

## **Jornalismo Colaborativo: Aplicação dos critérios de noticiabilidade na página VC NO G1<sup>1</sup>**

Letícia da Silva BARBOSA<sup>2</sup>  
Universidade Metodista de São Paulo

Tatiane Eulália Mendes de CARVALHO<sup>3</sup>  
Faculdade Canção Nova  
Universidade Anhembi Morumbi

**RESUMO:** A prática jornalística desempenhada por cidadãos denominada jornalismo colaborativo tem ganhado ainda mais estímulo com a internet e suas possibilidades de participação. O presente trabalho visa analisar os conteúdos da página “VC no G1” observando nas publicações a presença ou ausência dos critérios de noticiabilidade de Traquina (2008). A partir do acompanhamento dos conteúdos publicados durante sete dias esboça-se um perfil dos critérios mais utilizados pelos usuários da plataforma.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; Internet; Jornalismo Colaborativo; Jornalismo de internet; G1.

### **1 - Introdução**

O jornalismo manifestou-se desde os primórdios da história humana por meio de padrões e códigos implantados para o desenvolvimento da coletividade sendo reproduzido de diferentes formas.

A atividade jornalística era praticada intuitivamente por pessoas que se dedicavam à coleta, à construção e à divulgação de fatos. Com isso, profissionalizou-se esse trabalho atribuindo a esses indivíduos a função de jornalistas. Para tal execução da atividade jornalística, técnicas e normas foram desenvolvidas no decorrer da consolidação dessa profissão. Traquina (2008) exemplifica tais regras ao falar sobre a existência de um padrão previsível e estável em relação aos conteúdos veiculados nos meios noticiosos que são denominados valores-notícia. Ele utiliza o termo valor-notícia para definir os elementos que indicam quais acontecimentos são considerados relevantes no processo de seleção e de construção da notícia. O autor adota dois elementos: os valores-notícia de seleção (critérios substantivos e contextuais) e valores-notícia de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Cursando especialização em Gestão de Conteúdo em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo. Jornalista pela Faculdade Canção Nova. E-mail: [leticiasilvabarbosa2.0@gmail.com](mailto:leticiasilvabarbosa2.0@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutoranda em Comunicação pela Universidade Anhembi Morumbi, bolsista CAPES / TAXA. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Bacharel em Jornalismo pela UNIFATEA. Professora dos cursos de jornalismo e RTV da Faculdade Canção Nova. E-mail: [tatieulalia@yahoo.com.br](mailto:tatieulalia@yahoo.com.br)

construção. Os valores-notícia de seleção abrangem o processo de que antecede a construção da notícia, com isso, os critérios substantivos desses valores consistem em métodos que avaliam se um fato deve ou não ser transformado em notícia e os critérios contextuais dos mesmos pertencem ao contexto de produção da notícia. Por fim, os valores-notícia de construção aplicam-se em diretrizes utilizadas para a elaboração do material.

Com o advento da internet, a prática jornalística foi sendo popularizada mediante a inserção do cidadão na divulgação de fatos no ambiente on-line, uma vez que a internet proporciona a possibilidade de livre publicação sem solicitar auxílio ou permissão a profissionais para emitir informações ao público.

Entre os muitos de sites noticiosos na rede mundial de computadores, destaca-se a página VC no G1 do Portal G1. – local destinado a publicação de notícias provenientes de cidadãos comuns.

A partir da proposta classificatória de Nelson Traquina (2008), este trabalho busca resposta para o seguinte problema de pesquisa: pode-se considerar a participação do cidadão na construção da notícia na página VC no G1 uma produção jornalística coerente com os critérios de noticiabilidade?

Com a abertura de sites noticiosos à participação do cidadão, entende-se que a prática do jornalismo colaborativo proveniente de informações coletadas por um cidadão e estruturadas em uma narrativa deixa a desejar na produção jornalística a partir da construção da notícia norteadas pelos critérios de Nelson Traquina (2008). Mesmo com a facilidade e liberdade de publicação proporcionada pela internet, entende-se que a prática jornalística colaborativa necessita da mediação de um jornalista para construção da narrativa seguindo conceitos básicos do jornalismo como imparcialidade e objetividade configurando credibilidade.

O objetivo desse trabalho é verificar a aplicação ou a ausência dos critérios de noticiabilidade na página VC no G1 por meio de uma análise de conteúdo das publicações feitas pelo site.

A pesquisa tem o intuito de agregar informações ao meio acadêmico, mediante o respaldo do conteúdo teórico o qual se aplica na bibliografia e conteúdo prático a partir da análise, permitindo ao leitor a compreensão dos critérios utilizados ou não utilizados no processo de seleção e construção da notícia na ferramenta colaborativa VC no G1.

---

## **2 - Jornalismo no ambiente on-line**

Com a possibilidade de produção, a internet provoca alterações na prática jornalística, uma vez que o ambiente on-line é utilizado também como veículo de propagação da informação.

A atividade jornalística praticada na web possui características diferentes dos demais meios, as quais pode-se elencar sete características, como: hipertextualidade, instantaneidade, interatividade, personalização, ubiquidade, multimídia e memória.

A hipertextualidade permite que o conteúdo seja veiculado por meio de diferentes modalidades como texto, áudio, vídeo, gráficos e animação ou todas elas.

A instantaneidade da internet proporciona a publicações de notícias capazes de superar o timing ao vivo da televisão (FERRARI, 2012).

A interatividade influencia no jornalismo de internet de diversas maneiras, uma delas se dá no controle a “medida que será possível aos usuários modificar fisicamente (ou manipular) a forma e conteúdo de um ambiente mediado pela tecnologia” (FERRARI 2012, p.121).

A personalização faz com que o internauta tenha acesso a conteúdos segmentados, como os milhões de sites e blogs dedicados a assuntos específicos.

A ubiquidade torna os conteúdos acessíveis para compartilhamento e distribuição global.

A multimídia consiste nas informações dispostas em diferentes mídias aplicadas em textos; fotografias; gráficos; vídeos; animações digitais; discursos orais; músicas e efeitos sonoros e de vibração.

A memória permite que o usuário acesse instantaneamente os milhares de conteúdos publicados na internet por pessoas do mundo todo em diferentes épocas.

## **3 - O jornalista como mediador na transmissão da informação**

Entre o fato e a divulgação do mesmo, existe o trabalho de um jornalista. Segundo a definição tautológica, os jornalistas são aqueles que exercem atividades as quais façam a “concepção e realização de uma produção intelectual, uma relação deste trabalho com a informação, além do critério de atualidade” (CORNU, 1998, p.19).

Traquina (2008, p.45) diz que “ser jornalista é saber não só elaborar a notícia: é ter uma perspicácia profissional, possuir uma ‘perspicácia noticiosa’”.

Erbolato (2008) indica que cabe ao jornalista saber o que publicar fazendo a seleção entre milhares de notícias que chegam à redação, pois a imprensa influencia no consciente ou subconsciente do receptor. Por isso, essa profissão é regida por um código de ética.

#### **4 - A colaboração do cidadão na construção da notícia**

A prática jornalística sempre contou com a colaboração dos cidadãos. Sobre essa colaboração, Primo e Trasel (2006) indicam que, por meio de cartas e ligações, o cidadão esteve ligado à notícia. Entretanto, essa cooperação dependia de um mediador que sedia ou não espaços a eles, aceitando ou não essa colaboração.

A abertura de sites noticiosos facilita a interação do público faz com que o papel de emissor e receptor estejam cada vez mais próximos um do outro e muitas vezes se confundam (PRIMO; TRASEL, 2006).

Assim como o jornalista, o cidadão pode publicar dados que ele mesmo coletou, selecionou e construiu em uma narrativa. Ao agir de maneira intuitiva, o leigo pode abster-se de critérios utilizados por jornalistas influenciando no exercício prática jornalística.

#### **5 - Jornalismo colaborativo praticado na internet**

Madureira (2010) indica que a colaboração on-line no jornalismo teve origem nos Estados Unidos e na Ásia no final da década de 90. No Brasil, a participação do cidadão em portais noticiosos ocorreu nos anos 2000 com o Minha Notícia do IG, o VC no G1 da globo.com e o VC Repórter do Terra.

Denominado jornalismo open source (código aberto) esta modalidade parte do princípio que todo cidadão é um repórter em potencial contribuindo para a construção da notícia da web. Moura (2002, p.1) explica que o termo open source surge “aplicado ao software que algumas pessoas criam e disponibilizam gratuitamente na rede e cuja qualidade é compatível com o que de melhor é desenvolvido pelas grandes empresas”.

Canavilhas (2002) entende que caracterizar a colaboração do cidadão como forma de jornalismo é uma tentativa polêmica, pois ao dar o nome de jornalismo a uma prática aberta a qualquer pessoa, os defensores da legitimidade do profissional de imprensa sentem-se ofendidos. Esse tipo de produção independente e amadora gerada pelos cidadãos pode impactar a mídia profissional.

Devido ao fato de a maioria dos jornalistas cidadãos não possuir treinamento formal em apuração e redação de notícias, por vezes podem ocorrer erros, resultando em problemas de comunicação. Além disso, já que as identidades dos jornalistas cidadãos dificilmente podem ser confirmadas, a autenticidade do que é apresentado como fato pode ser colocada em dúvida, seja resultado de um erro acidental ou de uma falha deliberada de informação pelos governos ou outros agentes (CANAVILHAS, 2014, p.168).

Com tantas transformações, a qualidade de conteúdo também é impactada. Shirky (2011, p.50) afirma que essa liberdade de publicar conteúdo diminui a qualidade média, uma vez que “quanto mais fácil para a pessoa, média é a publicação, mais médio se torna aquilo que é publicado”.

Possivelmente a resposta passa pela qualidade do texto de cada interagente e de como o grupo trabalha em torno da produção compartilhada. Isto é, como o texto é produzido por diferentes pessoas, ele corre o risco de ter freqüente variação de estilo e brilho, pecando pela falta de harmonia. Esse problema é mais comum na criação colaborativa. (PRIMO, 2003, p.15)

Na prática jornalística profissional há um nível de hierarquização. A notícia, depois de coletada, checada e construída, passa pelo crivo do editor e se aprovada, é divulgada. Já na prática colaborativa, o cidadão constrói a narrativa e a publica. Segundo Moretzsohn (2006), pertence à realidade do jornalismo “open source” publicar primeiro e depois filtrar.

### **7 - O que é o Portal e a página VC no G1**

A página VC no G1 pertence ao Portal G1 e consiste em um espaço dedicado à contribuição dos internautas. Foi lançada em maio de 2007, com notícias, fotos e vídeos de fatos das cidades enviadas pelos usuários da web.

O Portal G1 é de propriedade do conjunto de empresas do Grupo Globo e foi lançado no dia 18 de setembro de 2006 reunindo no ambiente on-line os conteúdos das Organizações Globo.

### **8 - O jornalismo colaborativo no Portal G1**

Para complementar os temas discutidos, realizou-se, em 2015, uma entrevista com Mariane Martins Rossi, que na época era editora do Portal G1 da cidade de Santos (SP). A jornalista, por meio de uma entrevista via e-mail, explicou os critérios utilizados pelo portal G1 durante a seleção das notícias enviadas pelos internautas.

*Pergunta:* Os internautas que participam da ferramenta colaborativa apuram as informações antes de enviarem? Quais métodos utilizam (entrevistas, pesquisa, registro fotográfico)? Como a redação “confia” nos seus colaboradores?

*Resposta:* A plataforma VC no G1 solicita que o internauta assine um termo de compromisso e preencha um cadastro na Globo.com com os dados pessoais, como telefone, endereço, e-mail, cidade, entre outras informações. Há também um espaço para que o internauta possa escrever sobre assunto, adicionar fotos e vídeos. Quando recebemos o material já é possível ter acesso a todas essas informações citadas acima. Desta forma, sabemos de onde vem a reclamação, temos o nome e telefone do colaborador, além da segurança por meio das questões jurídicas apresentadas no termo assinado.

*Pergunta:* Como a redação trabalha com o material enviado pelos internautas? Os profissionais checam as informações? Eles fazem uma apuração adicional e acrescentam dados?

*Resposta:* Os repórteres e editores fazem uma pré-seleção do conteúdo que é enviado pelos internautas. As colaborações que são aprovadas podem virar notas ou reportagens para o site. Antes de publicar qualquer material, ligamos para a pessoa e checamos as informações tanto com o internauta como com autoridades (polícia militar, civil, bombeiros, prefeitura). Em alguns casos, quando o conteúdo enviado pelo internauta é muito bom, vamos ao local para fazer uma reportagem.

*Pergunta:* Todas as matérias são escritas por jornalistas do G1?

*Resposta:* Sim

*Pergunta:* Existe algum tipo de critério utilizado pelo portal para selecionar se uma informação é notícia ou não? Qual (is) é (são)?

*Resposta:* Os critérios para seleção das colaborações do VC no G1 são os mesmos utilizados para a escolha de reportagens no resto do site. Importamo-nos em publicar notas e reportagens de interesse regional e também nacional.

*Pergunta:* E quanto aos materiais de divulgação / press release? O jornalismo colaborativo é mais suscetível a este tipo de conteúdo? Como a equipe de profissionais se previne?

*Resposta:* Recebemos diariamente dezenas de e-mails de divulgação de eventos e releases. Algumas informações são úteis e utilizamos para fazer pequenas notas, como por exemplo, de interdição de ruas, vagas de emprego, campanhas de saúde e atrações

culturais, que são importantes para o dia a dia da população. Recebemos também e-mails com sugestões de pautas e avisos de cerimônias que envolvem autoridades. Avaliamos a relevância de cada caso. Acredito que os materiais de divulgação/releases não se encaixam no que chamamos de jornalismo colaborativo. Não temos uma forma ‘prevenir’; os releases ou e-mails de divulgação de eventos. Os repórteres avaliam o material que chega e cabe aos editores fazer uma segunda avaliação antes de fazer uma reportagem ou uma nota sobre o assunto.

*Pergunta:* Você considera o cidadão que participa dessa ferramenta um cidadão-repórter ou uma fonte de informação?

*Resposta:* Considero uma fonte de informação. Hoje em dia, muitas pessoas têm um celular que tira foto, faz vídeo, tem internet ou tem alguma forma de acessar um computador, em sua casa, na comunidade, escolas ou instituições, etc. Desta forma, muitas pessoas podem ajudar com um conteúdo importante para a população já que não é possível que o jornalista esteja em todos os lugares. O jornalismo ganha muito com essa possibilidade. Em minha opinião, o número de colaborações de internautas tende a aumentar a cada ano, já que cada vez mais, a população tem acesso à internet. Porém, não considero que a pessoa que envia conteúdo colaborativo seja um cidadão-repórter. Apenas o jornalista tem o senso crítico e o conhecimento para definir o que é uma notícia, para fazer a apuração dos dados, conduzir e elaborar uma reportagem para um veículo de comunicação. O repórter e o editor continuam sendo essenciais para um processo de produção de conteúdo jornalístico de qualidade.

## **9 - Critérios de participação da Página VC no G1<sup>4</sup>**

Para que o internauta envie os materiais, ele precisa se cadastrar no site [www.globo.com](http://www.globo.com) e fornecer nome completo; número de identidade e CPF; sexo; data de nascimento; e-mail para contato e endereço contendo cidade, estado e país. É necessário possuir 18 (dezoito) anos completos, no mínimo, e ter domínio das faculdades mentais. Caso seja menor de idade ou não seja plenamente capaz, será preciso o respaldo de terceiros os quais devem preencher o cadastro do produto em caráter de representação ou assistência ao internauta.

Após o envio do material, o internauta concede à Globo, de maneira gratuita e automática, a licença para utilizar o conteúdo nas obras audiovisuais pertencentes ao

---

<sup>4</sup> Critério de participação e Licença de material baseado no site de notícias G1.

grupo de comunicação. Essa licença é irrevogável e possui vigência indeterminada com a possibilidade da disponibilização da plataforma ser encerrada a qualquer momento. O material poderá ser associado à publicidade, além de poder ceder os direitos a terceiros, podendo reduzi-lo, alterá-lo, compactá-lo ou editá-lo.

A empresa não se responsabiliza por checar a veracidade das informações sobre o usuário.

## **10 – Análise da página VC NO G1**

### **10.1 - Metodologia**

O trabalho utilizou a técnica da análise de conteúdo para indicar a presença ou a ausência dos critérios de noticiabilidade, segundo Nelson Traquina (2008), nos conteúdos publicados pela página VC no G1 do Portal G1 das 00h do dia 27 de setembro até às 23h59 do dia 4 de outubro de 2015. A técnica utilizada baseia-se na análise de mensagens a partir de um problema de natureza dedutiva, com estudos de caráter exploratório. Em busca de identificar a presença desses critérios, o método de análise de conteúdo foi escolhido por promover a integração entre o qualitativo e quantitativo. A aplicação deste método utiliza conteúdos coletados na página VC no G1 do Portal G1, endereço eletrônico o qual é reservado um espaço ao cidadão para que colabore com informações de autoria própria. A categorização e a equiparação dos conceitos nas publicações da página VC no G1 geram subsídio para a análise quantitativa. O procedimento quantitativo é orientado por categorias que indicaram se o produtor da notícia aplicou ou não os critérios de noticiabilidade de Nelson Traquina (2008). Para concluir a análise de conteúdo, os conteúdos passam pela pré-análise, pela exploração do material e tratamento dos resultados obtidos e pela interpretação. As notícias são codificadas por unidades de textos inteiros, utilizando-se das matérias para contagem de frequências de categorias de conteúdo manifesto. As unidades de registro são categorizadas. Os dados quantitativos são a base para a elaboração de tabelas e gráficos que compõem a fase final da análise de conteúdo.

### **10.2 – Análise**

Apresentam-se a categorização e a equiparação dos conceitos nas publicações da página VC no G1 como subsídio para a análise quantitativa. O procedimento quantitativo é orientado por categorias que indicaram se o produtor da notícia aplicou ou não os critérios de noticiabilidade de Nelson Traquina (2008).

As notícias são utilizadas para contagem de frequências de categorias de conteúdo manifesto fazendo com que as unidades de registro sejam categorizadas. Os dados quantitativos foram a base para a elaboração de tabelas e gráficos.

A amostragem consiste em dez matérias coletadas das 00h do dia 27 de setembro até às 23h59 do dia 4 de outubro de 2015.

A primeira tabela indica que das dez matérias todas foram assinadas pelo internauta.

#### **Quem assina as matérias?**

Internauta	100%
Veículo de comunicação	0%

A segunda tabela aponta que das dez notícias, em apenas uma, o cidadão não participa da narrativa. A matéria na qual o internauta não participa da narrativa foi publicada no dia 27 de setembro de 2015, às 09h36, pelo portal VC no G1 e intitula-se “Sarau terá dança, circo, vendas e teatro na zona norte de Macapá”. No texto, o colaborador é mencionado no texto como aquele quem sugeriu a pauta por meio da ferramenta colaborativa VC no G1.

#### **O cidadão participa da narrativa**

Sim	90%
Não	10%

Em toda a amostragem constatou-se que nenhuma matéria foi construída sem a utilização de uma fonte de informação.

#### **As fontes de informação são declaradas com precisão no texto?**

Sim	100%
Não	0%

A partir da análise, verificou-se a predominância de duas fontes como base para as narrativas.

#### **Quantas fontes de informação são utilizadas no texto?**

Zero	0%
Uma	10%
Duas	60%
Três	30%
Quatro ou mais	0%

### 10.2.1 Valores de notícia de seleção

Os valores-notícia de seleção dividem-se em critérios substantivos e contextuais. Quanto aos critérios substantivos presentes nas matérias analisadas, dois elementos não estiveram presentes, são eles: morte e o conflito ou controvérsia. A relevância foi o valor que esteve presente em todas as notícias. Em nove narrativas verificaram-se a presença do critério de proximidade e notabilidade. Em duas matérias detectaram-se o valor da infração, interrupção da normalidade e o tempo. Por fim, em uma notícia identificou-se a notoriedade e novidade.

#### Critérios e substantivos

Morte	3%
Relevância	28%
Notabilidade	0%
Infração	6%
Notoriedade	3%
Novidade	25%
Interrupção da normalidade	5%
Proximidade	25%
Tempo	5%
Conflito ou controvérsia	25%

Apenas dois critérios contextuais foram identificados nas matérias. Os demais não puderam ser verificados já que se referem ao processo de produção das notícias ligado diretamente às empresas jornalísticas. Com isso, não havia indícios suficientes na amostragem que permitissem uma análise.

A disponibilidade consiste nos meios que são exigidos para que a cobertura do fato seja realizada. Esse fator não pode ser analisado já que o colaborador foi quem enviou a informação por meio de uma plataforma on-line.

O equilíbrio é um elemento de responsabilidade da equipe do Portal G1, pois se refere à quantidade de notícias sobre um determinado assunto. Esse critério está sendo analisado com base no período da amostragem que se inicia às 00h do dia 27 de setembro até às 23h59 do dia 4 de outubro de 2015. Durante esse período, nenhum assunto foi reportado mais de uma vez.

A visualidade está presente em todas as notícias, já que as dez matérias possuíam elementos audiovisuais.

A concorrência abrange a disputa entre empresas jornalísticas, elemento dispensável nessa análise, pois o cidadão não possui concorrentes que o fazem se preocupar em ser o primeiro a reportar o fato.

O dia noticioso representa os dias ricos e escassos em acontecimentos com valores-notícia. Para o cidadão, esse elemento não interfere, pois ele envia as notícias para a plataforma de maneira esporádica já que não possui um compromisso com a emissão de notícias de maneira periódica.

Quanto aos valores-notícia de construção, identificou-se em todas as notícias o elemento de relevância. Em nove matérias, observaram-se os valores de simplificação e amplificação. A personalização esteve presente em oito narrativas. A dramatização foi verificada em três notícias e a consonância, em um texto.

#### Valores - notícias de construção

Simplificação	22%
Ampliação	22%
Relevância	25%
Personalização	20%
Dramatização	8%
Consonância	3%

Os conteúdos analisados utilizam recursos de multimídias para agregar informações. Em oito notícias, foram detectados o uso de fotografias e, em duas matérias, o uso de vídeos.

#### O conteúdo possui imagens ou vídeos?

Sim, imagens	80%
--------------	-----

Sim, vídeos	20%
-------------	-----

Observou-se que todos os vídeos e fotografias apresentados nas matérias foram devidamente creditados fazendo referência ao autor do conteúdo.

A partir dos créditos das fotografias e dos vídeos, constatou-se que sete matérias tiveram recursos multimídia de autoria do cidadão. Nas três notícias que restaram, os conteúdos são de autoria da equipe do VC no G1.

A partir da análise, categorizaram-se as unidades de registro e elaboraram-se os gráficos que indicaram a presença de alguns critérios de noticiabilidade na página colaborativa.

### **Considerações finais**

Moretzsohn (2006) aponta um novo relacionamento dos comunicadores com os cidadãos, explicando que o jornalista atua como um autenticador indicando se o fato é credível ou não. Segundo ela, a colaboração do cidadão pode gerar receio à medida que leigos possam ocupar o lugar dos profissionais da comunicação, mas essa colaboração não é tida como um confronto entre o leigo e o jornalista. Ela explica que a mediação do jornalista é o que legitima e torna credível a notícia proveniente do cidadão, pois ele “é aquele profissional autorizado a estar onde o público não pode estar, e por isso tem direito ao acesso a fontes através das quais pode apurar as informações necessárias à sociedade” (MORETZSOHN, 2006, p. 69). Isso é o que garante ao jornalista o papel de mediador obtendo reconhecimento social.

Diferentes valores-notícia são detectados diversas vezes nas notícias analisadas, a partir disso, pode-se esboçar um panorama no qual apresentam-se os critérios mais utilizados pelo cidadão durante o processo de seleção da notícia.

A proximidade é um desses valores ao ser identificado em nove das dez matérias e indica que, ao selecionar a notícia, o cidadão leva em consideração fatos que estejam próximos geograficamente. Outro valor-notícia verificado em todas as matérias é o da relevância demonstrando que os fatos que possuem impactos na vida da sociedade são mais propensos a serem selecionados. Por fim, a notabilidade – detectada em nove matérias – aponta que o colaborador prioriza eventos os quais abrangem muitas pessoas e são contrários à normalidade e a regularidade.

Quanto aos critérios contextuais que dizem respeito à empresa, constatou-se o equilíbrio e visualidade, já que, durante o período da amostragem, as notícias não se repetiram e possuíam elementos audiovisuais. A disponibilidade, a concorrência e o dia noticioso não são identificados, já que o envio dos fatos parte dos próprios cidadãos que enviam as informações por meio da plataforma on-line, ação que não exige movimentação de pessoas ou recursos financeiros, além de não possuírem concorrentes a quem devem se preocupar com o furo de reportagem, pois as notícias são esporádicas.

Os valores-notícia atribuídos ao processo de construção das narrativas, apresenta-se uma maior tendência à simplificação diante de uma narrativa coesa e coerente, já que esse elemento esteve presente em nove das dez notícias. A amplificação, também identificada nove vezes, mostrou que tende-se a priorizar eventos que atingem grande parte da população. Em todas as matérias destacam-se nos textos o fator relevância que apresentavam indícios de como o fato eram importantes para a sociedade. Em oito notícias a personalização esteve presente no discurso valorizando o ator em questão e sua ligação com o acontecimento. Tal ênfase no papel do colaborador faz com que ele participe da narrativa, por meio de depoimentos e impressões pessoais, caracterizando-o como fonte de informação. Apesar de todas as notícias analisadas serem assinadas pelo internauta, as narrativas são construídas por jornalistas do Portal, assim como explica na entrevista a editora do G1 Santos.

Por participar da narrativa e possuir um vínculo com o acontecimento, exclui-se a possibilidade de o trabalho do cidadão ser comparado ao de um jornalista. Com isso, observa-se um interesse do internauta em reportar determinados fatos, pois está diretamente ligado aos acontecimentos. O jornalismo como prestação de serviço em prol do desenvolvimento da sociedade isenta-se da parcialidade, aspecto presente no jornalismo colaborativo como foi percebido na análise.

A credibilidade pode ser visualizada nas matérias analisadas devido à conformação da veracidade diante da utilização de diferentes fontes de informação, sejam oficiais ou os próprios cidadãos.

Outro aspecto, observado a partir da análise é que a participação do público na utilização da ferramenta colaborativa pode ser suscetível à prática do press release. Sobre essa questão, Mariane Martins Rossi, explica que o press release não se encaixa na prática colaborativa e destaca suscetibilidade do jornalismo colaborativo para os

releases ou e-mails de divulgação de eventos. Entretanto, cabe aos profissionais avaliar o material e aos editores refazer a avaliação antes de produzir algo sobre o assunto.

Por ser um meio em constante mutação, não é possível fazer afirmações sobre a internet e os futuros impactos ocasionados no jornalismo tradicional. Entretanto, supõe-se que o barateamento das tecnologias e abertura das empresas jornalísticas estimule ainda mais a colaboração das pessoas.

A pesquisa quantitativa foi realizada em setembro de 2015, não foi publicada, e como a página VC no G1 foi alterada não se pode atualizar os dados, comparando com março / abril de 2017.

## REFERÊNCIAS

CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo**: sete características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

CANAVILHAS, João. A internet como memória. **BOCC**: Biblioteca on-line de ciências da comunicação, Beira Interior, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-internet-como-memoria.pdf>>. Acesso em: 27 set. 2015.

CANAVILHAS, João. Hipertexto e recepção de notícias online **BOCC**: Biblioteca on-line de ciências da comunicação, Beira Interior, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-hipertexto-e-recepcao-noticias-online.pdf>>. Acesso em: 30 de set. 2015.

CANAVILHAS, João. Texto inteligente e qualidade (quase) zero. **BOCC**: Biblioteca on-line de ciências da comunicação, Beira Interior, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-texto-inteligente-qualidade-zero.pdf>>. Acesso em: 30 de set. 2015.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. **BOCC**: Biblioteca on-line de ciências da comunicação, Beira Interior, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em 30 set. 2015.

CORNU, Daniel. **Ética da informação**. Bauru: EDUSC, 1998.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de Codificação em Jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. 5 ed. São Paulo: Ática, 2008.

FERRARI, Pollyana (Org). **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2012.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

G1 completa seu primeiro ano na internet. Publicado em: 18 set. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL105920-6174,00.html>>. Acesso em: 10 set. 2015.

MADUREIRA, Francisco Bennati. **Cidadão-fonte ou cidadão-repórter?:** O engajamento do público no jornalismo colaborativo dos grandes portais brasileiros. 2010. 154f. Dissertação (Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-08112010-115607/pt-br.php>>. Acesso em: 25 set. 2015.

MORETZSOHN, Sylvia. O mito libertário do “jornalismo cidadão”. **Comunicação e sociedade**, Braga, v 9, n. 10, p. 63-81, 2006. Disponível em <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/view/1155>. acesso em 18 de setembro de 2015.

MOURA, Catarina. Jornalismo na era Slashdot. **BOCC: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, Beira Interior, 2002. Disponível em: [http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=moura-catarina-jornalismo-slashdot.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=moura-catarina-jornalismo-slashdot.html) Acessado em 10 de outubro de 2015.

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel . Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. **Contracampo** (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf> Acesso em 18 de setembro de 2015.

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://www.ufrgs.br/limc/PDFs/quao\\_interativo\\_hipertexto.pdf](http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/quao_interativo_hipertexto.pdf)>. Acesso em 29 de setembro de 2015.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação:** criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo:** A tribo jornalística: Uma comunidade interpretativa transacional. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2008 . Vol. II.