às funções de participação como fornecimento de conteúdos e como aparelho de autorreferência, nem a autorreferência ocorre da mesma forma e intensidade em todos os veículos que possuem uma seção como o *VC no GI* ou coisa que tenha desempenho semelhante. Por isso, muito do que foi observado aqui pode não ter validade como regra geral; as aplicações dependerão sempre das situações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Ana Luisa; ASSUMPÇÃO, Alice. A interatividade no jornalismo on-line: estudo de caso do site G1. **Anais do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0211-1.pdf>>. Acesso em: 28 de novembro de 2010.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. (2001). Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. **Australian Journalism Review** 23 (2), p. 91-103. Disponível em: <<https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeUze+NetworkJournalism+2001.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 13 de julho de 2010.

BARICHELLO, Eugenia; CARVALHO, Luciana. Webjornalismo participativo e autorreferencialidade: estratégias de legitimação do campo do jornalismo na sociedade midiaticizada. **Alceu**. Rio de Janeiro, v. 9, n. 17, p. 90-101, 2008. Disponível em: <http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/media/alceu_n17_Barichello.pdf>. Acesso em: 2 de novembro de 2010.

BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana. Narrativas jornalísticas audiovisuais: um estudo dos efeitos da convergência no JN e no UOL. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p. 232-246, dez. 2009. Disponível em: <<http://www.google.com/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=0CBQQFjAA&url=http%3A%2F%2Frevistas.pucsp.br%2Findex.php%2Fgalaxia%2Farticle%2Fdownload%2F2686%2F1733&ei=i1BBTOS9AomCuAee1O1f&usq=AFQjCNED3zOauFSut-4Neaqr4nRuMRj6sw>>. Acesso em: 16 de julho de 2010.

FAUSTO NETO, A. Notas sobre as estratégias de celebração e consagração do jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 109-121, 2008. Disponível em:



<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/view/5563/5050>>.

Acesso em: 24 de novembro de 2010.

FONSECA, Virginia. LINDEMANN, Cristiane. Webjornalismo Participativo: repensando algumas questões técnicas e teóricas. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n. 34, dezembro 2007, p. 86-94. Disponível em: <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/viewFile/4589/4308>>. Acesso em: 19 de outubro de 2010.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na Web. In: MACHADO, Elias, PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/estudos2003.htm>>. Acesso em: 13 de julho de 2010.

MORETZSOHN, Sylvia. Sobre alguns mitos do “jornalismo cidadão”. **4ª SBPJor – Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo**, Porto Alegre, 2006. Anais, Porto Alegre, 2006. Disponível em: <http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/ind_sylvia_moretzsohn.pdf>. Acesso em: 19 de novembro de 2010.

O'REILLY, Tim. **O que é Web 2.0 – Padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software**. (2005). Disponível em: <<http://www.cipedya.com/doc/102010>>. Acesso em: 18 de novembro de 2010.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Notas para discussão**. Workshop de Jornalismo Online, Universidade da Beira Interior, Covilhã, junho de 2002. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Acesso em: 13 de julho de 2010.

PRIMO, A.; TRÄSEL, Marcelo. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. **VIII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação**, 2006, São Leopoldo. Anais, 2006. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>> Acesso em: 13 de julho de 2010.

SALAVERRÍA, Ramón. Convergencia de medios. **Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui**, n. 81, 2003. Disponível em: <<http://chasqui.comunica.org/content/view/190/64/>>. Acesso em: 29 de julho de 2010.

VITT, Fernanda. A Notícia sob a Ótica do Público. **Anais do XXXII Congresso de Ciências da Comunicação**, Curitiba, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1342-1.pdf>>. Acesso em: 28 de novembro de 2010.