
A participação do público no processo de construção da notícia nos portais Grande Picos E Folha Atual¹

Maria Nilza de Carvalho Pinto Américo
Mayara Ferreira⁴
Instituto de Ensino Superior Raimundo Sá-Rsá, PI

RESUMO

Para compreender como se dar o processo de construção da notícia no contexto picoense, o presente artigo traz uma análise de dois portais de notícias da cidade de Picos- Piauí, Grande Picos e Folha Atual com o objetivo de saber se existe participação do público na produção das notícias. E assim, verificar se este processo se enquadra no jornalismo colaborativo e/ou jornalismo cidadão, a partir da abordagem feita por Foschini; Taddei (2006), e observando também o desenrolar do acesso do público à internet através do Webjornalismo e a participação cidadã, com base em (RECUERO, 2009) e (GILMAR, 2004). A pesquisa se deu através de entrevistas semi-estruturadas de acordo com Gil (1999), com jornalistas dos referidos portais, através das quais se percebeu que há contribuição e/ou colaboração por parte do público.

PALAVRAS-CHAVE: Webjornalismo; Participação Cidadã; Jornalismo Colaborativo.

INTRODUÇÃO

O objeto foco desta pesquisa foi o jornalismo picoense, mais precisamente os portais, Grande Picos e na Folha Atual, em uma análise a fim de saber se existe participação do público na produção da notícia.

A partir de alguns questionamentos que nos inquietavam, decidimos fazer uma pesquisa nos referidos portais para saber se existe participação do público na produção das notícias, como se dar essa participação, como o jornalista seleciona as pautas/notícias indicadas pelo público, como o jornalista verifica os fatos e, como é a interação entre o público e os portais, através de quais canais/meios o público chega ao veículo. E chegamos a pergunta norteadora da pesquisa que foi: Qual participação do público na produção de notícias nos portais Grande Picos e Folha Atual?

Partindo de um objetivo geral, para saber como se dá participação do público na produção da notícia dos portais Grande Picos e Folha Atual, e assim também, chegar aos

objetivos específicos, entender como o público contribui na produção de notícias dos portais Grande Picos e Folha Atual, verificar como o jornalista seleciona as pautas indicadas pelo público, conhecer situações nas quais pautas são levadas em conta e por fim entender a interação entre o público e o portal.

Para alcançar esses objetivos optamos pela uso das ferramentas metodológicas do contato com profissionais dos veículos, por meio de entrevistas semiestruturadas, ou seja, quando o entrevistado responde às perguntas dentro de sua concepção, mas, não livremente. Neste caso o pesquisador não deve perder de vista o seu foco. Para explicar melhor, Gil (1999) diz que “o entrevistador permite ao entrevistado falar livremente sobre o assunto, mas, quando este se desvia do tema original, esforça-se para a sua retomada” (GIL, 1999, p. 120).

Atualmente, com a facilidade de acesso as novas mídias, redes sociais, e aplicativos, é permitido ao cidadão comum produzir conteúdo noticioso. Com esta abertura comunicacional, os usuários destes novos canais passaram a participar de forma mais rápida e interativa, principalmente nos veículos de comunicação. Os portais de notícia, por exemplo, estão entre os veículos utilizados pelos usuários para divulgação de informações, e muitas destas informações contribuem para a construção de pauta/notícia.

Escolhemos o portal Grande Picos por fazer parte do Sistema de comunicação de Picos que teve como origem a Rádio Difusora inaugurado em 1979, e já estar de certa forma consolidada na região. O portal Folha Atual já tem uma história mais recente, não faz parte de sistema radiofônico, apenas o site e um jornal impresso. Por os dois veículo possuírem uma grande abrangência, o Grande Picos pelo Radio e site e o Folha por impresso e site, supunhamos que existia participação do público na produção de notícias, por meios de alguns canais de comunicação, como telefone, redes sociais e aplicativos. Devido ao fácil acesso da internet, via telefone celular ou outro aparelho, onde o público, pode registrar e compartilhar algum fato para os portais de notícias. Também supunhamos que a seleção de informações para a produção de notícias dos portais de notícias acontece por meio dos critérios de noticiabilidade, claro, com necessidade de pauta.

Após as entrevistas, foram feitas as análises e para compreendermos a participação utilizamos como base nos conceitos de jornalismo cidadão abordado por Foschini; Tadeei (2006, p.9), em que afirmam que qualquer cidadão “pode ser um produtor de informação, um criador dentro da rede [...] com um simples e-mail ou uma mensagem enviada por celular” e quando responde “a quem redigiu a notícia ou artigo”, mostrando ao

autor/jornalista, o seu ponto de vista. Este cidadão tem o poder de transformar a comunicação em um caminho de duas mãos, ou seja, o público agora pode colocobarar cosntrução da notícias. E isso foi permitido por meio da internet.

As novas tecnologias popularizou a internet, o que contribuiu para o novo “modo de fazer jornalismo”. O cidadão que antes apenas consumia o produto jornalístico, hoje também pode produzir e influenciar nos conteúdos dos veículos midáticos (CAVALCANTI, NETO, 2014, p.66). Com isso foram surgindo nomenclaturas como jornalismo participativo, jornalismo colaborativo e jornalismo participativo, estes com pequenas particularidades que o diferenciam, porém com um ponto comum que os assemelham, a contribuição do público na disseminação da notícia.

Neste sentido pudemos perceber que existe uma participação ou colaboração na produção da notícias, nos dois veículos pesquisados, sendo que o que mais se aproxima se aproxima do conceito Jornalismo Colaborativo é o Portal Folha Atual, porque o cidadão comum tem o espaço para expor seus comentários na página do Facebook do portal. E no outro veículo, Grande Picos, fica mais restrito a uma participação contributiva, apenas fornecendo informações e sugestões de pautas.

1. Internet e Participação Cidadã

Com as novas tecnologias e a popularização da internet, o acesso às novas mídias tornou-se mais fácil. A cada dia, milhares de pessoas passam a conviver com o mundo virtual com maior frequência. Esta grande acessibilidade à internet e o contato com os aplicativos, por exemplo, possibilitaram uma interação e compartilhamento exacerbado de informações.

O crescimento e a popularização da internet, aliados às tecnologias e desenvolvimento dos meios digitais, contribuíram para uma mudança no modo de fazer jornalismo no mundo. O cidadão comum, que, antes não tinha acesso á redações jornalísticas, agora pode produzir notícias e influenciar no conteúdo de um veículo de mídia (CAVALCANTI, NETO, 2014, p.66).

Essas mudanças no modo de interação e na troca de informações podem ser observadas dentro do âmbito jornalístico, devido a grande visibilidade alcançada pelas

redes sociais, que passaram a estar presentes no dia-a-dia das pessoas com maior frequência.

No âmbito da comunicação, o avanço e a popularização da internet trouxeram muitas mudanças, principalmente, na forma de interação e sociabilidade entre os usuários, através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador. Assim, através da utilização destas ferramentas, os atores podem comunicar-se uns com os outros, interagir com demais atores, estabelecendo conexões sociais.

A internet foi concebida em 1969, quando Advanced Research Projects Agency (Arpa- Agência de Pesquisa e Projetos Avançados), uma organização do Departamento de Defesa norte-americano focada na pesquisa de informações para o serviço militar, criou a Arpanet, rede nacional de computadores, que servia para garantir comunicação emergencial caso os Estados Unidos fossem atacados por outro país – principalmente a União Soviética (FERRARI, 2014, p.10).

Diante do cenário atual em que vivemos, percebe-se que a internet possibilitou que portais de notícias, web sites, entre outras plataformas, através dos seus domínios, transmitirem informações, conteúdos noticiosos, para facilitarem a comunicação. De acordo com Pinho (2003), a internet equivale a uma estrada da informação – mais propriamente uma “superestrada da informação”, um mecanismo de transporte que conduz os dados por um caminho de milhões de computadores interligados. Sendo assim, a internet veio revolucionando o modo de fazer jornalismo, com as novas possibilidades de recursos e técnicas que se diferenciam dos demais veículos de comunicação.

O jornalismo digital é todo produto discursivo que constrói a realidade por meio da singularidade dos eventos. E diferencia-se do jornalismo praticado nos meios de comunicação tradicionais, pela forma de tratamento dos dados e pelas relações que são articuladas com os usuários (PINHO, 2003, p. 58).

Dessa forma, no âmbito da internet, o jornalismo digital no que diz respeito a coleta, produção, publicação e disseminação de conteúdos, na web por exemplo, tornou-se uma modalidade, em que as novas tecnologias não são mais, apenas vistas como ferramentas para o jornalista, mas sim como base para a prática jornalística.

Diante deste contexto de popularização da internet, jornalismo digital, redes sociais e aplicativos, podemos observar o quanto ficou mais fácil para a sociedade ter

acesso a informação, ter a possibilidade de contribuir com a construção dessa informação, principalmente no caso em questão, o webjornalismo. Os portais de notícia ou websites interagem com os seus leitores, e possibilitam a troca de informações, dados, fotografias, que na maioria das vezes, esse material, acaba contribuindo para a construção da matéria.

Gradualmente, os diversos tipos de web sites jornalísticos vão experimentando narrativas diferenciadas, nas quais o uso de recursos hipertextuais – como o link – associados ao áudio, ao vídeo, á fotografia, aos gráficos animados para a redação das informações auxilia na construção e na consolidação de uma linguagem para essa modalidade, que passa a ter nos usuários (ou no público) importantes colaboradores para a formulação dos conteúdos dentro de estrutura já descentralizada (BARBOSA, 2007, p.128).

E sendo assim, justamente por conta do rápido e fácil acesso as novas tecnologias, segundo Foschini e Tadeei (2006), agora a mídia tradicional está sendo transformada por um competidor que não existia antes. Esse competidor é a própria sociedade. Dentro deste contexto, observa-se o quanto a sociedade está envolvida diretamente dentro da mídia, aliás, dentro do âmbito jornalístico. A cada dia, o papel de cidadão participativo é colocado em prática pela sociedade. Como exemplifica estes autores:

Você pode ser um produtor de informação, um criador dentro da rede. Esse e o poder dos flogs, blogs, vlogs e podcats. Com um simples e-mail ou uma mensagem enviada por celular, é possível também responder a quem redigiu a notícia ou artigo, mostrar ao autor o seu ponto de vista. Você tem o poder de transformar a comunicação em um caminho de duas mãos. (FOSCHINI; TADDEI, 2006, p.9)

Sendo assim, é necessário a discussão sobre essa participação da sociedade dentro da mídia digital. No caso em questão, dentro do jornalismo, mais especificamente nos websites, portais de notícias. Levanta-se o questionamento se realmente existe essa participação de forma efetiva dentro dos veículos de comunicação, a sociedade está exercendo o papel de comunicador, e garantindo seu direito à informação e a produção de conteúdos noticiosos? Para o jornalista, esta participação por um lado é satisfatória, devido ao mundo globalizado em que vivemos, onde as pessoas passam mais tempo na internet, seja por conta do trabalho ou demais atividades.

E também estão a todo momento conectadas, através de aplicativos, interagem com mais frequência através desses canais e redes. Então, sendo assim, para o jornalista

se torna mais prático, encontrar suas fontes, apurar, receber informação, vídeos, fotos, enfim, utilizar estes canais e seus usuários para construir a notícia. Estas são as novas técnicas jornalísticas, que dentro da comunicação, por conta destas mudanças, os websites tiveram que se adaptar a esta nova realidade da nossa sociedade.

Você se transforma em um cidadão jornalista quando toma a iniciativa de divulgar uma informação. Tudo pode virar notícia: de reunião com amigos a enchente. Sempre haverá um público interessado no que você produzir, mesmo que seja um número reduzido de pessoas. Assuntos que interessam apenas a públicos específicos, aliás, combinam muito com o jornalismo cidadão, já que a mídia de massa provavelmente não vai abordá-los (FOSCHINI; TADEEI, 2006, p.12).

A sociedade, agora está repleta de “cidadãos jornalistas” interessados em resolver problemas de seu interesse ou as vezes do interesse público, ou simplesmente para agir de forma democrática para defender o direito à informação, para expressar sua opinião e contribuir com a comunicação.

De acordo com Foschini e Taddei (2006, p.16) “para ser um cidadão jornalista é preciso estar alerta e acostumar-se a pensar como um produtor de notícias não apenas como um consumidor”. Sendo assim, em vez de esperar o dia seguinte para saber o que aconteceu ou então correr para verificar na internet as últimas novidades, você pode dar a sua contribuição. Um exemplo disso é:

A fotografia digital popularizada, a difusão da banda larga e a enorme aceitação dos Blogs como forma de produção de conteúdos, estão abrindo novas possibilidades de participação coma imagem ocupando lugar de crescente destaque na consolidação do jornalismo cidadão na Internet (BARBOSA, 2007, p.67).

A internet é o espaço onde as pessoas expõem suas opiniões, buscam conteúdo e podem interagir através das redes sociais e demais plataformas online, sendo assim, toda essa participação da sociedade, exercendo o papel de produtor de conteúdo, de fotos, enfim, realizam a função de contribuir na construção da notícia.

2. Webjornalismo Participativo

Hoje em dia, com a ajuda de aplicativos, com as ferramentas disponíveis em um smartphone é possível filmar, fotografar, enfim, várias possibilidades de gerar

conteúdo e informação. Através da internet, das redes sociais e de aplicativos, os usuários podem ter acesso aos jornalistas de websites e conseguirem principalmente através das redes sociais repassarem alguma informação, algum vídeo que possivelmente pode ajudar no conteúdo noticioso de alguma matéria.

Com relação às redes sociais na Internet, Recuero (2009) considera que os atores são constituídos de maneira diferenciada. Existe o distanciamento entre os envolvidos na interação social, devido a comunicação mediada por computador. Neste caso, a autora afirma que um ator pode ser representado por um weblog, por um Twitter, ou por um perfil no Facebook, por exemplo. Desse modo, entende-se que os atores são os indivíduos ou usuários que fazem parte das redes, que são representados através de perfis de caráter pessoal. Essas redes sociais são espaços de interação entre os demais usuários.

Outro elemento que é característico das redes sociais na Internet é sua capacidade de difundir informações através das conexões existentes entre os atores, de forma mais interativa (RECUERO, 2009). Essa participação de usuários tanto nas redes sociais, ou em qualquer outro canal de comunicação tem se tornado cada vez mais frequente, e principalmente, tem transformado as práticas jornalísticas, no que se refere a apuração, produção e construção da notícia como um todo.

De acordo com Primo, (2004), o Webjornalismo participativo “É um hipertexto cooperativo de interação mútua”, onde não há apenas um produtor, como nas mídias de massa, mas todos os usuários podem ser produtores de notícias”. E neste sentido, Landow (1997) aponta que a fronteira entre autor e leitor estava barrada, e já nessa época o modelo natural de massa ganha nova maquiagem, e o fluxo: jornalista>notícia>jornal e leitor, renovam-se em jornalista>notícia>site e usuário, mas ainda mantém a lógica distribucionista anterior. Escrita e leitura tornam-se hipertextuais, o que em si já altera o processo interativo.

Dentro deste contexto o **webjornalismo Participativo** é uma discussão ampla e até mesmo inesgotável, e para não se perder no vácuo faz-se necessário apontar algumas condições que favorecem seu desenvolvimento, tais como: “Maior acesso à internet e interfaces simplificadas para publicação e cooperação online; Popularização e miniaturização de câmeras digitais; “Filosofia Hacker como espírito de época; Insatisfação com os veículos jornalísticos (LANDOW, 1997).

Existem alguns termos para as notícias, reportagens, peças audiovisuais e imagens produzidas por qualquer integrante e distribuidor no ciberespaço, que são: **Jornalismo Cidadão**, **Jornalismo Participativo**, e **Jornalismo Open Source** (ou seja, de fonte aberta), sendo estas duas contempladas por Gilmar (2004), que é aquele produzido por qualquer integrante de uma sociedade que tenha acesso às informações ver de interesse público e decida publicá-las sem necessariamente ter alguma formação técnica em jornalismo. No caso desse trabalho específico refere-se ao termo **webjornalismo participativo**, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe.

Com as novas tecnologias digitais e ampliação das formas de acesso à internet, e a queda do custo dos computadores, a vulgarização de máquinas digitais fotográficas, são alguns dos motivadores e corresponsáveis da interferência popular no processo noticioso. Essas tecnologias de comunicação móvel facilitam o registro e a divulgação dos fatos no momento em que eles ocorrem.

Então as empresas de comunicação passaram a contar com a pulverização de fontes de imagens e informações, mesmo onde não havia qualquer jornalista ou repórter fotográfico. Antes de analisar o webjornalismo quanto às interações que ocorrem durante os processos de leitura, escrita, edições e debate de notícias, é preciso esclarecer como interação é aqui entendida, partindo do princípio que tanto a leitura de um jornal impresso quanto à audiência de um telejornal são processos interativos.

Segundo Thompson (1998), há sempre interação através de veículos jornalístico, cabe estudar-se a forma (o aspecto relacional) tem cada processo. Novas formas de participação vêm sendo oferecidos no Webjornalismo, chegando ao limite de ampla e irrestrita redação e edição por parte de qualquer pessoa, com acesso à rede, abre-se os espaços para a interação mútua (PRIMO, 2004). Sendo assim, o Webjornalismo participativo não é uma ameaça ao jornalismo tradicional, e sim mais uma opção na oferta de notícias, e que cria um novo relacionamento do sujeito com a notícia.

3. Análise das entrevistas

Para saber se há e de que maneira, a participação do público na produção da notícia nos portais proposto para análise, realizamos entrevistas com dois repórteres do Portal Grande Picos e um do Folha Atual, no período entre 16 e 21 de outubro. Para esses

apontamos os seguintes questionamentos: existe a participação do público na produção da notícia, se sim, qual a ferramentas usadas para comunicar com o veículo/jornalista, como é feita a seleção das pautas, a partir da sugestão do público, com que frequência são publicadas as notícias (pautadas pelo público), quais as principais editorias que eles sugerem e como o jornalista avaliam essa participação.

Para a primeira questão, os três entrevistados responderam afirmativamente, que há participação do público a construção da notícia em seus sites, ou seja, o público entra em contato com o jornalista para sugerir feitura de matéria. O jornalista, J.Dias do Folha Atual e M. Moura e A.Santos. do Grande Picos, declararam que produzem muitas pautas a partir da sugestão do público. E essas são recebidas por diversos canais que o veículo disponibiliza para o público.

Contudo existe pontos de diferenciação entre os canais mais utilizados pelo público para contatar com os profissionais. Observamos que O Folha Atual recebem sugestões através do chat de sua página no Facebook, e ainda por meio de comentários feitos através do link das matérias que são publicados na rede social, conforme a afirmação do repórter.

As pessoas estão adicionando contato e toda as matérias que nós fazemos nós jogamos o link, há compartilhamentos, as pessoas comentam, dão sugestões fazem críticas, diz o que poderia ter sido falado, o que é que tá acontecendo mais em relação àquele assunto [...]. Muitas vezes as pessoas falam conosco através do bate papo do facebook, (J. Dias, Folha Atual, 2017).

A opção por publicar o link das matérias do site, na página da rede social, abre um canal mais livre com o público, pois este sente-se, como afirma Dias, com “mais liberdade” por estar implícito que ali, no espaço abaixo da publicação, o leitor tem direito de dizer sua opinião ou passar informação. Portanto, quando o portal abre esse espaço nas mídias sócias, permite a “criação colaborativa de conteúdo, interação social e compartilhamento de informações”. Telles (2010, p. 19) deixa claro que as mídias sociais permitem, ou dão liberdade (como afirmou o jornalista) ao público de compartilhar e colaborar com o profissional. E o Portal Folha Atual tem se apropriado das redes sociais e, conseqüentemente, da “colaboração” do leitor para construir suas pautas. “E ai, nós aproveitamos esses comentários, que são postos abaixo das matérias e, a partir disso, nós vamos atrás para apurar mais informações” (J. DIAS, 2017).

Ainda sobre o contato do público e jornalista, no Folha Atual, é utilizado também o contato através do Whatsapp dos profissionais e do tradicional telefone fixo estes, porém, em menor frequência. Visto que não existe ainda um número de contato do Whatsapp do próprio veículo e si o particular dos jornalistas que atuam e porque as pessoas já não utilizam tanto as ligações para telefones fixos. Assim como a página oficial do portal, que praticamente não há interação do público, o contato maior é feito através da rede social. E, é dessa maneira que site de notícias estimula o público a participar, ou seja, não de forma direta “não produzimos texto pedindo essa interação. Na página oficial tem o espaço fale conosco. No Facebook já está implícito. No Facebook eles já têm a liberdade de fazer os comentários, ” explica Dias. O site permite, mesmo de forma implícita, a participação do leitor, o que mostra proximidade, dando ao leitor a liberdade de interação, que pode fidelizar a audiência, pois é importante para o leitor saber que o portal de notícias o considera e abre espaço para ele dizer o que pensa e, “mesmo que não opine, apenas por saber que pode ter a chance”, o leitor quando necessitar de informações, ou de dizer alguma coisa, volta ao site (PRADO, 2011, p. 51).

Não diferente do Folha Atual, os profissionais do Grande Picos também disponibilizam canais para a interação com sua audiência, neste caso não citam as páginas de redes sociais, mas os telefones, e-mails, whatsapp e o contato cara a cara, ou seja, grande parte do público do Sistema de Comunicação de Picos (SCP) ainda cultiva o hábito da conversa pessoalmente. Apesar de utilizar-se das ferramentas de telefonia e Whatsapp, ele ainda prefere o olho no olho. Outro ponto que o Santos (2017) abordou na entrevista é que tem fontes fidelizadas, que transmitem informações que geram pautas. Existe, segundo ele, uma relação de confiança entre o público e o jornalista, e também deixa explicitar uma interdependência.

Nesta perspectiva, se percebe que entre a fonte e “mass media” se constrói uma relação mútua de interesse, tanto por parte do jornalista, que precisa saber mais informações sobre um fato e da fonte que também precisa do jornalista para tornar público seus interesses. Esse processo de aproximação, Gans (1979, 116, apud PINTO, 2000) seria semelhante a uma dança em que a aproximação tem propulsão de ambas as partes, e ainda completa que são quatro fatores relevantes na relação, entre eles a proximidade social e geográfica e a capacidade de fornecer informações credíveis. Esta última é bem mais relevante porque a partir da credibilidade comprovada através da informação fornecida, a fonte se torna regular, fiel e confiável. Conforme as palavras de jornalista

Santos: “Tenho referências nos bairros, quando demora me procurar eu já procuro. Tenho muito fonte de editoria de polícia, você sabe que essa parte de polícia pouca gente abra a boca, coisas de tráfico. Eles confiam. A gente tem essa relação de confiança” (SANTOS, 2017).

E sua colega de redação, Moura.

Existe também a questão de interesse a gente querendo usar você de alguma forma. E a gente tenta se blindar disso também. [...] Tem sempre o pessoal que quando chega (alguém) na rodoviária pedindo ajuda com passagem, eles (fontes regulares) nem encaminham mais para os órgãos assistenciais do município, já manda direto aqui pra gente. E quando chegam aqui [...] Quase sempre são as mesmas que vem e deixam sua colaboração (MOURA, 2017).

Na atualidade, muitos acontecimentos tornam-se conhecidos primeiramente, através dos compartilhamentos feitos pelo público. Até mesmo de grande repercussão, o primeiro que vê já faz uma foto, ou vídeo e envia através de grupos de Whatsapp, de rede social ou mesmo por uma ligação telefônica. Qualquer um pode se transformar em um cidadão jornalista, quando toma a iniciativa de divulgar uma informação, que pode ser desde uma corriqueira reunião de amigos até uma enchente, a queda de uma árvore que esteja impedido o fluxo do trânsito (FOSCHINI & TADDEI, 2006).

Apesar de toda as ferramentas às quais o público tem acesso e poderia ser um produtor de conteúdo noticioso, através de mídias sociais em que todo cidadão pode ser jornalista, pois o jornalismo cidadão está em nosso meio, mesmo que não o conheçamos por esse nome, a utilização nestes veículos analisados ainda é tímida. O que deixa prevalecer ainda o Gate keeper, porque os jornalistas ainda fazem uma seleção do que pode ser ou não noticiado. Quando eles recebem a sugestão, faz uma análise para ver se gera pauta e, no caso do Grande Picos, eles se deslocam até o local para verificar se o pedido está dentro dos critérios de noticiabilidade. Segundo Traquina (2008, p. 63) é “o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia”, os jornalistas fazem a apuração e decidem se o fato é “merecedor de ser transformado em matéria noticiável”, ou seja, se possui “valor-notícia” (TRAQUINA, 2008, p. 63).

Tem visitas que eu vou, que não gera uma reportagem. Quando vou olhar, é briga de vizinho, é picuinha. Quando vai fazer a filtragem

mesmo, acaba descobrindo, que é porque o vizinho tá criando porcos, tá tendo mau cheiro, (SANTOS, 2017). A gente sempre vai atrás, mesmo que não renda a gente vai. Chega muitas vezes denúncias pra gente e procuramos sempre dar um retorno a respeito dessas denúncias. Seja falta de água seja buraco na rua, falta de merenda escolar. A gente vai atrás, mas a gente procura soltar ´quando está uma matéria mais completa, (MOURA, 2017).

Após a verificação e constatação se o fato gera pauta, os jornalistas fazem a apuração, busca as fontes que podem dar as informações necessárias, geralmente são fontes oficiais. O que nos leva ainda ao modelo do jornalismo tradicional, em que Wolf (1999) aponta as fontes oficiais, ou seja, aquelas que representam as instituições, que detém o poder, econômico ou político como as mais credíveis e procuradas pelo jornalista. Como a maior frequência de sugestões são denúncias relacionadas a serviços públicos, necessitam de que sejam ouvidas as fontes denunciantes e as fontes representativas, causadoras e/ou solucionadoras do problema.

As redes sociais elas facilitaram muito esse contato, uma vez que, eu posso olhar aqui e ver o que tá acontecendo, para depois procurar as fontes oficiais para fazer a apuração da notícia, (DIAS, 2017). A gente primeiro escuta, depois vai atrás pra saber do meio ou da outra parte relacionada com essa denúncia, se tá acontecendo se aquilo de fato existe. (MOURA,2017).

Ainda sobre a forma de colaboração ou participação na construção da notícia, percebemos, segundo o representante do portal, que existem a participação através dos comentários nos links, e para essa forma de colaboração (Ana Carmen Foschini Roberto Romano Taddei), os nomeiam de “comentaristas”. Desse modo, percebe-se que existe uma importante interação entre o público e os jornalistas dos portais Grande Picos e Folha Atual, no entanto, através das entrevistas essa interação é maior com os jornalistas do portal Grande Picos, e isso dá pelo fato da proximidade com as fontes, o contato direto na rua e não somente através das redes sociais, enfim somente através da internet.

Essa participação pode não ser colaborativa, no sentido da própria sociedade produzir a notícia, mas a interação e a troca de informações entre o público e os jornalistas são necessárias e muito válida. Para o jornalista do Folha Atual “Isso fortalece porque as pessoas publicam de tudo e a gente é quem vai apurar e dá toda o reparo e preparação

técnica para o produto. O jornalismo colaborativo sempre esteve presente, as redes sociais vieram para impulsionar”.

É o que confirma também Santos, quando diz que a interação com o público é “muito proveitosa, você construir esse tipo de relação, ajuda e ajuda bastante do desenvolvimento da profissão”. Para ele, é necessária a participação, tanto para o profissional quanto para a fonte.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através das análises de entrevistas dos jornalistas dos Portais Grande Picos e Folha Atual constatou-se que existe participação do público na construção das notícias, no entanto a participação, porem tímida, apenas na contribuição. No Grande Picos a participação não se configura como jornalismo cidadão propriamente dito, conforme Foschini e Taddei (2006), pois o público não publica o conteúdo, ela apenas faz sugestões e envia informações básicas as vezes nem suficiente para a construção da pauta. Quase sempre é necessário que o jornalista vá em busca de informações para construir sua pauta e concretizar a matéria.

Por mais que tenha essa interação do público junto ao veículo, ainda não foi abandonada a tradicional prática de apuração e checagem dos fatos, ou seja, o profissional da notícia se apropria da informação para a construção de sua matéria, pois o jornalista ainda se desloca da redação para checar a veracidade da informação recebida. As informações são filtradas, para identificar se os conteúdos colaborativos enviados pelo público, através tanto das redes sociais e outras ferramentas, se adequam ao formato do veículo, se encaixa em sua linha editorial.

Percebemos também que já existe uma participação mediana do público através das redes sociais, no Folha Atual, acrescentando informações à publicação, ou mesmo apontando temas que o jornalista aproveita e constrói pautas. Segundo J. Dias (Folha Atual), a partir de temas e discussões geradas nos comentários do Facebook, ele faz matérias. Havendo, portanto a participação do público na construção das notícias, o que traz características do jornalismo colaborativo, segundo, Telles (2014).

A maior recorrência é de o público procurar os jornalistas dos dois portais analisados para dar sugestões de pauta, principalmente nas editoriais de polícia e denúncias, ou relatando sobre algum caso ou informação. E sendo assim, esta prática por

parte do público, apenas se configura como uma contribuição, que é o fornecimento de informações para esses veículos. Como foi dito anteriormente nas análises, os jornalistas dos dois portais fazem a filtragem do que pode ou não ser feito, de acordo com a editoria da empresa. O que foi percebido é, que no geral, o público destes portais não produz a notícia, apenas contribui.

Com base nas entrevistas, também percebeu-se, que existe uma interação constante entre público e portal, principalmente no Grande Picos, no qual os jornalistas tem contato direto com um grande número de fontes, pelo fato de atender a maior parte das denúncias que chegam na redação, por exemplo. Por outro lado, no portal Folha Atual essa interação acontece mais através das redes sociais, principalmente o Facebook, ou seja, há indícios de jornalismo colaborativo no Folha Atual, por meio da rede social Facebook, porque o público publica comentários informativos, gerando, na maioria das vezes, uma pauta para o jornalista.

Contudo, essa participação do público nos dois portais de notícias aqui analisados é vista como uma prática que assemelha ao jornalismo cidadão, pois, segundo Foschini e Taddei (2006), a partir do momento que uma pessoa filma algum acontecimento, ou grava algum áudio com uma informação de interesse público, ou apenas interage com o jornalista fornecendo dados que favoreçam uma causa importante, ou traga benefícios a comunidade em geral, por exemplo, enfim, esta pessoa está exercendo o papel de cidadão, e também do Jornalismo colaborativo, no qual “mais de uma pessoa contribuiu para o resultado final do que é publicado” (FOSCHINI; TADEEI, 2006, p.19) . Sendo assim, percebe-se que o jornalismo tem sofrido as mudanças no que diz respeito as práticas no processo de produção da notícia, e a cada dia a sociedade se torna um elemento fundamental neste processo.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Suzana. Jornalismo digital de terceira geração. **Coleção Estudos em Comunicação. Covilhã: LabcomBooks, 2007.**

BRITO, José Augusto Pereira. Cibercidadania: a virtualização na Comunicação Pública contemporânea. **Revista Organicom**, v. 3, n. 4, 2011. – GOOGLE ACADEMICO.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. Editora Contexto, 2007.

FOSCHINI, A. C; TADDEI, R. R. **Jornalismo cidadão: você faz a notícia. Coleção conquiste a rede**, 2006.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LANDOW, G. **Hypertext 2.0: The convergence of contemporary theory and technology**. Baltimore: The John Hopkins University Press, 1997.

PINHO, J. B. **Jornalismo na internet**. São Paulo: Summus, p. 21-40, 2003.

PINTO, M. **Fontes Jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo**. Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2), 2000, 277-294.

Disponível em:

https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5512/1/CS_vol2_mpinto_p277-294.pdf.

Acesso em 08/1/2017.

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

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

TELLES, A. **A revolução das mídias sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas**. São Paulo: M. Books, 2010.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Ed 2. Florianópolis: Insular, 2008.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Editorial Presença, 1999.