

Jornalismo digital colaborativo: A crescente difusão de práticas jornalísticas veiculadas via Instagram e Facebook. Análise de portais de notícias de Sobral, CE¹

Jose Elivelton Oliveira da Silva²
Nicolly D’lorraine Rodrigues Nunes³
Jose Augustiano Xavier Dos Santos⁴
Centro Universitário Uninta Inta, Sobral, CE

RESUMO

O crescimento acelerado da internet proporciona uma via de comunicação mais direta em relação à propagação de informação entre portais de comunicação locais. Impactados pela pandemia de covid-19, as interações virtuais nos últimos três anos ampliaram o contato de pessoas com os meios digitais impulsionando as necessidades de adaptação de blogs de notícias (antes restringidos apenas a publicações em sites) para formatos mais interativos, audiovisuais e práticos em plataformas como Instagram e Facebook, como é o caso dos portais: Sobral Online, Sobral 24h e O Sobralense, objetos de estudos neste ensaio. Em uma escala menor, o fenômeno jornalístico de *agenda setting*, que determina a seleção de notícias que serão veiculadas, passa por transformação assim como ocorre nas grandes mídias, onde os interesses da população expressos em redes sociais pautam não só o tipo de notícias que estes portais veicularão como a própria produção autoral de material noticioso. Os fatos e acontecimentos locais interessam a comunidade a quem pertencem e, na ausência de exploração destes fatos nas mídias de massa, os portais de notícias locais cumprem esse papel de informar a comunidade por meios que possam atingir de forma rápida público-alvo, como é o caso das mídias digitais. A estrutura dos portais de notícia mencionados nem sempre contam com profissionais preparados para noticiar sob a ótica da ética jornalística, linguagem e fundamentações pertinentes ao jornalismo tradicional e acadêmico. Nesse contexto a prática de jornalismo exercida pelo cidadão comum é de produzir notícias a partir de sua formação sociocultural, caracterizando-o como repórter-amador. A notícia participativa, onde o leitor também é agente de formação de notícia, ganha espaço de visibilidade para milhares de pessoas que acompanham estes portais e requerem um grau de polimento principalmente ao tocar em assuntos delicados, como a veiculação de imagens de teor sensível envolvendo menores de idade, como o exemplo da reportagem intitulada: “Vídeo mostra adolescente correndo em via pública após ser esfaqueado na cidade de Martinópolis...” postagem realizada pelo portal “O Sobralense” publicada na fanpage (Facebook) em 5 de março de 2022 atingindo a 506 mil visualizações. O fenômeno de participação social na formação de notícia já é analisado desde o início dos anos 2000, como aponta o American Press Institute, em estudo denominado We Media, que faz reflexões sobre as mudanças nos cursos de graduação de jornalismo em decorrência da participação de leitores no processo de coleta

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022.

² Acadêmico do curso de Jornalismo - UNINTA, Centro Universitário Inta – Sobral-CE, email: veltooliveira@icloud.com.

³ Acadêmica do curso de Jornalismo - UNINTA, Centro Universitário Inta – Sobral-CE, email nicolly_dlorraine@hotmail.com:

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do UNINTA, Centro Universitário Inta – Sobral-CE, email: augustiano.xavier@uninta.edu.br

de notícias. Fenômeno esse que não só é apenas comum como também inevitável. Castilho (2004), contudo, chama atenção para a máxima de que esses processos requerem um aprendizado mútuo entre as duas partes, profissionais e cidadão comum, para que os princípios éticos sejam preservados. A análise dos assuntos aqui abordados sofreu dificuldades de monitoramento, pois postagens, vídeos e *print screen* de mensagens denunciadas são frequentemente deletadas ou alteradas. Isto porque a priorização destes portais é de um furo jornalístico, mesmo que antes da notícia um rumor ou manchete convidando o leitor a continuar acompanhando o portal sirva como *clickbate* (caça-clique), após apuradas as informações geralmente ocorrem alterações de conteúdo, uma nova postagem ganha espaço ou a publicação de uma chamada ao vivo acompanhando os fatos, salvo *stories* inalterados para ainda servirem como mecanismo *clickbate*. Contudo a experiência de comunicação colaborativa não se trata de uma característica homogênea. O webjornalismo participativo é cada vez mais frequente em grandes veículos que recebem e integram em suas matérias notícias de origem colaborativa, seja do profissional avulso ou do cidadão comum, mas o limite de até onde, e o que pode ser veiculado faz a diferença. Para os veículos de comunicação há fatores que justifiquem não só a integração do webjornalismo colaborativo como o incentivo da participação de leitores, telespectadores e ouvintes. Palacios (2011) expressa que a participação dos internautas funciona como parte do modelo de negócios da empresa logo pode pensar em justificativas para o crescimento de fenômenos colaborativos como cativar o internauta e fidelizar sua audiência ao veículo, uma vez que sente-se parte ativa compartilha com familiares e amigos, mesmo que brevemente tem seu papel de repórter-amador lhe deixando contemplado e prestigiado. É possível fazer uma comparação com baratear os custos de produção de notícias já que imagens, denúncias e testemunhos chegam em primeira mão reduzindo os custos de preparação e locomoção jornalística para onde o fato noticioso está ocorrendo. Para nosso objeto de estudo o jornalismo colaborativo mais “autônomo”, realizado por pessoas não ligadas a mídias de massa ou (não necessariamente jornalistas) tem ao mesmo passo que uma fragilidade, na perspectiva da possibilidade notícias equivocadas, inverídicas ou não éticas, como tem exemplos de webjornalismo colaborativos que poderiam servir de inspiração. Menciono o caso do jornal Sul Coreano OhMyNews primeiro site de notícias do mundo a publicar material de seus leitores que, sendo pioneiro na área, conseguiu desenvolver-se de modo a ampliar e cativar leitores não só em seu país de origem, mas tornando-se um portal de notícias mundial. O OhMyNews tem como lema “cada cidadão é um repórter” e nasce no pós-ditadura militar de 1988 em resposta ao monopólio midiático local e, embora receba colaborações do mundo todo, não renuncia aos princípios jornalísticos básicos como a verificação da veracidade de notícias antes de publicá-las, pois como ratificam a produção é rigorosa, sendo alterativo apenas a matéria. Pierre Lévy (1999) refletia sobre o possível desaparecimento do jornalista como intermediário da informação em virtude do crescente número de internautas, contudo essa ideia fica cada vez mais distante da realidade. As evidências apresentadas aqui mesmo rompendo com o modelo transmissionista de emissor-meio-mensagem-receptor, a pontam o jornalista como necessário para filtrar, editar e ordenar o material captado por vias de colaboração. Conclui-se que o jornalismo colaborativo sofreu e sofre mudanças desde seu surgimento nos anos 2000 fomentando novas formas de comunicar, logo a internet como principal agente comunicativo da atualidade democratizou não só o acesso à informação como a livre produção de conteúdo jornalístico amparado pelo processo tecnicamente recente de popularização e veiculação de notícias em redes sociais tal qual Instagram e Facebook mencionadas neste ensaio.

Percebe-se que a grande intenção nos portais de notícias locais atuantes na cidade de Sobral tem como objetivo a diversificação de conteúdo atendendo as tendências de comunicação difundidas amplamente no país, edificando o ideal participativo, mas que ainda sim requerem um polimento sobre causas, linguagem e assuntos que por ventura podem causar ruído ou negligência comunicacional.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo colaborativo; mídias sociais; jornalismo digital

REFERÊNCIAS

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação de massa. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005..

Notícia e interatividade social | Observatório da Imprensa. Observatório da Imprensa. Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/noticia-e-interatividade-social/>>. Acesso em: 8 abr. 2022.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. Trad. Carlos Irineu da Costa. – São Paulo: Ed. 34, 1999.

Watch. Facebook.com. Disponível em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=679089279945698>>. Acesso em: 8 abr. 2022.

CIENCULT. Webjornalismo: Marcos Palacios critica modelo de Jornalismo Cidadão dos jornais (1). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=n-SQfBciFCo&ab_channel=Ciencult>. Acesso em: 8 abr. 2022.

SBARAI, R. S. A. Minha notícia, IReport e OhmyNews: modelos de cooperação ou colaboração no jornalismo digital? IN: LIMA JUNIOR, W. T. (org.). Comunicação, tecnologia e cultura de rede. São Paulo: Momento Editorial, 2011, p. 12-39. D