

Jornalismo: leitor coautor e sua relação com as informações midiáticas¹

Lucia Helena Vendrusculo Possari²

Adriele Cristina Rodrigues³

Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT

RESUMO

As novas tecnologias de comunicação têm alterado a maneira com que vivemos em sociedade. A própria mídia passa a reconhecer tais mudanças e começa a utilizar recursos como interatividade e colaboração para fidelizar seu público. Com espaços colaborativos disponibilizados em sites, e as próprias redes sociais, surge o questionamento do que passaria pelo viés de notícia, ou não. O que seria notícia afinal? Uma pessoa narrar em sua rede social um acontecimento não seria informação noticiosa? Esses questionamentos são fundamentais para entender como a atual mídia e este leitor coautor interage com as informações na cibercultura.

PALAVRAS-CHAVE: notícia; jornalismo colaborativo; informação; comunicação conectiva; interatividade.

INTRODUÇÃO

Temos sido considerados apenas leitores do jornal impresso, telespectadores da TV e ouvintes do rádio. Era possível apenas interagir com o conteúdo através de carta do leitor, telefonemas para redação ou participação em auditório. Com a internet passamos a ser leitores coautores, produzindo informações, modificando-as e as distribuindo. Ou seja, mantemos uma relação de interação/interatividade com a rede.

Os veículos de comunicação fazem parte da nossa história e as trocas de informações são objetos simbólicos que movem a sociedade. A TV, rádio, jornal impresso e, mais recentemente, a internet, têm sido ferramentas essenciais para a manutenção social e, da mesma maneira que a sociedade muda, a maneira com que lidamos com tais veículos também.

Conforme enfatiza FERRARI (2014, p.40) “as mídias sociais teceram um novo padrão social, onde cada indivíduo faz parte de várias redes complexas (famílias,

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 12 a 14 de junho de 2017.

² Doutora em Comunicação e Semiótica. Professora e orientadora do Programa de Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea – ECCO/UFMT. Email: luciahvp@hotmail.com

³ Doutoranda do Programa de Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea – ECCO/UFMT. Email: adriele_cr@hotmail.com

colegas de faculdade, colegas de trabalho, da academia, do bairro etc.” E é a internet que dá suporte a essas interações, permitindo sociabilidade e socialidade.

Ando indagando: seria a internet uma plataforma que altera a maneira como lidamos, inclusive, com a notícia? A notícia é um produto jornalístico, até então, que visa narrar um acontecimento de interesse público. Com a internet, estaria esse conceito sendo ampliado, modificado?

Para exemplificar: acontece um atentado terrorista em um prédio, e um dos reféns filma tudo, acompanha em tempo real e veicula as informações que ele coletou no local em sua rede social. Isso não poderia ser caracterizado como notícia? Afinal é um acontecimento relevante, que está sendo narrado em tempo real através de um canal de comunicação de grande alcance.

Outra exemplificação: um determinado veículo insere em seu site uma notícia dando destaque a um determinado político. Nos comentários, os usuários começam a criticar, postar contrapontos, discordar nas redes sociais. Por pressão e medo de perder a audiência, o veículo veicula outras notícias, agora falando o contraponto do que foi veiculado inicialmente. Essa não seria uma maneira de alterar a notícia? De mudar a apuração? De propor novas pautas?

É neste novo cenário, que esta pesquisa propõe compreender como se configura a contribuição do leitor na construção e divulgação da notícia. Estaríamos todos alterando, divulgando e até mesmo criando notícias? Estariam os veículos de comunicação sendo levados a mudar suas características para se adequar à cibercultura?

Para este estudo, então, fez-se necessário traçar rotas teórico-metodológicas, para compreender a comunicação e as mídias; os fundamentos teórico-metodológicos dos cursos de Comunicação Social; a chamada mídia informativa da década de 90/2000: o impresso, o rádio, a TV e a internet; o que caracteriza um site de notícias; a construção dos sites no século XXI, as redes sociais e a produção de notícias; o papel do leitor/interator no processo de interação e interatividade como ator. Por não se tratar de um tema quantificável, a pesquisa é de abordagem qualitativa, visando descrição e análise. Com o objetivo de compreender o todo, enfatizo a realização pesquisa bibliográfica, e para analisar os meios de comunicação, a pesquisa documental.

Com as informações coletadas, passamos para o terceiro passo da pesquisa, a netnográfica. Com a netnografia analisamos as redes sociais na produção de notícias, o

papel do leitor coautor no processo de interação e interatividade, o leitor e seus comentários e, por fim, a contribuição do leitor na construção e divulgação da notícia.

Compreender tais pontuações é primordial para entender como se configurou e o que mudou na atual configuração com relação a comunicação, o leitor e as mídias. A pesquisa proposta vem dizendo muito sobre a cibercultura, o leitor e a notícia, incluindo, inclusive, no campo do jornalismo. A ideia é estudar da contemporaneidade do jornal impresso da década de 90 aos sites de notícias a partir de 2000: o leitor coautor na era da cibercultura.

O homem moderno do século XXI está mergulhado em notícias. São informações que brotam no rádio, no jornal impresso, na revista, na televisão e agora, mais recentemente, nos sites da internet e nas redes sociais.

Logo que os alunos de jornalismo entram na faculdade a primeira pergunta a ser respondida é: o que é notícia? A resposta não é tão simples de ser dada, se é que existe uma resposta concreta, já que vários autores assumem vertentes diferentes para definir tal produto jornalístico.

Uma possibilidade de embasamento e que acreditamos ser sólido e simples para os alunos compreenderem o que é notícia, é o Manual do Foca, de autoria de Thaís de Mendonça Jorge (2008). O livro traz definições de vários autores e com isso formula sínteses que abarcam tais definições.

Segundo Jorge (2008), notícia são informações que relatam acontecimentos que geram interesses pelo novo, inusitado, sensacional, misterioso, notório ou proximidade. A notícia contém fatores de atualidade causadores de emoção, surpresa e perplexidade. É como a máxima do jornalismo: se um cachorro morde um homem, não é notícia, mas se um homem morde um cachorro, aí é notícia.

Notícia é transmissão de experiência, articulação que transporta o fato a quem não presenciou: matéria-prima da produção jornalística, o relato noticioso condensa a informação atual, verdadeira naquele momento, carregada de interesse humana e capaz de despertar a atenção e a curiosidade do maior número de pessoas possível. (JORGE, 2008, p. 24)

A notícia, tratada enquanto produto jornalístico, passa por questionamentos na era digital. Se até então a notícia estava disponível apenas no impresso, na TV e no rádio, agora ela está a um clicar dos dedos. Neste ponto surge o questionamento: as notícias sempre foram de autoria dos veículos de comunicação, afinal é um produto

jornalístico, mas agora, com a possibilidade de filmar, registrar e publicar, teria a notícia sido ampliada em seu leque de possibilidades?

Um internauta pode dar um novo rumo para a notícia, como o caso do RGA dos servidores públicos do Estado, do qual, pela pressão dos servidores, a mídia foi “forçada” a divulgar a greve. Essa pressão foi em grande parte pelas redes sociais, já que não tem como esconder da sociedade uma informação sendo que ela está circulando pela internet. Estariam os grevistas fazendo notícia ao publicar as informações nas redes sobre a greve?

Este é um questionamento corriqueiro, até que ponto somos autores das grandes histórias? Vou citar um exemplo. Um rapaz está dentro de um shopping e acontece um assalto. Ele filma o acontecimento com o celular e acompanha o desenrolar dos fatos. Em tempo real, o rapaz insere aquela informação na sua rede social, isso seria notícia?

Levando em consideração os critérios citados acima por Jorge (2008), podemos notar neste exemplo que o jovem relata sua experiência, que é uma informação nova e que envolve muitos sentimentos. Ele relata um acontecimento que desperta a atenção e a curiosidade. Ainda, segundo a autora, o “fato vira notícia quando é publicado” (JORGE, 2008, p. 26), e esta característica não é problema com a internet. Não seria isso uma nova narrativa para a criação de uma notícia?

Estaríamos interferindo na notícia e até mesmo a criando? Criar não seria difícil, já que a internet possibilita uma interatividade que antes ficava restrita a interações pelos veículos de comunicação tradicionais. Segundo Possari (2009, p. 57-58) “a interação é a condição de os dois polos “inter-agirem” para a construção de sentidos. A interatividade diz respeito à ação do receptor que é a de interferir, modificar o que está sendo objeto de construção de sentidos/ de conhecimento.”

A TV, o rádio e o impresso têm vários recursos que permitem que a sua audiência interaja com a programação, como carta do leitor, programas de auditório e telefones para escolher o melhor final, mas tudo sem mudar os roteiros já estabelecidos pelo veículo. Já na internet o usuário pode não só interagir como modificar.

Citando como exemplo a própria informação dita jornalística. A audiência consegue acompanhar uma notícia nos veículos tradicionais, mas sem poder alterá-la. Na internet os usuários acompanham a notícia em tempo real, podem comentar, discordar, pedir correção, pressionar, replicar a notícia, alterá-la e até mesmo criá-la.

Além da interatividade, podemos dizer que a maneira como as pessoas se comportam com relação à informação também mudou com a era digital. Passamos de leitores contemplativos para imersivos em algumas décadas (SANTAELLA, 2004). Passamos do folhear de páginas para uma coautoria, nos tornamos leitores coautores (POSSARI, 2009).

O leitor hoje devaneia no ciberespaço e aproveita das suas múltiplas possibilidades. Um dos exemplos mais notáveis hoje é a possibilidade do internauta usufruir da chamada realidade aumentada. “A evolução tecnológica (...) propiciou, na década de 90, o aparecimento da realidade aumentada, permitindo a sobreposição de objetos e ambientes virtuais com o ambiente físico, através de algum dispositivo tecnológico.” (KIRNER; SISCOOTTO, 2007, p. 5)

Ainda, segundo os autores, a realidade aumentada pode ser considerada uma possibilidade concreta de vir a ser a próxima geração de interface popular. Um exemplo recente e popular foi o lançamento do jogo Pokémon Go, no qual o jogador joga tendo como pano de fundo o espaço físico da onde ele estiver. Seria possível pensar em uma notícia construída a partir desses moldes?

Enfim, a informação vem através de vídeo, podcasts, realidade aumentada, hipertextos e hipermídias. O internauta pode lidar com a informação de uma maneira nunca vista antes, tendo conhecimento do que acontece no mundo, em tempo real, e com as possibilidades de interação e interatividade.

Este leitor lida com a notícia de uma maneira quase habitual. Basta ver os sites que divulgam o produto noticioso. São milhares de curtidas, compartilhadas e alterações. Sem contar que esse leitor tem espaço para narrar a sua informação, que antes ficavam restritas aos blogs e hoje já abrangem quase toda rede, inclusive com a possibilidade de comentários nas notícias dos veículos de mídia.

O leitor imersivo e suas características contemporâneas, somadas ao desenvolvimento das tecnologias sociais, é que possibilitou (e possibilita) o que hoje se conhece como cibercultura.

A cultura contemporânea, associada às tecnologias digitais (ciberespaço, simulação, tempo real, processos de virtualização, etc.), vai criar uma nova relação entre a técnica e a vida social que chamaremos de cibercultura. Hoje podemos dizer que uma verdadeira estética do social cresce sob nossos olhos, alimentada pelas tecnologias do ciberespaço. (...) as novas tecnologias tornam-se vetores de novas formas de agregação social. (LEMOS, 2010, p. 15)

A internet veio alterar, de maneira planetária a maneira com que lidamos com a informação, passando a ser compreendida como uma nova cultura, já que pode ser entendida como um espaço de permanente construção de sentidos (GEERTZ, 2008).

Neste cenário traçado superficialmente, temos como objetivo compreender como se configura a contribuição desse leitor coautor na construção e divulgação da notícia. As redes sociais seriam palco na produção de notícias? O que seria notícia na era digital? E os veículos tradicionais, eles tem alterado sua maneira de atuar com essa nova configuração das informações?

Muitas são as perguntas para analisar como a notícia se configura na cibercultura e com o leitor coautor. Temos analisado a comunicação e as mídias de maneira mais ampla, inclusive os veículos da chamada mídia informativa das décadas passadas. Estudar sobre este novo formato informativo e suas nuances pode representar muito para os usuários da internet e para os próprios comunicadores.

Os valores informativos tradicionais e colaborativos

Se a notícia é uma informação que traz algo de novo, sensacional, inusitado e suas outras dezenas de valores-notícias (JORGE, 2008), não seriam as informações publicadas pelos usuários das redes sociais, que trazem tais características, exemplos de notícias?

Constituem-se essas últimas em contribuições para as indagações iniciais, instigando, ainda mais a busca de respostas a esses e diversos outros questionamentos. Para compreender essa nova configuração de mídia, vimos realizando estudos aprofundados do que é notícia e como esta denominação se encaixa na era em que o leitor deixa de ser apenas leitor para influenciar diretamente na construção da notícia, interferindo e até mesmo a criando. Compreender este leitor é essencial para se compreender a atual configuração da comunicação enquanto notícia.

O leitor do jornal impresso, do rádio e da TV da década de 90 conseguia, no máximo, interagir com o conteúdo da mídia, como, por exemplo, através de cartas do leitor ou telefonemas para escolher programações. O leitor da internet não apenas interage, ele tem a possibilidade de criar um espaço de interatividade, podendo comentar a notícia, pedir alteração, corrigi-la e até cria-la.

A recepção – de lugar passivo – passa a ser espaço de interação. O que se entendia por emissão-recepção se modifica. Conforme Possari (2002, p. 97), [...] o emissor muda de papel. Não mais emite uma mensagem, no sentido funcionalista do termo (...) constrói um

sistema... um conjunto, no qual são previstos encaixes, vias de circulação como sinais elementares de apontamentos e referências. (POSSARI, 2009, p. 56).

E é esse leitor interator que intriga a atual configuração da comunicação e mídia. Já vimos notícias mudarem seu percurso por causa dos leitores. Um exemplo recente foi o pedido de aumento do RGA pelos servidores do Estado de Mato Grosso. De início a mídia resolveu não se pronunciar, até mesmo por ter como anunciante o próprio Governo do Estado. A pressão dos leitores foi tão grande nos comentários das outras notícias veiculadas e até nas redes sociais que levou, de certa maneira, a mídia a dar ampla cobertura ao que estava acontecendo.

E o mais interessante é que se vê até as mídias tradicionais se adequarem a essa configuração desse novo leitor. O impresso, o rádio e a TV estão buscando, cada vez mais, espaços e maneiras para que o leitor possa interagir e modificar a programação. Um exemplo interessante é o “Bem na Hora” da TVCA – Globo. Neste espaço o leitor manda sugestões de pauta para que o jornal apure e veicule a informação. Mas, ainda assim, a internet está na maioria das opções de interação com os meios tradicionais. No caso do próprio “Bem na Hora”, na qual a informação é encaminhada através do site da emissora para então receber destaque na televisão.

A internet ainda é o caminho mais eficaz para a interação e interatividade com os meios de comunicação, porque ela possibilita que hipertextos e hiperlinks sejam alterados e modificados. Todos os outros meios de comunicação estão, mesmo que em formato digital, na internet, e esta convergência envolve “uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação.” (JENKINS, 2009, p. 44).

A convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias. Entretenimento não é a única coisa que flui pelas múltiplas plataformas de mídia. Nossa vida, nossos relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem pelos canais de mídia. (JENKINS, 2009, p. 45).

É nesta configuração, de um leitor que é receptor, coautor, criador (?) que algumas problematizações surgem enquanto a relação do cidadão dito “comum” com a mídia. Qual o percurso que levou a modificação da apresentação das notícias pelos veículos? Quais as possibilidades de apresentação da notícia? Como o interator interfere na notícia? Afinal, o que é notícia depois das possibilidades da cibercultura?

Estas são algumas questões que derivam das problematizações já elencadas e que exigirão que estudos sobre percurso da mídia, sobre a própria definição de notícia e de leitor. Faz-se necessário, dessa forma, estudar os cursos de comunicação social, desde a década de 70. Importa verificar a modificação deles, até o ano de 2016, tendo em vista os sites de notícias. Por último, e não menos importante, compreender as propostas, após o surgimento das redes sociais e suas possibilidades de construir, criar, divulgar e alterar as informações.

São inúmeras as maneiras que o leitor passa a atuar na construção de informações, alterando, modificando e acrescentando, ou seja, sendo colaborador, das informações veiculadas por grandes veículos. Como mesmo Prado (2011) aponta, a maioria dos vídeos e fotos que ilustram as matérias vem de pessoas espalhadas pelo mundo todo.

Sem contar, que até mesmo as repercussões de informações nas redes sociais pelos usuários são hoje porta de entrada para pautas nas redações jornalísticas. Quando a discussão sobre o aumento nos salários pelos vereadores em Cuiabá ganhou repercussão e revoltas nas redes sociais, logo a mídia “abraçou” o tema, e como consequência da visibilidade de mão-dupla, jornalista e colaborador, os vereadores não seguiram em frente com o reajuste salarial.

Percursos metodológicos

Compreender como um produto informativo se altera não é fácil. Afinal, a própria definição do que é informação, notícia e comunicação abarca muitos leques. A definição de leitor na cibercultura também, da mesma maneira que a própria noção de como o internauta se comporta.

E é por trabalhar com questões subjetivas, é que a pesquisa é de abordagem qualitativa, com o objetivo de compreender como se configura a contribuição do leitor na construção e divulgação da notícia, a comunicação e as mídias, as redes sociais e a própria notícia.

O método qualitativo não tem compromissos com a quantificação, mas sim com uma investigação mais profunda dos fenômenos e causas. Segundo Carratore (2009), a pesquisa qualitativa permite identificar pontos comuns e distintivos presentes na amostra escolhida, que não é obtida a partir de critérios estatísticos. Para

compreender o que está sendo proposto neste projeto utilizarei as amostras que forem convenientes para compreender o leitor coautor e a sua relação com a notícia.

Portanto, as amostras qualitativas procuram selecionar os elementos mais significativos para o problema de pesquisa, sendo então tipicamente intencionais. A vantagem de selecionar os casos que sejam *informacionalmente ricos* para a pesquisa nos permite aprender muito sobre as questões centrais que a pesquisa tem a intenção de endereçar. (FRAGOSO et al., 2011)

Para estudar a comunicação e a mídia, o jornalismo e o próprio conceito de notícia, recorreremos inicialmente à pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica nos permite em todo o período que a pesquisa está sendo realizada, o estudo sobre redes sociais, cibercultura, os tipos e características do leitor serão necessárias para compreender como o que é notícia está sendo alterada e até criada.

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. (FONSECA, 2002, p. 32)

A pesquisa bibliográfica dá base para realizar a análise proposta neste projeto. Já para estudar a mídia chamada informativa das décadas de 90 e 2000 e a construção dos sites de notícia neste século vimos procedendo à pesquisa documental. É essencial para analisar como as informações vieram sendo apresentadas à audiência e quais as ferramentas de interação/interatividades foram usadas pelo veículo.

A pesquisa documental trilha os mesmos caminhos da pesquisa bibliográfica, não sendo fácil por vezes distingui-las. A pesquisa bibliográfica utiliza fontes constituídas por material já elaborado, constituído basicamente por livros e artigos científicos localizados em bibliotecas. A pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, etc. (FONSECA, 2002, p. 32)

Os estudos propostos pela pesquisa bibliográfica e documental serão primordiais para o terceiro passo da pesquisa. Propomos compreender os sites de notícia, o leitor e seus comentários, as redes sociais na produção da notícia e, finalmente, a contribuição do leitor imersivo na construção, divulgação e alteração da notícia.

O método utilizado é a netnografia (net + etnografia), neologismo cunhado nos anos 90 e popularizado por Robert Kozinets. A pesquisa netnográfica adapta a pesquisa etnográfica dentro do contexto antropológico à pesquisa na internet. (FRAGOSO et al., 2011)

E é dentro desse aspecto do poder analisar, verificar, pesquisar, que a etnografia é usada nas pesquisas na internet, como um modo de indagação e de compreensão das interações dentro da cibercultura. O termo netnografia demarca e pontua as diferenças do método etnográfico adaptado ao ciberespaço, seja na coleta de dados, de ética e análise de pesquisa. (FRAGOSO et al., 2011)

Apesar de estar no início do trajeto da pesquisa, já é nítida a interferência do leitor colaborador nos processos jornalísticos. Para planificar, é importante demonstrar o caso do Impeachment da então Presidente do Brasil Dilma Rousseff, que ganhou força nas redes, para então ganhar visibilidade pela grande mídia. Sem contar que a maioria das informações, foram dadas por pessoas colaboradoras que estão no meio das passeatas, reuniões e em todos os lugares.

REFERÊNCIAS

CARRATORE, Luís Roberto R. Del. **Pesquisa científica em comunicação: uma abordagem conceitual sobre os métodos qualitativo e quantitativo**. Comunicação & Inovação, São Caetano do Sul, v. 10, n. 19:(29-35) jul-dez 2009.

FERRARI, Pollyana, A força da Mídia sócia 1- interface e linguagem jornalística no ambiente digital. 2^a.ed. São Paulo, Estação das Letras e Cores, 2014.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. (Trad. Susana Alexandria). 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

KIRNER, Claudio; SISCOOTTO, Robson Augusto. **Fundamentos de Realidade Virtual e Aumentada**. In: KIRNER, Claudio; SISCOOTTO, Robson Augusto (editores). *Realidade Virtual e Aumentada: Conceitos, Projeto e Aplicações*. Petrópolis: Editora SBC, Porto Alegre, 2007.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 5. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2010. Coleção Cibercultura.

POSSARI, Lucia H. V. **Educação à Distância: sua concepção como processo semi-discursivo**. In: POSSARI, Lucia H. V.; NEDER, Maria Lucia C. *Material didático para a Educação à Distância: processo de produção*. Cuiabá: EDUFMT, 2009.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no Ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Editora Paulus, 2004.