O Produto Noticioso no Webjornalismo Participativo[1]

Fernanda Carraro Dal-Vitt RAIS[2]
Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

O webjornalismo participativo é um fenômeno recente que surgiu em meados da década de 90 a partir da proliferação do acesso à Internet. As notícias que antes eram produzidas e transmitidas pelos jornalistas passaram a envolver o público em todo o seu processo, desde a coleta, criação, análise e distribuição. Por conta disso, nota-se uma avalanche de informações dispostas nos espaços destinados à publicação de idéias. Assim, a proposta deste artigo é promover uma reflexão acerca do produto noticioso no webjornalismo participativo, levando-se em consideração as características do suporte midiático, bem como a narrativa no jornalismo desenvolvido para a web. Objetivando uma melhor compreensão do contexto, far-se-á uma análise de uma webnotícia enviada por um internauta e publicada no canal VC no G1, no Portal Globo.

PALAVRAS-CHAVE: mídia; cibercultura; webjornalismo; webjornalismo participativo; notícia.

Introdução

O jornalismo digital representa uma revolução na produção e distribuição de notícias. O modelo transmissionista de um para todos, peculiar dos meios de comunicação de massa, foi substituído no jornalismo desenvolvido para a web por um modelo de comunicação de um para um, um para todos e todos para todos. Isso quer dizer que o processo comunicativo que até então era formado por um emissor que enviava suas mensagens aos receptores descentralizou-se, propiciando a horizontalização do processo comunicacional.

Em tempo, a história do jornalismo na web teve três fases que serão aqui apresentadas brevemente. De acordo com Luciana Mielniczuk (2003) a primeira, conhecida como transpositiva, dizia respeito às experiências iniciais. O conteúdo dos meios de comunicação impressos eram reproduzidos nos sites jornalísticos e as atualizações eram de acordo com o fechamento das edições. A segunda, denominada de metáfora, fazia referencia

[1] Trabalho apresentado no GT – Cibercultura e Tecnologias da Comunicação, do Inovcom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – INTERCOM SUL 2008.
[2] Graduada em Jornalismo pelo Centro Universitário Positivo (Unicenp) e 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

as primeiras tentativas de explorar o potencial oferecido pela web, como por exemplo, a inclusão de links e espaços destinados à publicação, circulação e debate de idéias. Já na terceira, e atual fase, as notícias passaram a ser desenvolvidas exclusivamente para a world wide web, usufruindo dos recursos proporcionados por esta rede telemática.

Uma rápida descrição das características do jornalismo desenvolvido para a web, ainda citadas pela autora, e descritas abaixo, leva-nos a perceber que este meio potencializa os atributos já existentes nos veículos de comunicação tradicionais. Isso quer dizer que não são elementos totalmente inéditos, que surgiram junto com este suporte digital, mas sim, foram adaptados a esta nova realidade. Esse entendimento coaduna com o pensamento da pesquisadora Mielniczuk, o qual é parcialmente descrito a seguir:

> Uma discussão muito pertinente aborda se estas características seriam realmente novidades trazidas pelo meio digital ou seriam apenas extensões de características já existentes no jornal impresso, no rádio e na televisão (Palacios, 1999). O que desperta maior interesse é que - independente do fato de serem aspectos novos ou não - tais característas somadas ao suporte digital, configuram uma determinada situação específica e esta sim é uma situação inédita. [...] (MIELNICZUK, 2003, p. 4-5)

- Multimidialidade - Possibilidade de associar texto, som, animações, infográficos, imagem fixa e em movimento na apresentação do fato jornalístico. Aqui, ressalta-se o exemplo da televisão, cuja tecnologia de telecomunicação já permitia a transmissão instantânea destes elementos.

- Interatividade – Capacidade de fazer com que o usuário sinta-se parte do processo noticioso. Neste caso, tanto no jornal impresso, como no rádio e na televisão, as pessoas já enviavam seus comentários e sugestões de pautas através de cartas e telefonemas.

- Hipertextualidade – Interconexão de textos através de links, permitindo o aprofundamento do assunto. Embora esse detalhamento da informação fosse possível no jornal impresso, a sua divulgação dependia da importância do assunto como notícia, segundo a avaliação do veículo de comunicação.

- Personalização – Configuração de uma página da web de acordo com a preferência individual do usuário. Aqui, neste caso, sabe-se que as empresas jornalísticas já desenvolviam os seus produtos noticiosos de acordo com o seu público-alvo.

- Memória – Possibilidade de armazenar um volume expressivo de dados e a facilidade de resgatá-los. Salienta-se aqui que, embora os arquivos já existissem nos veículos de

comunicação tradicionais, o seu manuseio e a sua recuperação era restrita aos funcionários da empresa jornalística.

- Instantaneidade – Rapidez tanto no envio quanto no recebimento de informações jornalísticas, não sendo mais necessário aguardar o dia seguinte para ficar informado sobre os fatos que estão acontecendo. No caso dos rádios, por exemplo, por ser um veículo com menos complexidade tecnológica, a informação era transmitida antes dos outros meios de comunicação, porém os ouvintes ficavam atrelados à programação para se manter atualizados. Isso porque a ordem de apresentação das notícias é fixa.

Exposto isso, cabe ressaltar que tais características não se encontram presentes obrigatoriamente em todos os sites jornalísticos e nem possuem caráter impositivo. Estes atributos podem ser detectados em maior ou menor grau, variando de acordo com o potencial tecnológico e estrutural de cada página da web.

Webjornalismo Participativo

Como forma de jornalismo mais recente, surge o webjornalismo participativo, modalidade na qual qualquer indivíduo, independente da formação acadêmica, pode assumir diretamente a função de produtor do processo noticioso, transmissor dos fatos e analista das informações. Em outras palavras, o termo também pode ser definido como a prática jornalística desenvolvida por qualquer pessoa.

Esse fenômeno, criado em meados da década de 90, a partir da proliferação do acesso à Internet, faz com os papéis que até então eram bem definidos, jornalistas de um lado transmitindo as informações e público de outro as consumindo, sejam borrados. Alex Fernando Teixeira Primo e Marcelo Träsel definem o termo webjornalismo participativo como as "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". (PRIMO, TRÄSEL, 2006, p.10)

> A separação rígida entre os que fazem as notícias e os que recebem as informações desaparecem no mundo virtual. Os profissionais da comunicação têm agora milhares de aliados na tarefa de apurar fatos, conhecer novidades, reunir e comentar informações. Qualquer um pode fazer notícia. O modelo tradicional, que distingue os emissores dos receptores da informação, deu lugar à comunicação feito por meio da colaboração. (FOSCHINI; TADDEI, 2006, p.9).

Mas esta participação popular se deve, sobretudo, ao contexto social e tecnológico das redes que além de disponibilizarem aos internautas ferramentas de fácil usabilidade, reforçam a idéia de democratização da informação. Isso faz com que a cada dia um número

maior de pessoas se conecte ao mundo virtual e desfrute do potencial oferecido por este suporte. Assim, qualquer cidadão que tenha acesso à Internet, mesmo que não tenha conhecimento em linguagens de programação, tem a oportunidade de publicar o seu material informativo, seja em páginas pessoais ou em sites jornalísticos participativos.

Diante disso, verifica-se uma multiplicidade de temas escritos por pessoas dos mais diversos locais geográficos, que embora, na maioria das vezes, não tenham pretensões a ocupar a função de jornalista, escrevem pelo simples fato de exercer a sua cidadania, contribuir para a construção de uma democracia mais justa e igualitária, valorizar o acontecimento local, revelar ângulos diferentes da notícia e cobrir o espaço vazio deixado pela mídia tradicional. Neste cenário, a contribuição de cada pessoa tem valor inestimável para a sobrevivência do webjornalismo participativo, uma vez que está diretamente relacionada à existência desta prática jornalística.

Se olharmos para as décadas anteriores ao surgimento do webjornalismo participativo, veremos que embora já houvesse a presença do público nos meios de comunicação de massa, como por exemplo, no jornal impresso, no rádio e na televisão, em que as pessoas enviavam seus comentários e sugestões de pautas através de cartas e telefonemas, é possível constatar que o número de participações era inexpressivo se comparado aos dias atuais. Isso se deve pelo limitado espaço físico que estes meios dispunham ou pelo controle cada vez maior dos editores das empresas de comunicação, que impediam de circular às informações contrárias aos interesses ideológicos, políticos e econômicos daquele veículo. Dessa forma, as mensagens eram filtradas pelos jornalistas e somente uma pequena parcela era publicada nas seções de serviços, o que desestimulava a contribuição popular.

Com os avanços tecnológicos, surge uma nova arquitetura social, que abre os canais de comunicação, tornando possível a publicação de todo o material informativo que chega à rede. Este fenômeno vem se alastrando pela Internet em proporções imensuráveis, sendo impossível quantificar o número de portais que já aderiram à produção aberta de notícias. Os sites jornalísticos dos meios *mainstream* não estão alheios a este fenômeno. Pelo contrário, é com apelo de que todo cidadão pode participar[3] que os jornais estão cada vez mais disponibilizando espaços aos usuários da rede para que interajam aos seus conteúdos. Assim,

[3] Exemplo de portais, cujos slogans apelam à participação popular: No site coreano OhmyNews -www.ohmynews.com – o slogan é "todo cidadão é um repórter". No canal Vc Repórter, do portal Terra, -www.terra.com.br/vcreporter - a chamada é "Flagrou uma notícia? Fez uma foto? Gravou um vídeo? Participe já!" No canal VC no G1, do portal Globo, -http://g1.globo.com/VCnoG1/ - o convite é "Envie sua notícia para o VC no G1! Você pode colaborar enviando textos, fotos e vídeos. Para participar, basta ser cadastrado na Globo.com. O cadastro é fácil, rápido e grátis!"

os internautas têm a oportunidade de tecer comentários nos blogs[4], chats[5] e fóruns de discussão[5] ou até mesmo contribuir e participar da produção noticiosa enviando fotografias, vídeos, áudios e informações, selecionadas, redigidas e editadas por eles próprios.

Com o aumento exponencial do material informativo circulando no ciberespaço, torna-se discutível as figuras do *gatekeeping* e do *gatewatching* no processo de seleção e filtragem da informação. Segundo a definição do autor Axel Bruns, apud Alex Primo e Marcelo Träsel (2006, p. 7), *gatekeeping* são "os "portões" de informação controlados por jornalistas em redações, responsáveis por selecionar quais fatos serão publicados, de acordo com critérios de noticiabilidade". Em oposição está o conceito de *gatewatching,* definido por ele como "a necessidade de avaliar as informações, não sendo mais preciso rejeitar as notícias devido à falta de espaço, porque é possível a publicação de todas". Sendo assim, a visão exposta por Axel Bruns diante dessas duas teorias é que se nota um deslocamento da doutrina do *gatekeeping,* visível nos meios de comunicação de massa, para a *gatewatching,* perceptível na rede telemática.

Embora no mundo virtual todas as informações possam ser publicadas, isso não quer dizer necessariamente que todas serão lidas. Por isso, ao escrever é necessário que o autor utilize alguns critérios de noticiabilidade para atrair a atenção dos internautas que estão navegando no ciberespaço, pois caso contrário, com apenas um clique no mouse e em fração de segundos, ele é lançado no espaço virtual.

Critérios de Noticiabilidade no Webjornalismo Participativo[6]

Por entender que a notícia é a matéria-prima do webjornalismo, ao apresentar uma definição para este termo, corre-se o risco de instaurar um ponto de vista de caráter simplista e superficial, pois não existe um significado que seja único e aceito universalmente. Na tentativa de apresentar uma explicação conceitual, toma-se como base a enunciação de Foschini e Taddei (2006, 27) que aponta a notícia como sendo "o relato ou registro de um fato importante para uma pessoa ou um grupo e com algum elemento de novidade. Para fazer

[4] Em linhas gerais, blog é uma página pessoal ou coletiva da web onde o autor publica conteúdo (textos, fotos e vídeos) sobre qualquer assunto e deixa espaço aberto para os visitantes tecerem comentários ou fazerem críticas, sendo que as atualizações são organizadas em ordem cronológica.

[5] Para Alex Primo (2003, p. 4), "do ponto de vista da comunicação (e não da transmissão de informações), tecnologias como ICQ, o e-mail, os fóruns, as listas de discussão e os *chats* vieram facilitar o livre debate e a cooperação, apesar da distância geográfica que separa os participantes".

[6] O subtítulo apresenta as primeiras investigações sobre o tema, que é o objeto de estudo da minha dissertação de mestrado, em fase de elaboração, cuja orientadora é a professora, doutora, Claudia Quadros.

notícia, é preciso contar com informações confiáveis, sendo presenciando um fato, entrevistando quem presenciou ou reunindo informações a partir de boas fontes". Luís Amaral (1978, p. 40) explica o termo citando que "alguns atribuem a Amus Cummings, do New York Sun, outros a Charles Dana, a explicação mais conhecida e curiosa sobre o que é e o que não é notícia: "Se um cachorro morde um homem, não é notícia, mas se um homem morde um cachorro aí, então, é notícia, e sensacional"."

Seja qual for a definição conceitual, vale ressaltar que o fundamental são as suas características e os objetivos que através da sua divulgação se pretende alcançar. Reunindo as considerações de vários autores e observando as notícias publicadas nos sites de webjornalismo participativo, parte-se para uma breve descrição dos atributos que devem ser imprescindíveis. O mesmo vale para as fotografias e vídeos postados que devem também transmitir ao público conteúdo informacional.

- Novidade – Um fato só pode virar notícia se for um acontecimento novo, atual, sendo que o fator temporal é parte integrante de uma produção jornalística;
- Veracidade – É necessário descrever a informação tal qual aconteceu, com imparcialidade, rigor dos fatos e sem distorções;
- Objetividade textual – A notícia deve ser divulgada de forma direta e expressar o máximo de informação no menor número possível de palavras;
- Informação – É fundamental que a notícia tenha todos os elementos necessários para que haja o máximo de compreensão possível dos internautas, como por exemplo, responder às seis perguntas básicas do jornalismo: quem, o quê, quando, onde, porquê e como;
- Clareza – É imprescindível reunir a simplicidade das palavras, com o rigor da linguagem e com o vocabulário adequado.

Visto isso, pode-se perceber que as mesmas características também se aplicam ao jornalismo tradicional, veiculado na mídia impressa, radiofônica e televisiva. Embora as notícias no webjornalismo participativo sejam escritas por cidadãos comuns, estes elementos são necessários para haver uma participação responsável do público no envio do material noticioso. Seguindo esses critérios e adotando uma postura íntegra e transparente durante todo o processo noticioso, que envolve desde a coleta até a distribuição do material informativo, tem-se maiores chances de conquistar a confiança do internauta.

Dito isso, toma-se como estudo de caso a notícia enviada pelo internauta do Rio de Janeiro, Leandro Kovacs Menezes, a qual foi publicada no canal VC no G1[7], no Portal Globo, no dia 14 de março de 2008, às 16:22, cujo título é "Homem é assassinado na Tijuca".

Nota-se que a divulgação do fato está diretamente ligada ao tempo da sua ocorrência, ou seja, o assassinato aconteceu por volta das nove da manhã e a notícia foi publicada no canal do Portal Globo por volta das 16 horas, o que corrobora a necessidade da informação ser recente para se tornar notícia.

Quanto à veracidade da informação, o internauta comprovou-a através da fotografia, que pelo seu caráter verossímil foi utilizada como prova incontestável do acontecimento. As entrevistas de testemunhas que presenciaram o crime e a divulgação do endereço também demonstram o seu caráter verídico.

O texto-legenda divulga de forma breve - sem rodeios - e em uma maneira clara e objetiva, informações sobre as circunstâncias em que o fato ocorreu. Embora a cobertura tenha sido muito superficial, a notícia responde ao leitor cinco das seis perguntas básicas que

[7] Em maio de 2007, o Portal Globo abre ao público um canal de webjornalismo participativo, convidando as pessoas a enviar flagrantes captados nas ruas, seja através de textos, fotos e vídeos, para serem publicados. O usuário que deseje enviar informações imagéticas ou textuais deve realizar o cadastro e aceitar um termo de condição de uso do serviço. As notícias enviadas são encaminhadas para os editores do G1, que irão avaliar o conteúdo de acordo com os critérios de seleção de notícias. Caso seja aceita, as reportagens dos internautas vão ao ar junto com as produções de jornalistas profissionais.

formam o lead: quem, o que, quando, onde e como. Isso propicia que o leitor tenha uma noção geral a respeito do assunto abordado, o que não quer dizer necessariamente que ele tenha saciado o seu desejo de informação. Salienta-se que esta notícia tem estilo *fast food*, ou seja, as informações são dispostas de modo que o leitor pode lê-la rapidamente.

A linguagem simples, popular e em estilo coloquial, assim como a frase escrita em construção direta, contribuem na familiaridade do discurso jornalístico. As palavras utilizadas no título são de um vocabulário coloquial e registram um discurso impactante e de forte apelo emocional. O sensacionalismo, recurso definido aqui como a arte de potencializar elementos que dramatizam o fato, também pode ser detectado na fotografia, uma vez que a vítima aparece com sinais nítidos da violência sofrida.

Quanto à diagramação, ressalta-se que a imagem, o tamanho das fontes tipográficas, a posição do título, enfim, os elementos visuais estão em sincronia e perfeitamente posicionados de tal modo que conduzem o olhar do internauta a ler a webnotícia, evitando que ele se perca diante das informações.

A partir da análise destes elementos, conclui-se então que embora este canal ofereça espaço para colaboração do público, ainda que ele não possa participar efetivamente da edição e diagramação do conteúdo, pois existe a figura de um editor, este site ultrapassa a simples navegação, uma vez que permite ao internauta enviar o seu material noticioso.

Considerações Finais

Em virtude do jornalismo participativo na web ser um fenômeno recente, ainda sem consenso sobre bases conceituais, é necessário que seja analisado na tentativa de acompanhar a sua evolução e os seus delineamentos provocados pela revolução tecnológica. Diante disso, fez-se necessária uma reflexão sobre as características do suporte digital, bem como a narrativa no jornalismo desenvolvido para a web, tomando como objeto de estudo uma webnotícia enviada por um internauta, publicada no canal VC no G1, no Portal Globo.

A partir do caso analisado, conclui-se então que a narrativa de uma webnotícia produzida por cidadãos-repórteres conserva algumas das características das notícias desenvolvidas para o jornalismo tradicional, veiculado na mídia impressa, radiofônica e televisiva, como por exemplo, a novidade, a veracidade e a clareza. Entretanto, enfatiza-se que há uma fragilidade no aprofundamento da informação, atributo inerente à atividade jornalística.

Em relação ao suporte midiático, o webjornalismo também herdou elementos dos veículos de comunicação de massa, não havendo, portanto, uma ruptura com relação aos meios anteriores, mas sim, uma potencialização dos atributos já existentes. Isso significa dizer que todas as possibilidades se ampliam no contexto da Internet, como por exemplo, a interação humana, a capacidade de armazenamento de dados e personalização de informações.

Defende-se aqui, então, que tanto a webnotícia quanto o seu suporte midiático não são elementos totalmente inéditos, que surgiram junto com a criação deste meio digital, mas sim, foram adaptados a esta nova realidade, gerando um novo produto. Sendo esta uma situação recente e que merece análise, o presente artigo teve por objetivo tentar conduzir uma reflexão acerca da notícia no webjornalismo participativo, que possibilita envolver o público em todo o seu processo desde a coleta, criação, análise e distribuição da informação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Luís. **Jornalismo: matéria de primeira página.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978. 234p.

FOSCHINI, Ana Carmen & TADDEI, Roberto Romano. **Jornalismo Cidadão. Você faz a notícia.** Coleção Conquiste a Rede. Overmundo. Disponível em: http://www.overmundo.com.br/banco/conquiste-a-rede-jornalismo-cidadao-voce-faz-a-noticia. Acesso em: 14 de mar. 2008.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web.** Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/JOL/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf> Acesso em: 08 de mar. 2008.

PORTAL GLOBO. Disponível em: http://g1.globo.com/VCnoG1/0,,8491,00.html
Acesso em: 14 de mar. 2008

PORTAL OHMY NEWS. Disponível em: www.ohmynews.com Acesso em: 14 de mar. 2008

PORTAL TERRA. Disponível em: www.terra.com.br/vcreporter Acesso em: 14 de mar. 2008

PRIMO, Alex. Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003 Disponível em: http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/quao_interativo_hipertexto.pdf Acesso em: 21 de fev. 2008.

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 Acesso em: 3 de mar. 2008.