

## O JORNALISMO COLABORATIVO: OS NOVOS CAMINHOS DO JORNALISMO DA INFORMAÇÃO DO PROGRAMA “VOCÊ NO JL”

Luan Dias Góes<sup>1</sup>

Marcus Dickson<sup>2</sup>

### RESUMO

Este artigo tem o objetivo geral de apontar sobre a construção da colaboração no telejornal no quadro “VOCÊ NO JL (TV LIBERAL, afiliada da Rede Globo), e de que forma se dá as implicações da prática do jornalismo colaborativo e a informação compartilhada da internet, veiculado de segunda-feira a sábado, em Belém do Pará e região Metropolitana. A presente pesquisa classifica-se dentro da abordagem bibliográfica sobre o assunto, discorrendo sobre a origem da prática do jornalismo; onde um veículo de mídia permite que seus leitores deem opiniões, deixem seus relatos e compartilhem experiências dentro das notícias, está dando a eles a oportunidade de colaborar com o conteúdo. Foi observado com a pesquisa que com o crescimento do jornalismo online e com a busca incessante pela rapidez na publicação das notícias, o jornalismo colaborativo vem se expandido, porém um bom jornalista precisa saber utilizar as ferramentas corretas para filtrar as postagens mais relevantes e checar os fatos para confirmar a veracidade dos fatos.

**Palavras-chave:** Jornalismo colaborativo. Mídia. Participação.

---

<sup>1</sup> Acadêmico do Curso de Comunicação social - Habilitação em Jornalismo – Faculdade Estácio do Pará. E-mail: luan.goes.ld41@gmail.com.

<sup>2</sup> Professor orientador, mestre em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM-UFPA), Professor do Curso de Comunicação social - Habilitação em Jornalismo – Faculdade Estácio do Pará E-mail: marcus.correa@estacio.br



## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Como qualquer novo conceito, o tempo é o único curador para ajustar e habilitar as novas ferramentas para o uso comum. Com a nova tecnologia, apareceram formas de comunicação, expressão, interação e relação entre os que utilizavam a internet, principalmente quanto à manifestação da opinião e busca de informações na rede. Após três décadas de desenvolvimento e aprendizagem da nova comunicação, a internet evolui para um patamar em que o usuário é a peça principal do sistema (SOSTER, 2005).

Segundo Felipe Pena (2016), na sociedade pós-industrial, não há bem mais valioso que a informação. De acordo com o autor, os “fluxos de capital mudam de pátria em frações de segundo e mesmo um simples acesso à internet já nos posiciona como ativos integrantes do estratégico banco de dados do mercado global” (PENA, 2016, p.11).

Para Fábio Augusto Sales, Gisele Truzzi de Lima e Rodrigo Barros de Miranda (2017), “atualmente, o bem social mais valioso é justamente a própria informação; afinal, nunca foi tão fácil e rápido produzir, obter e gerenciar qualquer tipo de informação a qualquer tempo e lugar, graças ao advento da Internet” (SALES, LIMA, MIRANDA, 2017, p.2). Concomitante ao poder concedido pela internet, a disseminação da venda de computadores e popularização de acessos em território brasileiro é consequência direta a utilização da Web como fonte de propagação de informações e meio de comunicação ativo.

Para os meios de comunicação, a introdução de conceitos e utilidade de ferramentas de interação audiência/mídia iniciou a se desenvolver em meados de 2004, quando veículos de TV, impressos, revistas, portais, blogs, entre outros, lançaram mão da internet para informar e criar laços entre o público consumidor. Poucos destes veículos, inclusive, permitem que o próprio leitor publique suas notícias ou ofereça sugestões de pautas. Esta prática recebeu a denominação de Jornalismo Colaborativo, Jornalismo Cidadão ou Open Source Journalism, cuja principal função



é publicar conteúdo produzido exclusivamente por uma pessoa não habilitada em jornalismo ou em união com um jornalista profissional (OLIVEIRA, 2016).

A confiabilidade é algo tão primordial no jornalismo, que é usada inclusive como uma forma de ratificar o discurso de um jornalista ou de um veículo de comunicação como verdadeiro, no mercado jornalístico. Essa tensão entre a colaboratividade em tempos da informatização na internet e suas implicações na questão da credibilidade no fazer jornalismo atualmente será o guia para os estudos desenvolvidos neste trabalho (MELO, 2012).

O intuito deste trabalho é investigar quais são e de que forma se dão essas implicações na prática do jornalismo colaborativo da informação na internet. Busca-se que, de alguma maneira, ele colabore para as discussões sobre o assunto, porém não esgotando-as, de outro modo, espera-se que ele possa lançar novas perguntas para estimular outros estudos na área.

A colaboratividade no jornalismo online pode se mostrar em vários níveis. Existem modelos, nos quais o internauta pode ser responsável por todo o processo de construção e publicação da notícia, sem passar por um jornalista, existe a possibilidade de qualquer usuário editar notícias de outros usuários, mas também existem iniciativas mais tímidas, que não deixam de ser colaboração, como um portal de notícias que abre a possibilidade de deixar comentários nas notícias (PRIMO, 2017).

Como este trabalho tem enfoque na prática jornalística, o nível de participação focado será aquele comum nos canais “você-repórter” de portais como o jornal Liberal, com o quadro “Você no JL”, isto é, o modelo, em que as matérias colaborativas são publicadas somente após aprovação de um profissional, sendo esperado que aquela contribuição passe pelo procedimento de apuração antes de ser publicada. O trabalho está organizado em três capítulos. No primeiro, será feito um breve histórico do jornalismo e do conceito de credibilidade para a profissão. Para isso, serão discutidas questões iniciais como a relação entre ser humano e comunicação, desenvolvimento da profissão e a busca pela verdade. O segundo capítulo irá delinear aspectos do jornalismo na internet, começando com a chegada da internet, demonstrando a



abertura que ela possibilitou para que a informação pudesse ser menos concentrada, passando também pela definição de conceitos importantes como o de cibercultura, ciberdemocracia, além de um apanhado sobre a evolução das pesquisas em internet no Brasil. O terceiro e último capítulo aprofunda a discussão sobre colaboratividade, delimitando conceitos fundamentais como o de wiki-jornalismo e Web 2.0. Esse capítulo deve buscar as ideias apresentadas nos anteriores, porém aplicando-as nas discussões sobre credibilidade no jornalismo colaborativo. É nele também onde serão expostos os principais pontos fortes e também críticas mais contundentes acerca da colaboratividade.

## 1.1 JUSTIFICATIVA

A relevância da temática, em saber como o jornalismo colaborativo uma mídia aberta à colaboratividade não apenas ajuda a revolucionar o modelo de comunicação, o qual foi, por muito tempo, tido como solidificado, sendo calcado no modelo em que o emissor falava para muitos receptores e o contrário não era possível, mas também aproxima os veículos de comunicação das necessidades de seu público.

De modo simples, é o chamado *open source*<sup>3</sup> da prática jornalística em conjunto, conhecido por diferentes nomes, como jornalismo colaborativo, comunitário ou cidadão. Na internet a facilidade com que pessoas comuns produzem e disponibilizam seus próprios vídeos, mostra a crescente adesão a esse tipo de mídia. Em relação a essa demanda, a televisão como a conhecemos ainda não possui um modelo eficiente que integre as possibilidades da internet, embora faça experimentos, às vezes acertados, outras vezes equivocados.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo geral

---

<sup>3</sup> Termo em inglês que significa código aberto. Isso diz respeito ao código-fonte de um software, que pode ser adaptado para diferentes fins.



Apontar sobre a construção da colaboração no telejornal no quadro “VOCÊ NO JL”, e de que forma se dá as implicações da prática do jornalismo colaborativo e a informação compartilhada através da internet.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- a) Apresentar a importância da análise das notícias colaborativas;
- b) Analisar a forma como a mídia vem influenciando a interatividade com o telespectador;
- c) Buscar o porquê, a maneira que é passada as notícias, e como é posicionado o feedback.

## 2. MATERIAIS E MÉTODOS

A presente pesquisa classifica-se dentro na definição do esboço da pesquisa, quanto aos objetivos, este trabalho se enquadra como uma pesquisa exploratória. Conforme Gil (2002), a pesquisa exploratória é empregada no sentido de apresentar uma visão geral acerca de determinado fato. Assim, proporciona-se uma familiaridade maior com o problema, visando torná-lo mais específico.

Quanto aos procedimentos técnicos, Lakatos e Marconi (2006) afirmam que a pesquisa bibliográfica consiste em obter conhecimentos por meio de registros bibliográficos, utilizando o levantamento de informações através de consulta e estudo de jornais, revistas e livros. Na pesquisa bibliográfica, serão analisadas informações comparativas de elementos-chave e, por meio de questionamentos, identificam-se fatores de relevância do tema, tais como a função de métodos e técnicas para se chegar à solução do problema. Neste estudo, também será utilizado a pesquisa bibliográfica, pois fundamenta em livros, artigos sobre o assunto desenvolvido.



Quanto à técnica de coleta de dados propostas para que se alcance essa lógica são o estudo exploratório, a observação qualitativa indireta, que servirão para a execução das etapas consideradas relevantes para que se atinjam os objetivos deste projeto.

### 3. REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1 JORNALISMO COLABORATIVO: ENTRE RELAÇÕES, FATOS E OPINIÕES

A chegada da internet e, principalmente, a popularização dos dispositivos móveis, liderada pelos smartphones, ampliou as possibilidades de participação, permitindo que o público, a partir da lógica da colaboração, conquistasse outros espaços dentro de grandes portais de notícias. No caso, o conteúdo chega aos veículos e lá ele passa por um processo de edição, antes da publicação, que tem por objetivo assegurar que certas características do que se compreender por notícia sejam mantidas. As notícias são a matéria-prima do jornalismo e um acontecimento, numa definição rápida, torna-se notícia a partir do momento em que é levado ao conhecimento de outras pessoas (SOSTER, 2005).

Charaudeau (2006) define notícia como um conjunto de informações que se relacionam em um mesmo espaço temático, tendo um caráter de novidade vindo de uma fonte e podendo ser tratado de forma diversificada. Por trás do discurso veiculado pela mídia, existe um espaço social que será revelado de acordo com a abordagem dada pelo profissional da comunicação, na tentativa de tornar o fato inteligível. De acordo com Charaudeau (2006), para que o acontecimento realmente exista é necessário nomeá-lo, uma vez que o acontecimento não adquire significado por si. “O acontecimento só significa enquanto acontecimento em um discurso” (CHARAUDEAU, 2006, p. 131).

A realidade dos fatos acessada pelo público é construída de acordo com a seleção de informações feita pelo jornalista, ou seja, não se baseia somente na escolha dos fatos, mas também no tratamento de determinados aspectos do



acontecimento. Vale lembrar que, em geral, na seleção de fatos feita pelo jornalista, leva-se em conta o contexto cultural e a política editorial do veículo em que o profissional trabalha. Numa primeira análise, uma das tarefas do jornalismo parece ser dar conta de tratar os acontecimentos, tentando aproximar, ao máximo, o momento do surgimento do acontecimento com o instante de consumo da notícia. (ECO, 1988). No entanto, o fetiche da velocidade (MORETZSOHN, 2000), a necessidade de divulgar primeiro assumiram dimensões quase insuportáveis na era do “aqui e agora” digital e, por vezes, escancararam as precariedades do fazer jornalístico: muitas vezes entre o dilema de “levar um furo” ou divulgar uma notícia sem a devida apuração, muitos veículos se arriscaram no primeiro, ignorando as consequências de uma notícia errada ou mesmo inexistente (falsa) para seus leitores e, por conseguinte, para sua imagem e credibilidade. Muitas vezes, a lógica da colaboração entre jornalistas e cidadãos comuns, para a produção de conteúdo, é justificada e também estimulada por essa ideia de que nem todos os jornalistas conseguem estar no local no momento de um acontecimento e que, portanto, um possível colaborador poderia cumprir tal função de quase onisciência e ubiquidade.

Porém, para, além disso, é preciso compreender a colaboração como algo que permite a aproximação dos veículos de mídia com seus públicos e isso mais que lhes render notícias, oferece aos jornalistas a oportunidade de conhecer e de se aproximar de seu público. E esse conhecimento não é só para entregar ao público a “notícia que ele quer ouvir/ver/ler”, mas também – e mais ainda – para tomar ciência da sua realidade, percebendo demandas, necessidades, enfretamentos, ações que, ao se tornarem notícia, podem produzir reverberações interessantes e importantes no âmbito de uma democracia informacional. O termo jornalismo cidadão ou colaborativo teve origem em 1999, quando a palavra open source apareceu pela primeira vez na revista Salon (HAWKING, 2002).

De acordo com Ferrari (2008), desde essa época, muitos estudos foram desenvolvidos para analisar o potencial desse tipo de jornalismo, que se ancora fortemente nas possibilidades trazidas pela descentralização dos meios de comunicação.



No entanto, assumir que a participação se inicia com o advento digital é desconsiderar que todo texto traz consigo seu público, ou seja, as vozes atravessam qualquer texto jornalístico. Umberto Eco (1998) já nos alertara para esse fato, pois, diante da capacidade de manipulação da mensagem pelo sujeito-receptor, poderíamos nos esquecer de que o público se faz presente (participa) em (de) todo processo.

É bem verdade que diferentes vozes atravessam qualquer texto jornalístico. Pode-se acrescentar que qualquer noticiário inclui sempre, em alguma medida, a participação de seu público. Antes do e-mail, essa participação já ocorria através de cartas e ligações, por exemplo, na forma de sugestões de pauta ou mesmo para alguma seção do tipo "cartas do leitor". Porém, a filtragem daquelas cartas, o pequeno espaço disponível para sua publicação e a necessidade de utilização de outro meio para envio (não se pode responder através da televisão) acabam por desestimular uma maior participação (PRIMO & TRÄSEL, 2006, p.39-40).

Se inicialmente, coube aos veículos jornalísticos ocupar a WWW<sup>4</sup> sem promover muitas transformações em sua dinâmica de produção e apresentação de conteúdos noticiosos, com a chegada da web 2.0, não havia mais como adotar a dinâmica de colonização do espaço digital, era preciso buscar formas de se explorar as potencialidades dessa terra nova.

(MORETZSOHN, 2001).. Com a popularização de blogs e sites, no formato de jornalismo cidadão, o debate e a troca de ideias no ambiente online foram valorizados. Diante disso, webjornais passaram a inserir nas páginas, espaços específicos para a participação do leitor/internauta, até mesmo para a produção de conteúdo e notícias. A geração de conteúdo, que antes era realizada por profissionais que produziam e amadores que consumiam, agora é um mercado mais aberto. "Isso é um indício das mudanças que podem ser fomentadas pela democratização das ferramentas de produção e distribuição" (ANDERSON, 2006, p 82).

---

<sup>4</sup> Refere-se à World Wide Web ou, em português, rede de alcance mundial. Trata-se de um sistema interligado de arquivos e informações executados na internet.





De acordo com Anderson (2006), ao dispor de ferramentas mais amigáveis e de fácil utilização, os sujeitos têm mais possibilidade de coletar, produzir e disponibilizar imagens, sons, vídeos e textos, seja em seus próprios canais de distribuição, seja aos veículos jornalísticos. E nesse cenário, os dispositivos móveis, com destaque para os smartphones, desempenham importante papel.

### 3.2 JORNALISMO E EVOLUÇÃO DA COLABORAÇÃO

A colaboração no jornalismo web, de acordo com Primo e Trasel (2006), se desenvolveu em pelo menos três fases. A primeira geração é a da transposição do modelo impresso para as redes digitais. As notícias seguem o padrão de texto e diagramação do jornal tradicional, acrescentando poucos recursos para interação com o leitor.

Na segunda geração, alguns elementos específicos da web passam a ser agregados à notícia online, embora esta continue seguindo o padrão de texto da edição impressa. Porém, passa-se a oferecer recursos de hipermídia, listas de últimas notícias e matérias relacionadas, bem como material exclusivo para a versão online.

Já na terceira geração as publicações incorporaram a hipermídia à produção do texto, aprofundando a hipertextualidade, permitida pela convergência das mídias digitais. E são as mídias digitais que promovem uma maior participação do público na construção de matérias jornalísticas. Para Primo e Träsel (2006), a produção de matérias jornalísticas sempre esteve permeada pela participação do público em alguma medida.

Superando o uso do e-mail, as empresas jornalísticas adotaram outras formas de possibilitar a participação do público, como por exemplo, a criação de áreas específicas para a colaboração dentro de seus sites, com a exigência de um cadastro, regras e para o envio de materiais. Atualmente, o uso de aplicativos de mensagens, como WhatsApp para o envio de materiais também é adotado e não faz nenhum tipo de exigência ao cidadão participante. Outra forma adotada é a



interação por meio de redes sociais, utilizando o próprio canal da empresa jornalística na rede ou fazendo o uso de hashtags<sup>5</sup> (ANDERSON, 2006). De acordo com Pereira (2014), essa produção colaborativa foi possível por meio do acesso aos meios eletrônicos de produção de materiais. “A interação no telejornalismo passou a ser possível com a produção de matérias feitas pelo próprio leitor que explora a linguagem eletrônica em todas as suas potencialidades, com vídeos, fotos e outros recursos adicionais”.

### 3.3 COLABORAÇÃO E CREDIBILIDADE

Um dos fatores que legitimam a interação do público com a produção de notícias é que ele teria a priori mais conhecimento sobre seu próprio cotidiano do que qualquer jornalista. Mas isso pode ser visto mais como oportunidade de colaboração do que ameaça à profissão. Este cenário conflita com a tradicional produção de notícias por uma empresa jornalística, cujos produtos são exclusivamente fruto do trabalho de uma equipe de profissionais reclusos em uma redação ou com contato restrito às fontes especialmente os oficiais.

O Jornalismo colaborativo permite diversos olhares sobre um mesmo assunto, mas isso não garante que seja livre de inverdades, uma vez que é produzido por seres humanos passíveis ao erro, da mesma forma que os profissionais.

A diferença é que aqui o erro pode ser instantaneamente corrigido. Por exemplo, se uma revista mensal publica uma informação errônea, os leitores esperam até o mês seguinte para que a retificação seja publicada, ou podem nem chegar a vê-la, já que o espaço cedido para as erratas no jornalismo impresso é pequeno. Isso pode provocar efeitos prolongados no desenrolar daquela mensagem incorreta.

No caso do webjornalismo participativo, uma mensagem polêmica, tendenciosa ou até mesmo falsa, pode receber centenas de mensagens criticando-a ou corrigindo-

---

<sup>5</sup> Hashtag é um termo associado a assuntos ou discussões que se deseja indexar em redes sociais, inserindo o símbolo da cerquilha (#) antes da palavra, frase ou expressão.



a. E com a possibilidade de escrita hipertextual, as respostas nos fóruns podem trazer links para outras fontes na web, que aperfeiçoam o tema em discussão. O que diferencia o jornalismo participativo é a descentralização do processo de correção de informações erradas (PRIMO & TRASEL, 2006).

O jornalismo colaborativo é entendido por Gillmor (apud BAMBRILLA, 2005) como o noticiário produzido para as pessoas e pelas pessoas. Esse modelo difere do desgastado modelo massivo de imprensa e legitima o público como autor de uma mensagem cada vez mais heterogênea e plural, tal como o jornalismo deve ser. Nós é que dizíamos como as coisas se tinham passado. O cidadão comprava, ou não comprava. Podia até escrever-nos uma carta, que decidíamos se publicávamos ou não.

[...] Era um mundo que levava à autossatisfação e à arrogância da nossa parte. (Gillmor, 2004 apud. BAMBRILLA, 2005, p. 15). No Brasil, ainda existem falhas que desaceleram o desenvolvimento do webjornalismo cidadão, as principais delas são a baixa taxa de atualização dos conteúdos, a falta de incentivos financeiros aos colaboradores, publicação de conteúdo requentado e participação dos internautas como coadjuvantes no processo de construção da notícia.

Outra crítica que consideramos pertinente é que a participação à qual o leitor é convidado pelo jornal não deixa de ser uma relação mediada por forças, onde o veículo de comunicação possui poder desproporcionalmente maior que o leitor.

O fato de o jornal controlar essa relação pode, segundo autores como Felippi (2007), talvez, pouco servir para a construção da cidadania de quem responde ao jornal. Ainda que determinado tema ou abordagem seja sugerida por um leitor, ou mesmo que ele participe da produção da notícia, ou seja personagem dela, isso não muda o fato de que ele é apenas um dos participantes daquele processo, uma parte do todo.

O outro, no caso, o jornal, através do jornalista, por mais que elabore estratégias para que o colaborador seja o protagonista, não deixará de fazer apropriações, que demonstrarão claramente a interferência do veículo na construção



daquela notícia. O jornal deverá, por exemplo, adaptar as palavras do colaborador ao espaço disponível, bem como a norma jornalística de escrita e à norma estabelecida pelo veículo, deve ser garantida que aquela notícia esteja de acordo com os princípios editoriais do veículo, bem como não fira seus interesses comerciais.

O enfoque também pode variar em relação àquilo que o colaborador julgou mais importante, ficando a cargo de repórteres e editores, sob a justificativa de que a notícia deve ser feita baseada no interesse do maior número de leitores e não apenas no do leitor- colaborador. A participação do leitor na produção da notícia é um caminho sem volta. As redes sociais permitem que qualquer pessoa produza informação, independente se ela está ligada a algum veículo de comunicação ou se tem conhecimento jornalístico.

Lévy (2013) define essa fase como sendo a da inteligência coletiva, que permite a todos os indivíduos, independente de hierarquias e localizações, compartilharem suas experiências para a formação de um saber. O desenvolvimento dos meios eletrônicos e a digitalização do conteúdo permitiram que este continuasse sendo desenvolvido por qualquer um, em qualquer lugar, independente de línguas, fronteiras e formação. Com a internet, os indivíduos são estimulados a criar conteúdo e a propor aos outros internautas que criem também.

Para Silva (2010), no jornalismo, isso é aplicado, quando um site permite que o leitor comente o conteúdo, criando, assim, uma discussão entre o jornalista e o leitor e o leitor com outros leitores. Jenkins (2009) classifica essa realidade como uma era da convergência, em que há um cruzamento entre mídias corporativas e alternativas, entre as novas mídias e as tradicionais e entre o produtor e o consumidor.

### 3.4 A COLABORAÇÃO E SUAS MOTIVAÇÕES

A contribuição no jornalismo, por meio das tecnologias móveis, se dá pela motivação dos sujeitos interconectados em colaborar. Segundo Charadeau (2006), o sujeito não se encontra somente no campo do agir, mas também e, principalmente, para ocupar uma posição social, estabelecer relações de convívio ou de poder.



A relação do cotidiano com a colaboração jornalística é um ponto de destaque para Brambilla (2005). Segundo a autora, as notícias produzidas por colaboradores são sempre de cunho opinativo, uma vez que os autores de colaboração contam histórias do cotidiano, o que no jornalismo comum seria o papel da fonte interessada, ou seja, escrevem de acordo o interesse pessoal. Ainda de acordo com Brambilla (2005) O colaborador necessita de uma resposta do trabalho realizado para continuar colaborando com o veículo. Mas deve ficar ciente de que a responsabilidade de uma informação publicada pode levar a uma aclamação ou uma exclusão, afirma a autora.

A população atual vive em torno de histórias, costumes, experiências de vida, da informação individualizada, construindo uma rede de troca de informações. Este processo está ligado com a grande rede de pessoas que precisam de informações todos dos os dias. “Os indivíduos precisam de informação do mesmo modo que precisam do ar que respiram”. (FERRARI, 2018, p.7). O interesse por trás da colaboração é definido por Berger (2014) como moeda social, ou seja, o colaborador sempre tem o desejo de causar boa impressão sobre sua participação. O sujeito se importa com o modo como os outros os vê. “Assim como as pessoas usam dinheiro para comprar produtos ou serviços, usam a moeda social para obter impressões positivas desejadas entre a família, os amigos e colegas” (BERGER, 2014, p.33).

De acordo com o mito do Narciso, que é quando o homem enamora apenas com aquilo que considera a própria imagem, ele se torna um fascinado por qualquer extensão de si mesmo. Dessa forma o homem fica em um estado entorpecimento. “Todas as extensões de nós mesmos, na doença ou na saúde, não são senão alternativas de manter o equilíbrio” (MCLUHAN, 2000, p.60). Talvez seja essa a explicação para que sujeitos sejam motivados a colaborar com conteúdos jornalísticos. Qualquer tipo de tecnologia é considerado uma extensão do corpo humano, mas para a adaptação dessas novas extensões é exigida novos tipos de relação de equilíbrio entre demais extensões do corpo já existentes.

Mcluhan (2000) lembra que perceber ou utilizar uma extensão do homem sob forma de tecnologia é o mesmo que adotá-la. O homem vive na continua adoção de



novas tecnologias, uma vez que a humanidade incorpora e vive como servos dos novos mecanismos.

#### 4. ANÁLISE DE RESULTADOS

De acordo com a descrição na página oficial do Jornal Liberal 1º Edição no Facebook, ele é um programa jornalístico regional da TV Liberal Belém, empresa da Rede Liberal e afiliada da Rede Globo, em Belém. Exibido de segunda à sábado, às 12 horas, o telejornal dura cerca de 40 minutos e apresenta linha editorial de caráter comunitário, onde temos o quadro “Você no JL1”, daí a importância e a abertura para a participação dos telespectadores.

O portal de notícias do Jornal Liberal, na seção Belém-PA<sup>6</sup>, disponibiliza um espaço para colaboração denominado “Vc no JL”. Nesse espaço, os participantes podem colaborar utilizando a página específica para colaboração no portal. Nessa página, os internautas precisam se cadastrar e aceitar o termo de uso. Os usuários também são orientados quanto ao formato dos materiais que serão enviados: os títulos devem ter no máximo 255 caracteres e a mensagem 2048 caracteres. Também são solicitadas informações como data, telefone, estado e cidade.

É permitido o envio de 1 imagem ou vídeo no tamanho máximo de 50MB. Após esse procedimento o conteúdo já pode ser enviado para a sessão e passará pela análise de um jornalista profissional para verificar o alinhamento editorial, bem como possíveis ajustes e edições.

O “Vc no JL” também incentiva a participação por meio do aplicativo WhatsApp, no número (91) 999430001. Também por esse canal, é solicitado ao usuário que concorde com os termos de uso e que siga algumas recomendações, como por exemplo, gravar o vídeo ou fotografar com o celular posicionado na horizontal, escrever as principais informações e enviar o nome de quem gravou o vídeo.

---

<sup>6</sup> disponível no endereço <https://g1.globo.com/pa/para/edicao/2020/08/19/programa/>



A participação e colaboração pelas redes sociais também foi observada. Essa contribuição é realizada pelo sujeito que, ao usar alguma de suas redes sociais, preferencialmente facebook e twitter, acrescentam ao final da mensagem a hashtag VOCÊ NO JL (#JL1). Com esse recurso, todas as mensagens postadas com essa hashtag são identificadas, agrupadas e transformada em um hiperlink que irá direcionar a pesquisa para todas as pessoas que também usaram a mesma hashtag. Os conteúdos produzidos pelos sujeitos são selecionados e exibidos em um painel, no estúdio do telejornal.

Quadro 1 – Características da colaboração JL1.

PORTAL JL1 – CARACTERÍSTICAS	
ESPAÇOS DESTINADOS A COLABORAÇÃO	REQUISITOS E EXIGÊNCIAS PARA COLABORAÇÃO
VOCÊ NO JL1 - ORIENTAÇÃO QUANTO AOS FORMATOS DO MATERIAL ENVIADO	Títulos com no máximo 255 caracteres e a mensagem 2048 caracteres. Também são solicitadas informações como data, telefone, estado e cidade. É permitido o envio de 1 imagem ou vídeo no tamanho máximo de 50MB. Exige cadastro de login e senha e o usuário deve aceitar os termos de uso.
PARTICIPAÇÃO VIA APLICATIVO WHATSAPP	Incentivada. Com orientações sobre como gravar um vídeo via smartphone. Para envio via WhatsApp não é necessário cadastro, mas é preciso aceitar os termos de uso.
PARTICIPAÇÃO VIA REDES SOCIAIS	Incentivada durante a apresentação do telejornal e não faz nenhuma exigência para a participação do sujeito

Buscando refletir sobre as experiências da produção de notícias no jornalismo colaborativo, o presente artigo realizou uma análise do produto jornalístico “Você no JL 1”, que tem como principal mediação a TV. Esse produto conta com espaços específicos para colaboração e também estimulam a participação por meio de redes sociais e aplicativos de mensagens como *WhatsApp*. Na análise buscou-se observar



os tipos de colaboração, bem como as possíveis motivações e o uso de dispositivos móveis para a produção da informação (imagem, áudio, texto e vídeo).

O acompanhamento do uso do WhatsApp e demais redes sociais, no “VOCÊ NO JL 1”, cada vez que um assunto é publicado a partir da colaboração de leitores, a reportagem é originada ou amplificada com ajuda de informações enviadas pelo aplicativo.

Para a análise da construção da colaboração do “VOCÊ NO JL1”, foi realizado um recorte do período de 19 de Agosto de 2020 a 24 de Agosto do mesmo ano, com o foco na participação dos sujeitos. Para tal, os potenciais colaboradores foram divididos em três categorias, são elas:

1. Categoria registro/colaborador em campo: O telespectador como cidadão contribui com imagens ou vídeos, do momento exato do fato. O jornalista não vai ao local do acontecimento. O desdobramento dessa colaboração se dá, na maioria dos casos, por meio de contatos com órgãos oficiais e a leitura de notas pelo apresentador.
2. Categoria denúncia/jornalista em campo: Nesse tipo de interação, o material é enviado pelo sujeito colaborador diretamente para a empresa jornalística. Essa colaboração se desdobra em uma produção mais apurada por parte do veículo, com a presença do jornalista no local. Nesses casos, também busca-se uma fonte oficial e até mesmo o colaborador entra como fonte na matéria (denunciante).
3. Categoria participação via redes sociais: consiste em mensagens enviadas pelos telespectadores por meio das redes sociais com a *hashtag* (#JL1). Essa mensagem pode conter imagens, vídeos ou apenas textos. As informações são de cunho opinativo e, em alguns, casos denunciam alguma irregularidade. Sempre por esse canal





Diante dessa categorização, no período analisado, foram verificadas cinco colaborações do tipo 1 (categoria registro/colaborador em campo), três colaborações do tipo 2 (categoria denúncia/jornalista em campo) e 30 colaborações do tipo 3 (categoria participação via redes sociais).

Em todas as colaborações foi verificada e confirmada a afirmação de Brambila (2017), de que a participação dos sujeitos é marcada pelo interesse pessoal, marcada pelo cunho opinativo do colaborador, que está em busca de soluções para problemas enfrentados no cotidiano. Pode-se citar, como exemplo, a matéria sobre a denúncia que ajudou a combater maus tratos e abandonos de animais no Pará, veiculada no dia 19/08/2020.

Esta matéria<sup>7</sup> é elaborada com base em dois vídeos enviados por dois sujeitos colaboradores, que não foram identificados. Também não foi informado o canal utilizado para o envio, mas pode-se verificar que as imagens foram realizadas através de um *smartphone* e seguindo as recomendações da empresa jornalística. Classificada na categoria 2 de colaboração, a matéria conta com a participação do jornalista no local, fazendo um desdobramento do material enviado pelos telespectadores.

Como afirma (MANTOVANI, 2017), a ideia de mobilidade trata de uma interconexão entre sujeitos em movimento, dispositivos móveis, conectividades e trocas info comunicacionais, numa hibridização de aspectos físicos e virtuais. Para complementar o tema discutido, realizou-se uma entrevista com um integrante da equipe, do JL1 da cidade de Belém (PA). O jornalista, por meio de uma entrevista via Whatsapp, explicou os critérios utilizados pelo portal JL1 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?

---

<sup>7</sup> Disponível no link <https://g1.globo.com/pa/para/edicao/2020/08/19/programa/>



**Resposta:** A plataforma VC no JL1 solicita que o internauta assine um termo de compromisso e preencha um cadastro na G1.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 JL1?

**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 JL1 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:** 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.

Podemos observar segunda a entrevista acima, que para o internauta enviar os materiais, ele precisa se cadastrar no site [g1.globo.globo/pa/para/jornal-liberal.jl1](http://g1.globo.globo/pa/para/jornal-liberal.jl1) 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 ao jornal, de maneira gratuita e automática, a licença para utilizar o conteúdo nas obras audiovisuais pertencentes ao 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.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar como as redes sociais podem ser usadas na prática do jornalismo colaborativo permitiu entender que a interação do veículo com sua audiência podem ser muito mais do que apenas utilizar o conteúdo postado na elaboração da reportagem. A internet muda o jornalismo e dá ao usuário a chance de ser ativo e interagir, mesmo que não esteja vinculado a um veículo de comunicação. O jornalismo acompanha as mudanças da história e se adapta a elas, sendo usado de diversas formas, com interesses distintos. O que não se altera com o passar do tempo

Mesmo que os princípios do jornalismo não mudem, a criação de novas ferramentas, aparelhos e a exigência do público alteram a rotina de produção rapidamente. Os jornalistas são obrigados a acompanhar essa evolução ou ficarão para trás no mercado. Se, hoje, ainda existem profissionais apegados às velhas práticas, logo eles serão substituídos por aqueles que agregam a capacidade de apuração e elaboração do texto, e, também, por aqueles que fotografam, filmam, usam bancos de dados e conseguem interagir com o público para identificar os interesses da audiência. Os veículos, também, precisam se adaptar às mudanças, abrindo novos espaços multimídia e de interação dentro de seus sites e portais.

As redes sociais contribuem para esse novo formato de jornalismo focado na interação e, se utilizadas com planejamento e seriedade, são uma importante estratégia para que os veículos fiquem mais próximos da audiência e fidelizem o seu público. Não se trata mais só de disponibilizar as notícias para o leitor, os jornalistas, agora, precisam estar preparados para receber o feedback com rapidez e filtrar as informações repassadas através das redes sociais.

Atualmente, os grandes veículos de comunicação utilizam a colaboração dos seus leitores como uma parte da cobertura jornalística, como acontece com o objeto de estudo, mas não fica nas mãos dos internautas todo o trabalho de repassar a informação. Quando o conteúdo chega às redações do JL1, ele entra como parte do material produzido pela equipe, quase nunca na íntegra. Mesmo que existam sites



especializados em conteúdo colaborativo, a credibilidade da informação é fortalecida, quando há a presença de um editor que filtre o que é relevante e verdadeiro.

Portanto, com o crescimento do jornalismo online e com a busca incessante pela rapidez na publicação das notícias, as redes sociais se tornam mais uma ferramenta do jornalismo colaborativo, mas não podem garantir, sozinhas, toda a fonte de informação. Um bom jornalista precisa saber utilizar as ferramentas corretas para filtrar as postagens mais relevantes e checar os fatos para confirmar a veracidade.

## REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro, Elsevier, 240 p. 2006.

BRAMBILLA, Ana Maria. **A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source**. 2005.

BERGER, Christa; TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **Leituras do cotidiano e as interseções entre o jornalismo e as ciências sociais**. 2014.

CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

ECO, Umberto. **Obra aberta**: forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas. São Paulo: 1988. 284p.

PARRA FILHO, Domingos; SANTOS, João Almeida. **Apresentação de trabalhos científicos**: Monografia, TCC, Teses e Dissertações. 3. ed. São Paulo: Futura, 2002

FERRARI, Pollyana. O impacto da hipermídia na democracia digital. In: CAVALCANTI, Mário Lima (org.). **Eu, Mídia; A era cidadã e o impacto da publicação pessoal no jornalismo**. Rio de Janeiro: OPVS, 2008.



JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

GIL, Antonio Carlos et al. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002. HAWKING, S. **O Universo Numa Casca de Noz**. Lisboa: Gradiva, 2002.

LÉVY, Pierre. **Pierre Lévy comenta os protestos no Brasil**. O Globo, Rio de Janeiro, 26 jun. 2013. Entrevista concedida a André Miranda pelo filósofo francês. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/pierre-levy-comenta-os-protestos-no-brasil-uma-consciencia-surgiu-seus-frutos-virao-longo-prazo-8809714>. Acesso em: 12 out. 2020

MORETZSOHN, Sylvia. **A velocidade como fetiche: o discurso jornalístico na era do “tempo real”**. 2000. 192 f. Dissertação (Jornalismo) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2000.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2000.

MARKONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de Pesquisa. Editora Atlas, São Paulo, 6ª Edição, p. 62-98. 2006.

MANTOVANI, Ana Margô; SANTOS, Bettina Steren dos. Aplicação das tecnologias digitais virtuais no contexto psicopedagógico. **Revista de Psicopedagogia**, v. 28, n. 87, p. 293-305, 2011. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psicoped/v28n87/10.pdf>. Acesso em: 20 Novembro. 2020.

MELO, José Marques de. A Muralha Digital: Desafios brasileiros para construir uma sociedade do conhecimento. In: PERUZZO, Cícília e BRITTES, Jussara. **Sociedade da Informação e Novas Mídias: participação ou exclusão?**. São Paulo. Intercom, 2012.



OLIVEIRA, Juliano Cordeiro da Costa & SILVA, Erotilde Honório. **A Construção da Verdade Dos Fatos no Jornal: O Paradigma da Produção da Notícia em Destaque**. Congressos Anuais da Intercom. 2016.

PRIMO, Alex & RECUERO, Raquel. Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia. **Revista Famecos**: Porto Alegre, dezembro de 2017.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. **Contracampo** (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. **Credibilidade jornalística, conceito em transição**. Unisc. 2005.

SILVA, Gislene. Imaginário coletivo: estudos do sensível na teoria do jornalismo. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 17, n. 3, p. 244-252, 2010.

