
Jornalismo colaborativo no Tocantins: percepções sobre a interatividade e os critérios de noticiabilidade nos sites de notícias¹

Liana Vidigal ROCHA²
Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

RESUMO

O objetivo deste trabalho é identificar os principais critérios de noticiabilidade presentes no jornalismo colaborativo tocantinense, destacando os tipos de interatividade presentes em veículos on-line. Trata-se de uma pesquisa de caráter descritivo e exploratório, que se baseia na análise de conteúdo para atingir o objetivo. Para tanto, foi criada uma ficha com categorias de análise que auxiliaram nas etapas de registro, processamento e interpretação dos dados. Obteve-se como resultado uma prevalência da proximidade geográfica como critério de noticiabilidade e as interatividades seletiva e comunicativa exploradas de forma parcial. Conclui-se que tanto o jornalismo colaborativo quanto a interatividade podem ser utilizados como estratégia para o veículo se aproximar do público e, ao mesmo tempo, reforçar e valorizar o seu papel como agente difusor de informações.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Colaborativo; Interatividade; Notícias; Tocantins.

INTRODUÇÃO

A colaboração no Jornalismo não é um fenômeno recente. Mesmo antes do surgimento da internet o público já enviava suas contribuições para os veículos. A seção carta dos leitores dos veículos impressos, a participação via telefone no rádio ou o envio de vídeos amadores para as emissoras de TV podem ser encarados como uma forma de participação. No entanto, foi com o aperfeiçoamento das tecnologias que esse tipo de jornalismo se consolidou e, hoje, tornou-se uma das estratégias do segmento.

O novo ambiente virtual provocou uma transformação não só na forma de produção e publicação dos produtos jornalísticos, mas também nas ferramentas e espaços dirigidos ao jornalismo colaborativo, facilitando a cooperação e o compartilhamento de informações. Dessa forma, é possível pensar que o jornalismo colaborativo atual pode ser

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins. Líder do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia, do CNPq. E-mail: lividigal@uol.com.br

associado ao ciberjornalismo uma vez que também apresenta características semelhantes, sobretudo, no que diz respeito à interatividade.

De acordo com Lévy (1999, p. 203), “ao contrário das mídias clássicas, que praticam uma comunicação de mão-única na qual os receptores estão isolados uns dos outros, o ciberespaço encoraja uma troca recíproca e comunitária”. Para Paiva (2006), a comunicação dentro do ciberespaço é mais democrática à medida que alia expectativas e interesses da sociedade. Nesse contexto, os consumidores da informação não apenas consomem, mas também assumem os papéis de fontes, de produtores e de editores das informações. Assim, não temos mais uma comunicação unidirecional, agora os receptores transitam pelos dois lados; podendo ser também produtores de informação em determinados momentos.

Lévy (1999) afirma que a cibercultura conta com três princípios interligados e que garantem a sua universalidade: a inteligência coletiva; a interconexão, que parte do conceito de que tudo está conectado e por isso, todo o espaço transforma-se em um canal de interatividade; e as comunidades virtuais, que são construídas a partir das afinidades e interesses em comum. Mesmo não sendo um fator determinante para a formação das comunidades virtuais, a localização geográfica é com certeza um dos elementos formadores dessas comunidades, por ser um forte critério de afinidade.

Desse modo, a mídia regional pode ser considerada um importante elemento para a interatividade e a combinação entre jornalismo regional e jornalismo colaborativo promete se tornar uma engrenagem rumo à transformação social, visto que a participação dos usuários pode resultar em novas e importantes informações para o esclarecimento de determinados fatos jornalísticos. Portanto, este trabalho tem como objetivo identificar os principais critérios de noticiabilidade presentes no jornalismo colaborativo tocantinense, destacando os tipos de interatividade presentes em veículos on-line.

JORNALISMO COLABORATIVO

Apesar do conceito de jornalismo colaborativo ter se desenvolvido no século XXI, a colaboração do público não é uma dinâmica nova na história do jornalismo. A prática de utilizar e divulgar material produzido pela população pode ser observada desde o século XIX, quando os jornais publicavam as cartas de leitores e prosseguiu com o surgimento de outros veículos, como o rádio e a televisão. Enquanto no rádio, o ouvinte ganhou espaço ao enviar cartas e participar ao vivo por telefone, na televisão os chamados

cinégrafistas amadores tinham seus vídeos apresentados quando o registro era extremamente relevante.

Já o jornalismo colaborativo atende ainda por termos correlatos, tais como: jornalismo participativo, jornalismo *open source* (código aberto), jornalismo cidadão e jornalismo 2.0. Este último em referência à web 2.0, ou Internet Social, quando o usuário passa a consumir conteúdo por meio dos sites, blogs, portais, além de produzir conteúdo. É a internet da interatividade, do diálogo, do compartilhamento, da construção coletiva e das redes sociais.

De acordo com Madureira (2010, p. 20), a colaboração no meio on-line teve origem na Ásia e nos Estados Unidos no final da década de 1990. O site *Slashdot* é um dos principais exemplos. Fundado por Rob Malda, em 1997, ele se tornou referência do jornalismo colaborativo por permitir a participação por meio de matérias enviadas pelos internautas. Com o passar dos anos acabou se transformando em referência mundial em notícias sobre o mundo digital. Já o site *Indymedia*, de 1999, foi lançado por organizações independentes de mídia com o objetivo de fazer uma cobertura diferenciada do Fórum da Organização Mundial do Comércio, em Seattle (EUA).

No ano de 2000, foi a vez da capital sul-coreana dar destaque ao jornalismo colaborativo na rede. Criado pelo jornalista Oh Yeon Ho, o site *Oh My News* foi desenvolvido num momento em que o país sofria os reflexos da ditadura da década de 1980, quando o acesso às informações era mais difícil. Inicialmente o veículo era editado apenas em coreano, mas a partir de 2004 ganhou uma versão em Inglês. O trabalho de edição consistia na checagem de dados, na reescrita da manchete e na adequação do texto a uma linguagem jornalística convencional, o que revela a importância da presença do jornalista no processo.

No Brasil, os principais portais de notícias também abraçaram o jornalismo colaborativo, lançando as suas versões, como: Minha Notícia (portal IG); VC no G1 (Globo.com), Foto Repórter (Estadão) e VC Repórter (Terra). Durante as manifestações no ano de 2013, o Terra se destacou por fazer uma cobertura em tempo real e mais colaborativa. Infelizmente, nos últimos anos, o portal entrou em decadência e, hoje, praticamente trabalha com curadoria de notícias.

Pode-se afirmar que o jornalismo colaborativo é o ato de um cidadão ou grupo participar ativamente no processo de busca, análise, produção e disseminação de notícias e informações (GILLMOR, 2004). Seria, portanto, a prática do jornalismo aberta a todos.

Enquanto o jornal (cartas do leitor), o rádio (ligações telefônicas) e a leitura digital (navegação em diferentes sites) permitem a interação superficial, a prática do jornalismo colaborativo constitui uma interação que vai além, possibilitando aos destinatários colaborarem com a produção dos conteúdos.

Apesar de conceito deixar claro a atuação do público no jornalismo colaborativo, não se pode dizer o mesmo em relação ao jornalista. Enquanto uma corrente de pesquisadores defende que o profissional de jornalismo é parte importante do processo para receber, avaliar, editar e publicar o material recebido, outra corrente prega que “o jornalismo colaborativo pode se instalar sem que haja um jornalista gerenciando ou checando informações enviadas pelo público” (ZANOTTI, 2010, p. 31).

Entretanto, é necessário ressaltar que dispensar a experiência do profissional nesse processo é algo temeroso, visto que os cidadãos-repórteres não têm a devida cautela jornalística ou comercial para com o material que publicam. Em tempos de algoritmos e Fake News, o papel do jornalista tornou-se indispensável. Nesse sentido, os profissionais passam, então, a filtrar o conteúdo disponível na rede enviado pelos colaboradores e agora são chamados de *gatewatchers*.

Conforme Bruns (2003), estes passam a filtrar o conteúdo disponível na rede ou enviado por colaboradores, e são então chamados de *gatewatchers*. [...] o valor do *gatewatching* está em filtrar a informação e republicá-la em um contexto específico, dependendo dos interesses do público (LINDEMANN, 2007, p. 55).

Na história do Jornalismo recente há fatos que se tornaram mais marcantes em função da colaboração das pessoas que de alguma forma testemunharam os acontecimentos. Entre eles, podemos citar o ataque terrorista ao World Trade Center nos Estados Unidos, os atentados em Londres e Madri, os Tsunami na Ásia, o furacão Katrina e a passagem do furacão Irma pelos Estados Unidos e Caribe. Em todos os casos, fotos e vídeos foram feitos por pessoas que estiveram envolvidas com os acontecimentos.

O que mais chamou a atenção foram os relatos dos feridos e as fotos que levaram muitos leitores para dentro da situação. Eis que surge um novo olhar. O olhar do cidadão, do leitor. Entretanto, Madureira (2010, p. 94) alerta que falta ao internauta brasileiro “compreender e praticar a checagem dos fatos, realizar a apuração complementar dos dados e eventualmente até conferir ao material edição jornalística”. Por outro lado, a ideia de colaboração é descentralizar a emissão de informações, dando a oportunidade para

mais vozes participarem do discurso, valorizando uma das características primordiais da rede: a interatividade.

SOBRE INTERATIVIDADE

Segundo Fragoso (2001), o termo interatividade foi criado para nominar uma particularidade da computação interativa, pois a expressão por si só era “insuficiente para deixar clara a qualidade da modificação na relação usuário-computador”. Segundo Quiring e Schweiger (2008), vários conceitos sobre o termo foram cunhados por diferentes autores, ao longo dos anos, que também trouxeram abordagens diferentes sobre o assunto. “Até meados de 1990, a “interatividade” era considerada principalmente como um atributo (tecnológico) das novas mídias. Os pesquisadores, a partir daí, começaram a examinar mais de perto o papel do usuário” (QUIRING E SCHWEIGER, 2008, p. 148).

Para Rost (2014), a interatividade é a capacidade que um veículo tem para dar maior poder aos usuários tanto na seleção de conteúdos como em possibilidades de expressão e comunicação. De acordo com o pesquisador, a interatividade acontece em níveis diferentes. São eles: *interatividade seletiva*: o usuário escolhe o ritmo e a sequência das mensagens que deseja acessar e com as quais quer interagir. Exemplos: hiperlinks; menu; busca; nuvem de tags; RSS; alertas com conteúdo; personalização da página (tamanho, cor, hierarquia da informação), curtidas etc; *interatividade comunicativa*: são as opções de comunicação oferecidas ao usuário que podem vir a se configurar em diálogos (participativa) ou em conteúdos (produtiva). Exemplos: comentários, fóruns, enquetes, chats, envio de sugestões etc.

Em relação às práticas do jornalismo colaborativo, Brambilla (2010) aponta possibilidades que auxiliariam no prolongamento deste tipo de jornalismo na internet que vão desde a forma de financiamento – o *crowdfunding* seria uma das opções – até o jornalismo regional. Sobre esse assunto, a autora esclarece:

O conceito do *village reporter*, defendido por Yeon Ho, é valorizado quando o ecossistema digital reconhece a importância do relato do indivíduo “comum” para o seu microcosmos. As coisas não precisam mais ser grandes para ter sua importância. O que é “broad” ou “mass” vem sendo repensado. E o modelo colaborativo só tem a beneficiar-se com isto³.

³ BRAMBILLA, A. **10 possibilidades para o jornalismo colaborativo**. Publicado em 03 de março de 2010. Disponível em: < <https://herdeirodocaos.wordpress.com/2010/03/03/10-possibilidade-par-ao-jornalismo-colaborativo-por-ana-brambilla/>>. Acesso em 19 set 2020.

Assim, é possível perceber que o jornalismo colaborativo pode ser utilizado como uma estratégia para aproximar-se do público ao passo que esse mesmo público se vale do espaço oferecido pelo veículo para reportar assuntos sobre os quais considera relevantes. Além disso, ao disponibilizar essa espécie de mural interativo, o veículo mostra-se aberto às críticas, às sugestões, às reclamações e, claro, às contribuições do seu público-consumidor.

Em termos de mídia regional, o jornalismo colaborativo mostra-se como um tipo de válvula de escape do público, pois é nesse ambiente que o cidadão pode se colocar, apresentar as suas ideias, demonstrar a sua insatisfação com o poder local, mas também contribuir de forma significativa para a construção de uma sociedade mais integrada, interessada e interativa. A colaboração do público nesses veículos, inclusive, influencia nos critérios de noticiabilidade (seleção dos assuntos) e na escolha das fontes, uma vez que tende a valorizar os temas com mais apelo junto aos leitores.

De acordo com Aroso (2012, p. 01), os estudos sobre jornalismo colaborativo, em sua maioria, versam sobre os veículos de comunicação de caráter nacional ou internacional, porém, interessa-nos saber o que se passa numa dimensão regional e local, ou seja, “saber se existe jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais”.

Esta proposta de pesquisa dá sequência a uma série de investigações sobre a mídia tocantinense e que tem contribuído de forma contínua e sistemática para os estudos no âmbito das Geografias da Comunicação. Destarte, mesmo com os registros anteriores, os veículos de comunicação no Tocantins ainda são alvo de poucos estudos e essa pesquisa visa explorar não somente os processos que envolvem os sites jornalísticos, mas também a outra ponta da mensagem, nesse caso, a participação do cidadão-repórter ou simplesmente o leitor-produtor.

PASSOS METODOLÓGICOS

Com o intuito de facilitar o processo de coleta dos dados e da análise, foi feita uma observação prévia em sites jornalísticos do Tocantins a fim de escolher os objetos de estudo. A partir do Mapa da Mídia do Tocantins⁴, que disponibiliza informações dos veículos presentes no estado, foi possível definir os objetos para esta pesquisa. São eles: i) VC no G1 TO; ii) Boca no Trombone (Mira Jornal) e iii) Você no Orla.

⁴ Disponível no nepjor.com.br

De caráter descritivo e exploratório, a pesquisa se baseia na análise de conteúdo para atingir o objetivo. Utilizou-se a metodologia do GJOL (Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line), da Universidade Federal da Bahia, como suporte para a investigação. O método consiste basicamente em: a) fazer a revisão bibliográfica sobre o assunto; b) delimitar o(s) objeto (s) de estudo com a pesquisa de campo (participante ou não); c) elaboração de categorias de análise; d) processamento do material coletado; e) definição conceitual sobre as características encontradas.

Em relação às categorias de análise, foi elaborada uma taxonomia a partir dos critérios de noticiabilidade mais presentes na coleta das informações a partir do quadro disponibilizado por SILVA (2005, p. 102-103)⁵. A saber: i) política editorial; ii) proximidade geográfica; iii) crime; iv) interesse nacional; v) importância do indivíduo (nível hierárquico); vi) raridade, vii) catástrofe, viii) impacto, ix) surpresa.

Sobre a coleta de dados, a documentação direta intensiva obedeceu a uma captação sistemática das informações com a intenção de obter dados inequívocos sobre o fenômeno. Assim, foi utilizada a ficha previamente elaborada. As informações foram anotadas na ficha de análise e armazenadas em arquivos referentes à pesquisa. Abaixo segue uma das fichas com as informações coletadas durante a investigação.

Quadro 01 – Modelo de Ficha de Análise

FICHA DE ANÁLISE	
Nome da seção	Você no Orla
Data de publicação	21 de maio de 2019
Tema do conteúdo	Equipe de triátlon flagra vazamento de água na NS-15
Identificação do autor	Jocyelma Santana
Critério de Noticiabilidade	Proximidade Geográfica
Localização geográfica (cidade)	Palmas
Tipo(s) de mídia	Texto e foto
Hipertextualidade	Não há
Interatividade	Comunicativa
Ferramenta(s) de Compartilhamento	Mídias Sociais (ex: Pinterest; Blogger etc); Redes Sociais (ex: Facebook, Twitter, Google + etc);

⁵ SILVA, Gislene. **Para pensar os critérios de noticiabilidade**. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. II, Nº 1 - 1º Semestre de 2005.

	Apps de mensagem (ex: Whatsapp, Telegram, Viber etc); E-mail (Gmail, Yahoo e AOL Mail).
--	---

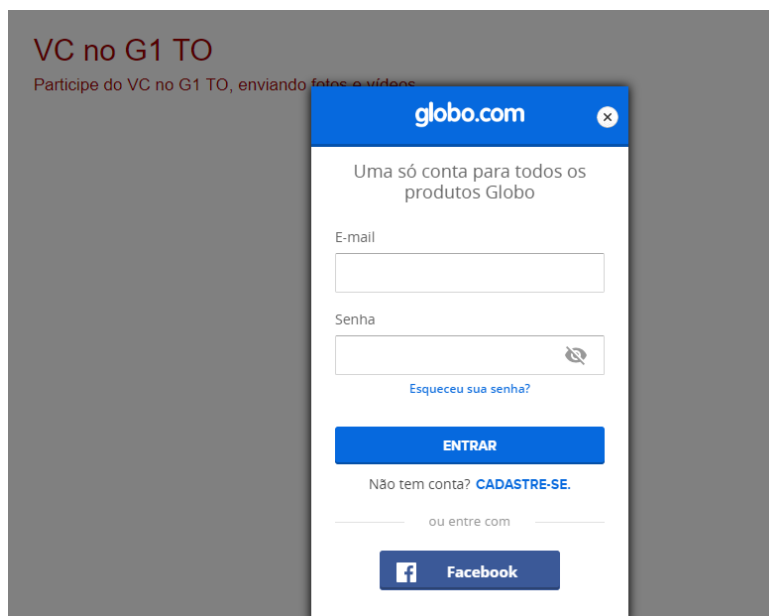
Fonte: Produção Própria

As seções Boca no Trombone (Mira Jornal), VC no G1 TO e Você no Orla tiveram os dados coletados entre os meses de fevereiro e abril de 2019, sendo selecionados nove conteúdos do Mira Jornal, cinco do G1 TO e outros sete do Orla Notícias.

PERCEPÇÕES

Os veículos selecionados para esta pesquisa oferecem um espaço específico para que os internautas colaborem enviando material ou se manifestando a respeito das notícias publicadas. No caso do G1 Tocantins, o internauta pode enviar vídeo, foto e mensagem para o portal de notícias. Contudo, é necessário fazer um cadastro (ver figura 01) para mandar o conteúdo. Chamado de formulário colaborativo, o usuário pode se cadastrar com endereço de e-mail ou ainda entrar com a sua conta do Facebook.

Figura 01 – Cadastro no VC no G1 TO



Fonte: g1.globo.com. Acesso em 05 out 2020

Cumprida esta etapa, o internauta é conduzido a uma nova tela na qual deverá preencher mais algumas informações, como: título do conteúdo, mensagem, país, estado, cidade e telefone. Há ainda dois espaços para o envio de material audiovisual, sendo uma para imagens (máximo de cinco fotografias) e vídeos (máximo de um arquivo). Ao final,

o internauta-colaborador deve assinalar a opção que concorda com os Termos de Uso do site e clicar no botão “Enviar minha colaboração”.

No G1 Tocantins, foram selecionadas cinco matérias cujo conteúdo apresentava colaboração dos internautas. Ao utilizar a ficha de análise proposta na metodologia, verificou-se a presença dos seguintes assuntos: raridade, proximidade geográfica, crime e catástrofe. Vale ressaltar que o item raridade foi identificado em duas notícias. Das cinco matérias selecionadas, apenas uma apresentou a combinação de texto e foto (notícia 04: Homem usa papel para esconder placa de moto e driblar radar na BR-010 em Palmas). As demais notícias foram compostas por texto, foto e vídeo. Contudo, é necessário apresentar algumas observações, tais como:

- Notícia 01: o vídeo foi enviado por um internauta, mas o crédito só apareceu nos frames utilizados como fotos na matéria, sendo que, em cada uma delas, o sobrenome do autor aparece diferente;

- Notícia 02: o vídeo disponibilizado na reportagem não foi creditado adequadamente. Havia apenas uma menção na legenda de que havia sido feito por um motorista que passava pelo local;

- Notícia 03: Os internautas enviaram fotos, mas não tiveram os seus nomes creditados;

- Notícia 04: foi a única que deu o crédito para o autor da foto;

- Notícia 05: apresentou foto e vídeo, mas não tem crédito.

Em relação à hipertextualidade, o site disponibiliza hiperlinks para outras matérias relacionadas com os assuntos, configurando-se assim em uma interatividade seletiva, ou seja, o usuário escolhe se vai acessar a informação ou não. Outro tipo de interatividade encontrada foi a comunicativa, pois o veículo oferece espaço para os comentários dos internautas. No que diz respeito às ferramentas de compartilhamento foram identificadas as seguintes: mídias sociais (Pinterest); redes sociais (Facebook, Twitter, LinkedIn) e app de mensagem (WhatsApp).

O Mira Jornal, da cidade de Miracema, disponibiliza na sua home page a seção Boca no Trombone (ver figura 02), na qual o internauta pode fazer comentários sobre as notícias publicadas pelo veículo. Essa seção pode ser considerada como espaço colaborativo, visto que o público tem a possibilidade de corrigir, enviar sugestões de pauta, criticar e comentar o conteúdo.

Figura 02 – Seção Boca no Trombone do Mira Jornal



Fonte: <http://www.mirajornal.com/>

A seção Boca no Trombone é composta por um Mural de Recados cuja participação está atrelada ao preenchimento de um formulário disponibilizado no final da página principal do site. Basta o internauta preencher três campos principais – nome, e-mail e mensagem – que as suas informações são avaliadas pela redação. Ao lado do formulário, há um box informativo contendo as diretrizes para a publicação do conteúdo, como: a) não tiverem relação com os temas do site; b) ferirem a legislação vigente no País; c) contenham insultos, acusações, agressões, ofensas e baixarias e denúncias em relação aos personagens da matéria ou a outros comentaristas; d) recados repetidos; e) reproduzam notícias de outros veículos de comunicação; f) contenham informações (e-mail, endereço, telefone e outras) de natureza pessoal do comentarista ou de terceiros; f) contenham links; g) contenham qualquer tipo de material publicitário ou de merchandising, pessoal ou em benefício de terceiros.

No Mira Jornal, foram coletados nove conteúdos. Neste espaço foram identificados os seguintes assuntos: proximidade geográfica, crime, política editorial, interesse nacional e importância do indivíduo (nível hierárquico). Desses assuntos, o que mais se destacou foi o de proximidade geográfica que esteve presente em quatro conteúdos enviados pelos internautas. Neste veículo todos os leitores-colaboradores são identificados com o nome ou o apelido escolhido.

Observou-se ainda que a seção Boca no Trombone não permite o envio de material multimidiático, como fotos, vídeos ou arquivos de áudio. Portanto, percebe-se que apenas

o texto é explorado neste veículo. Além disso, a questão da hipertextualidade também foi analisada em um dos itens, sendo que o Mira Jornal não apresentou esta característica em nenhum espaço da colaboração. Portanto, o destaque no veículo é a interatividade do tipo comunicativa. As opções de compartilhamento são poucas: redes sociais (Facebook, Twitter, Google) e E-mail (mas o ícone não está funcionando).

Sobre o Orla Notícias, a coleta dos dados foi realizada no mês de abril de 2019. Na ocasião, foram identificadas sete notícias com conteúdo colaborativo. Em relação aos critérios de noticiabilidade, pode-se afirmar que foram identificados os seguintes itens: proximidade geográfica (05 notícias); impacto (01 notícia); surpresa (01 notícia).

Figura 03 – Seção Colaborativa do Orla Notícias



Fonte: www.orlanoticias.com.br

Nota-se que os critérios de noticiabilidade encontrados no Orla Notícias são referentes principalmente às questões de proximidade geográfica, ou seja, às notícias que afetam diretamente a vida do cidadão. O conteúdo relacionado ao elemento surpresa teve como notícia “Moradores de Natividade plantam pés de banana e mamão em rua esburacada” que destaca um fato curioso sobre os moradores que plantaram pés de frutas como forma de protesto em relação ao excesso de buraco nas vias públicas. As fotos foram enviadas por internautas como uma forma de chamar a atenção do poder público. Já o impacto foi referente à notícia “Buracos entre as cidades de Porto Nacional e Silvanópolis atrapalham motoristas”, que alertou sobre o problema na estrada entre as duas cidades, algo que afeta a vida dos moradores que transitam pelo local.

Sobre a identificação do autor, foi possível verificar que todas as matérias são assinadas por jornalistas do veículo. Porém, o site não atribui créditos corretamente ao material que é enviado pelos internautas. Em sua maioria, as fotos são creditadas apenas

com a palavra “divulgação”, enquanto no texto são usadas expressões generalistas, como: “fotos e vídeos de estudantes da capital”, “moradores da rua”, “morador denuncia”, “vídeo feito por moradores” etc.

Já a hipertextualidade não é oferecida nessa seção, o que significa que a interatividade seletiva fica prejudicada. Já a interatividade comunicativa está presente principalmente pelo fato de o internauta poder enviar o material para ser publicado no veículo. Por fim o que mais chama a atenção é o número de ferramentas de compartilhamento disponibilizadas na seção: 96 (noventa e seis). Entre elas: mídias sociais (ex: Pinterest; Blogger etc); redes sociais (ex: Facebook, Twitter, LinkedIn etc); apps de mensagem (ex: WhatsApp, Telegram, Viber etc) e e-mail (Gmail, Yahoo e AOL Mail). Isso só é possível, porque o veículo utiliza o AddToAny, ou seja, uma plataforma de compartilhamento universal que usa widgets e plugins da web.

CONSIDERAÇÕES PROVISÓRIAS

O jornalismo participativo surgiu a partir do desenvolvimento tecnológico impulsionado principalmente pela internet. Se no início, o público ficava restrito apenas à leitura do conteúdo, com o surgimento da web 2.0 foi possível articular o recebimento e envio de material entre público e veículo. Com isso percebe-se a presença de um novo ator no cenário jornalístico, o *prosumer*, que nada mais é que o internauta que se converteu em um produtor-consumidor de conteúdo.

Deste modo, esta pesquisa teve como ponto de partida investigar os espaços de colaboração oferecidos por veículos tocantinenses. Na impossibilidade de analisar todos os mais de 70 sites presentes hoje no estado, foi necessário eleger alguns, como Mira Jornal, do município de Miracema, G1 Tocantins, pertencente às Organizações Globo, e o Orla Notícias, ambos localizados em Palmas.

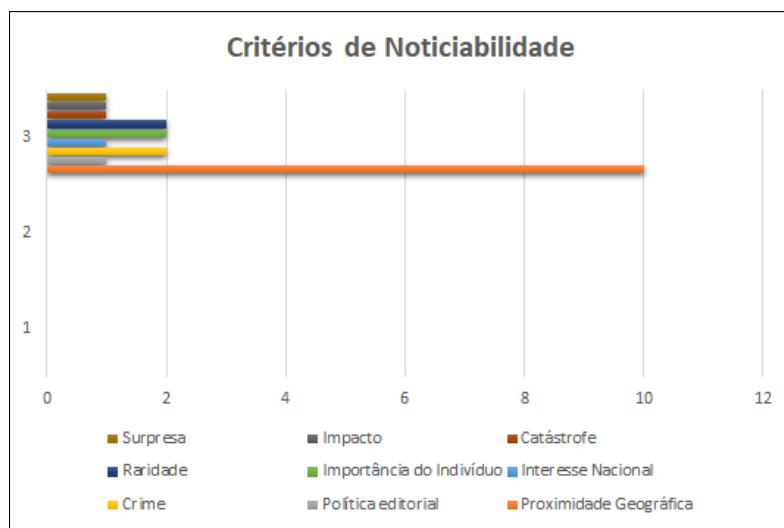
No Mira Jornal, foi possível perceber que existe uma participação do público, sobretudo, dos moradores da cidade de Miracema. Os comentários, em sua maioria, giram em torno dos problemas identificados na cidade, como saúde, segurança e política. Nesse sentido, pode-se afirmar que a questão da proximidade (os assuntos que afetam diretamente o bem-estar da comunidade local) são o alvo da maioria dos conteúdos, reforçando assim a necessidade de se apostar e publicar pautas que contemplem os anseios dos moradores. Ao abrir o campo para os comentários o veículo reforça a interatividade comunicativa, dando espaço e voz ao público.

Já o G1 Tocantins, dentro da sua proposta mais ampla de cobrir o estado, apresentou notícias ocorridas em diferentes localidades, sendo que o tema mais presente foi o ligado à raridade. Nota-se que as notícias divulgadas pelo portal, e que contam com a colaboração do internauta, apresentam conteúdo mais curioso, mostrando que esse tipo de assunto capta a atenção do público de forma mais recorrente.

O Orla Notícias, assim como o Mira Jornal, também aposta no critério de proximidade geográfica. As matérias giram em torno principalmente de problemas que afetam a comunidade, como buracos na rua, esgoto irregular e aumento na tarifa do transporte. Embora as matérias sejam assinadas por jornalistas, nem sempre os internautas que enviam as informações têm seu nome divulgado nos textos. Também não há a presença de hiperlinks no conteúdo e a interatividade comunicativa é a que se sobressai.

Ao longo da pesquisa, foram identificados 09 critérios de noticiabilidade diferentes associados ao jornalismo colaborativo do Tocantins: i) política editorial; ii) proximidade geográfica; iii) crime; iv) interesse nacional; v) importância do indivíduo (nível hierárquico); vi) raridade, vii) catástrofe, viii) impacto, ix) surpresa. Destes, a proximidade geográfica foi o que se destacou entre os veículos selecionados com 10 ocorrências (ver figura 04).

Gráfico 01 – Critérios de Noticiabilidade identificados nos sites



Fonte: Produção Própria

Isso mostra que as seções dedicadas ao jornalismo colaborativo praticado no Tocantins procuram publicar temas que aproximam o público do veículo e conseqüentemente dos lugares (espaço, território) que habitam, criando assim laços mais

estreitos de afetividade e de pertencimento. Nesse sentido, pode-se afirmar que o jornalismo colaborativo funciona como uma estratégia eficaz para alavancar os veículos regionais, valorizando seu poder de informar e reforçando o seu papel de agente difusor das questões socioculturais e político-econômicas de uma sociedade.

Por fim, a interatividade que surge como um recurso da tecnologia, atualmente pode ser encarada como ferramenta (seletiva) ou estratégia (comunicativa) capaz de elevar o poder do público a outros níveis. Se antes o usuário era apenas um consumidor de informações, com a interatividade ele se torna parte do processo de produção das notícias. Dentre os sites escolhidos, é possível apontar que tanto a interatividade seletiva como a comunicativa não são exploradas em sua totalidade, isto é, ainda há recursos que podem ser inseridos a fim de auxiliar no empoderamento do público.

REFERÊNCIAS

AROSO, I. **Participatory journalism in the media regional Portuguese**. In: Proceedings of the X Congress of LUSOCOM - Communication, Culture and Development. Lisbon: ISCSP, 27-29 September, 2012.

BRAMBILLA, A. **10 possibilidades para o jornalismo colaborativo**. Publicado em 03 de março de 2010. Disponível em: < <https://herdeirodochaos.wordpress.com/2010/03/03/10-possibilidade-par-ao-jornalismo-colaborativo-por-ana-brambilla/>>. Acesso em 19 set 2020.

FRAGOSO, S. **De interações e interatividade**. In: Revista Fronteiras Estudos Midiáticos, v. 3, n. 1, São Leopoldo, 2001, p. 83-95.

GILLMOR, D. **We the Media**. O'Reilly, 2004.

LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LINDEMANN, C. **A dualidade do webjornalismo participativo**. Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano IV - n. 2 - p. 47 a 58 - jul./ dez. 2007.

MADUREIRA, F. B. **Cidadão-fonte ou cidadão-repórter?** O engajamento do público no jornalismo colaborativo dos grandes portais brasileiros. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Jornalismo e Editoração/Escola de Comunicações e Artes/USP, São Paulo, 2010.

PAIVA, C. C. Sob o signo de Hermes, o espírito mediador: midiatização, interação e comunicação compartilhada. In: **Mediação & midiatização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.

QUIRING, O. e SCHWEIGER, W. **Interactivity**: A review of the concept and a framework for analysis. Communications. 33, 2008. Disponível em: < <https://core.ac.uk/download/pdf/19418316.pdf>>. Acesso em 05 out 2020.

ROST, A. **Interatividade**: definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: sete características que marcam a diferença. Covilhã: UBI, Labcom, 2014.

SILVA, G. **Para pensar os critérios de noticiabilidade.** Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. II, Nº 1 - 1º Semestre de 2005.

ZANOTTI, C. A. **Jornalismo colaborativo, gêneros jornalísticos e critérios de noticiabilidade.** Revista Comunicação Midiática, v.5, n.1, p.28-41, set./dez. 2010.