

Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências 2

Thaís Helena Ferreira Neto
(Organizadora)

A person wearing a white shirt is holding a silver microphone and a yellow foam microphone. The background is a blurred image of the person's hands and the microphones.

Atena
Editora

Ano 2018

Thaís Helena Ferreira Neto
(Organizadora)

Comunicação e Jornalismo:
Conceitos e Tendências 2

Atena Editora
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C741 Comunicação e jornalismo: conceitos e tendências 2 [recurso eletrônico] / Organizadora Thaís Helena Ferreira Neto. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2018. – (Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências; v. 2)

Formato: PDF
Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-85-7247-027-8
DOI 10.22533/at.ed.278190901

1. Comunicação social. 2. Democratização da mídia.
3. Jornalismo. I. Ferreira Neto, Thaís Helena. II. Série.

CDD 303.4833

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

DOI O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências” volume 2 é composta por 24 artigos que abordam temas das mais diferentes nuances da Comunicação.

Os autores dos artigos tematizam conceitos e perspectivas do jornalismo, dando enfoque às discussões pertinentes e sempre presentes, envolvendo gênero, *agenda-setting*, comunicação governamental, ambiental, assessoria de imprensa, cinema, política, democratização da mídia e construção midiática.

Alguns artigos tratam o gênero como categoria de análise, tematizando a mulher dentro do jornalismo. Estudos de gênero que abordam a questão no âmbito da causa e da estrutura.

Em sua história, a mulher busca posições e visibilidade nas diferentes escalas da sociedade, provando através de suas ações e conquistas que merece um lugar nos diferentes cenários, sejam econômicos, políticos ou sociais. A relação da mulher com o espaço público e privado define a posição ocupada por ela na sociedade e marca sua identidade de gênero ao longo do tempo.

Thaís Helena Ferreira Neto

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	8
A MULHER NO JORNALISMO DO INTERIOR: RIBEIRÃO PRETO E SÃO JOSÉ DO RIO PRETO (1950-1960)	
Nayara Kobori Aline Ferreira Pádua	
DOI 10.22533/at.ed.2781909011	
CAPÍTULO 2	20
A CONSTRUÇÃO MUDIÁTICA DAS VÍTIMAS DE FEMINICÍDIO NO BRASIL: ASSASSINATOS DE MULHERES COMETIDOS POR SEUS PARCEIROS E EX-PARCEIROS	
Cláudia Regina Lemes Paulo Roxo Barja	
DOI 10.22533/at.ed.2781909012	
CAPÍTULO 3	31
A REPRESENTAÇÃO DO GÊNERO FEMININO NAS PROPAGANDAS DA CERVEJA ANTARCTICA: BAR DA BOA	
Wender Rodrigues de Siqueira Munique Cristina Modesto Carla Mendonça de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.2781909013	
CAPÍTULO 4	42
EMPODERAMENTO FEMININO NO RAP : DUAS LETRAS	
Cláudia Regina Lemes Paulo Roxo Barja	
DOI 10.22533/at.ed.2781909014	
CAPÍTULO 5	55
OS SENTIDOS CONSTRUÍDOS SOBRE O USO DO CORPO NU FEMININO EM PERFORMANCES ATIVISTAS	
Márcia Bernardes	
DOI 10.22533/at.ed.2781909015	
CAPÍTULO 6	66
AS RELAÇÕES PÚBLICAS COMUNITÁRIAS NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA – A ONG UNA.C E AS DEMANDAS DA SAÚDE	
Éllida Neiva Guedes Marcelo Pereira da Silva Protásio César dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.2781909016	
CAPÍTULO 7	81
TRAGÉDIA EM MARIANA-MG EM VEJA E CARTACAPITAL: UM CONTRATO DE COMUNICAÇÃO	
Vinicius Suzigan Ferraz	
DOI 10.22533/at.ed.2781909017	

CAPÍTULO 8	94
ASSESSORIA DE IMPRENSA E REPORTAGEM DE TV, TUDO A VER?	
BREVES REFLEXÕES SOBRE PODER SIMBÓLICO, CAMPO JORNALÍSTICO, IDENTIDADES E AGENDAMENTO	
Boanerges Balbino Lopes Filho	
Iara Marques do Nascimento	
Raphael Silva Souza Oliveira Carvalho	
Cássia Vale Lara	
DOI 10.22533/at.ed.2781909018	
CAPÍTULO 9	106
CARACTERIZAÇÃO E REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA POPULAÇÃO IDOSA ACERCA DAS CONDIÇÕES DE HABITABILIDADE EM ILPIS DA CIDADE E REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE –PE	
Tamires Carolina Marques Fabrício	
Joseana Maria Saraiva	
DOI 10.22533/at.ed.2781909019	
CAPÍTULO 10	120
COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES GOVERNAMENTAIS: TERMINOLOGIAS, FERRAMENTAS E AÇÕES	
Pedro Augusto Farnese de Lima	
Ademir Antônio Veroneze Júnior	
Boanerges Balbino Lopes Filho	
DOI 10.22533/at.ed.27819090110	
CAPÍTULO 11	132
CONCEITO DE NOTÍCIA NA ERA DO JORNALISMO COLABORATIVO E COAUTORIA	
Adriele Cristina Rodrigues	
Lucia Helena Vendrusculo Possari	
DOI 10.22533/at.ed.27819090111	
CAPÍTULO 12	141
DO ACONTECIMENTO PÚBLICO AO ESPETÁCULO POLÍTICO-MIDIÁTICO: O IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF	
Andressa Costa Prates	
Rejane de Oliveira Pozobon	
DOI 10.22533/at.ed.27819090112	
CAPÍTULO 13	152
O POLITICAMENTE (IN)CORRETO NO DISCURSO JORNALÍSTICO: IMAGINÁRIO, SUBJETIVIDADE E CONSUMO	
Nara Lya Cabral Scabin	
DOI 10.22533/at.ed.27819090113	
CAPÍTULO 14	164
O ÁLBUM DE FAMÍLIA E A IMAGEM SOCIAL	
Aline Silva Okumura	
DOI 10.22533/at.ed.27819090114	

CAPÍTULO 15	173
O DESIGNO DO PODER: UM ESTUDO DE CASO DA RÁDIO INTERNACIONAL VOZ DA AMÉRICA	
Patrícia Weber	
DOI 10.22533/at.ed.27819090115	
CAPÍTULO 16	186
O JORNALISMO INVESTIGATIVO E ÀS MUTAÇÕES CONTEMPORÂNEAS	
Leoní Serpa	
DOI 10.22533/at.ed.27819090116	
CAPÍTULO 17	207
O MERCADO DOS BENS SIMBÓLICOS NO SANTUÁRIO DE SANTA PAULINA	
Maria Neusa dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.27819090117	
CAPÍTULO 18	219
A SEGUNDA TELA NO BRASIL: USOS E POSSIBILIDADES	
Gleice Bernardini	
Maria Cristina Gobbi	
DOI 10.22533/at.ed.27819090118	
CAPÍTULO 19	231
TELEVISÃO ABERTA, POLÍTICAS E DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL	
Carlos Henrique Demarchi	
DOI 10.22533/at.ed.27819090119	
CAPÍTULO 20	242
CINEMA <i>NOIR</i> ITALIANO: O HEDONISMO E A <i>FEMME FATALE</i> EM <i>OSSESSIONE</i>	
Alexandre Rossato Augusti	
DOI 10.22533/at.ed.27819090120	
CAPÍTULO 21	258
O IMAGINÁRIO SOCIAL SOBRE A TEMÁTICA DO CRIME NO CINEMA <i>NOIR</i> E <i>NEONAIR</i>	
Nathalia Lopes da Silva	
Alexandre Rossato Augusti	
DOI 10.22533/at.ed.27819090121	
CAPÍTULO 22	273
PESQUISA EM FICÇÃO SERIADA: UMA PROPOSTA DE REVISÃO EPISTEMOLÓGICA BASEADA NAS PUBLICAÇÕES DA INTERCOM	
Raquel Lobão Evangelista	
DOI 10.22533/at.ed.27819090122	
CAPÍTULO 23	286
QUESTÕES DE AUTORIA, SUBALTERNIDADE E OUTRAMENTO NA MÚSICA BEIJINHO NO OMBRO	
Juliana Figueiró Ramiro	
Renata Santos de Morales	
DOI 10.22533/at.ed.27819090123	

CAPÍTULO 24 300

THE LAST REMAINING LIGHT: O SUICÍDIO DE CHRIS CORNELL ATRAVÉS DA ÓTICA DO FAIT
DIVERS

[Arthur Freire Simões Pires](#)

[Fábio Cruz](#)

DOI 10.22533/at.ed.27819090124

SOBRE A ORGANIZADORA..... 314

CONCEITO DE NOTÍCIA NA ERA DO JORNALISMO COLABORATIVO E COAUTORIA

Adriele Cristina Rodrigues

Universidade Federal de Mato Grosso,
Programa de Mestrado em Estudos de Cultura
Contemporânea (ECCO/UFMT)
Cuiabá – Mato Grosso

Lucia Helena Vendrusculo Possari

Universidade Federal de Mato Grosso,
Programa de Mestrado em Estudos de Cultura
Contemporânea (ECCO/UFMT)
Cuiabá – Mato Grosso

RESUMO: Com a cibercultura o papel do leitor de meios de comunicação vem se alterando para um leitor coautor, que cria, acrescenta e modifica os aspectos midiáticos. É preciso compreender, qual o percurso que levou à modificação da apresentação das notícias no veículo e até mesmo analisar a definição de notícia dentro deste cenário no qual o leitor recebe, cria e distribui informações noticiosas. Autores como Ferrari, Prado, Figueiredo e Saudino discutem o quanto essa nova configuração altera a maneira de produzir, distribuir e consumir a informação. Para analisar conceitos de notícia na atualidade, estão sendo realizadas pesquisas bibliográficas e documentais para dar um aporte sobre os conceitos de notícia e como se caracteriza os veículos de comunicação, e netnográficas com

a pesquisa sobre casos que acontecem na rede para então identificar as mudanças pela qual a mídia, com a influência direta do leitor, passa. Os resultados preliminares apontam que os meios se beneficiam como a colaboração do espectador/coautor, como é o caso específico que estamos estudando: uma emissora local de Cuiabá, em um de seus telejornais, solicita aos telespectadores que enviem sua colaboração, através do aplicativo BEM NA HORA, postando conteúdos que tragam um fato recente, como acidentes, celebrações de datas importantes, entre outros. O envio se caracteriza como interatividade, vez que interfere, modifica e contribui para com a pauta. Os resultados apontam para a construção coletiva de conteúdo.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo colaborativo. Notícia. Coautor. Comunicação.

ABSTRACT: With cyberculture the role of the media reader has been changing for a co-author, who creates, adds and modifies the media aspects. This new configuration changes the way you produce, distribute, and consume information. In order to analyze current news concepts, bibliographic and documentary research is being carried out to give a contribution on the concepts of news and how the communication and netnographic

vehicles are characterized by the research on cases that happen in the network to identify the changes by the which the media, with the direct influence of the reader, passes. Preliminary results indicate that the media benefit from the collaboration of the viewer / co-author, as is the specific case we are studying: a local broadcaster in Cuiabá asks viewers to send their collaboration through the Bem No Hora application, posting content that brings a recent fact. Sending is characterized as interactivity, since it interferes, modifies and contributes to the agenda. The results point to the collective construction of content.

KEYWORDS: Collaborative journalism. News. Co-author. Communication.

1 | INTRODUÇÃO

Os veículos de comunicação fazem parte da nossa história e as trocas de informações são objetos simbólicos que movem a sociedade. A TV, rádio, jornal impresso e, mais recentemente, a internet, são ferramentas essenciais para a manutenção social e, da mesma maneira que a sociedade muda, a maneira com que lidamos com tais veículos também.

Éramos simples leitores do jornal impresso, telespectadores da TV e ouvintes do rádio. Era possível apenas interagir com o conteúdo através de carta do leitor, telefonemas para redação ou participação em auditório. Com a internet passamos a ser leitores coautores, produzindo informações, modificando-as e as distribuindo. Ou seja, mantemos uma relação de interação/interatividade com a rede.

Segundo Possari (2009, p. 57-58) “a interação é a condição de os dois polos “inter- agirem” para a construção de sentidos. A interatividade diz respeito à ação do receptor que é a de interferir, modificar o que está sendo objeto de construção de sentidos/ de conhecimento.” Essa definição vem mostrar que, além de ligar em uma programação televisa para escolher um final já pré-programado, a internet possibilita o criar caminhos novos, a imprevisibilidade e o hipertexto.

Citando como exemplo a própria informação dita jornalística. A audiência consegue acompanhar uma notícia nos veículos tradicionais, mas sem poder alterá-la. Na internet os usuários acompanham a notícia em tempo real, podem comentar, discordar, pedir correção, pressionar, replicar a notícia, alterá-la e até mesmo criá-la.

Além da interatividade, podemos dizer que a maneira como as pessoas se comportam com relação à informação também mudou com a era digital. Passamos de leitores contemplativos para imersivos em algumas décadas (SANTAELLA, 2004). Passamos do folhear de páginas para uma coautoria, nos tornamos leitores coautores (POSSARI, 2009). O leitor hoje devaneia no ciberespaço e aproveita das suas múltiplas possibilidades.

Ainda como ponta pé inicial para esta pesquisa, ando indagando: seria a internet uma plataforma que altera a maneira como lidamos, inclusive, com a notícia? A notícia é um produto jornalístico, até então, que visa narrar um acontecimento de interesse

público. Com a internet, estaria esse conceito sendo ampliado, modificado?

Para exemplificar: acontece um atentado terrorista em um prédio, e um dos reféns filma tudo, acompanha em tempo real e veicula as informações que ele coletou no local em sua rede social. Isso não poderia ser caracterizado como notícia? Afinal é um acontecimento relevante, que está sendo narrado em tempo real através de um canal de comunicação de grande alcance.

Outra exemplificação: um determinado veículo insere em seu site uma notícia dando destaque a um determinado político. Nos comentários, os usuários começam a criticar, postar contrapontos, discordar nas redes sociais. Por pressão e medo de perder a audiência, o veículo veicula outras notícias, agora falando o contraponto do que foi veiculado inicialmente. Essa não seria uma maneira de alterar a notícia? De mudar a apuração? De propor novas pautas?

Segundo autores como Figueiredo e Saudino (2015), Ferrari (2014) e Prado (2011) as novas configurações comunicacionais alteram a forma de apurar, produzir, distribuir e consumir a informação. Os autores propõem que cada vez mais o leitor tem feito parte ativamente de todos os processos de produção, influenciando, inclusive, no que chamamos de mídia tradicional e notícia.

É neste novo cenário, que esta pesquisa propõe compreender como se configura a contribuição do leitor na construção e divulgação da notícia. O objetivo deste artigo é realizar uma construção da problematização e metodologia de uma pesquisa ainda a realizar-se. Estaríamos todos alterando, divulgando e até mesmo criando notícias? Estariam os veículos de comunicação sendo levados a mudar suas características para se adequar à cibercultura?

O homem moderno do século XXI está mergulhado em notícias. São informações que brotam no rádio, no jornal impresso, na revista, na televisão e agora, mais recentemente, nos sites da internet e nas redes sociais.

Logo que os alunos de jornalismo entram na faculdade a primeira pergunta a ser respondida é: o que é notícia? A resposta não é tão simples de ser dada, se é que existe uma resposta concreta, já que vários autores assumem vertentes diferentes para definir tal produto jornalístico.

Segundo Nilson Lage (1998) a notícia, “do ponto de vista da estrutura, a notícia se define, no jornalismo moderno, como relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante” (LAGE, 1998, p.16). Já Pereira Junior considera a notícia como uma forma de conceber a realidade, o que se reflete no modo como a sociedade enxerga a si própria (PEREIRA JR, 2000).

Uma possibilidade de embasamento que acreditamos ser simples para os alunos compreenderem o que é notícia é o Manual do Foca, de autoria de Thaís de Mendonça Jorge (2008). O livro traz definições de vários autores e com isso formula sínteses que abarcam tais definições. Lembrando que a autora traz apenas uma síntese simplificada de um assunto tão denso quanto à significação de notícia, mas pela simplicidade tem servido de contribuição inicial para os alunos.

Segundo Jorge (2008), notícia são informações que relatam acontecimentos que geram interesses pelo novo, inusitado, sensacional, misterioso, notório ou proximidade. A notícia contém fatores de atualidade causadores de emoção, surpresa e perplexidade. É como a máxima do jornalismo: se um cachorro morde um homem, não é notícia, mas se um homem morde um cachorro, aí é notícia.

Notícia é transmissão de experiência, articulação que transporta o fato a quem não presenciou: matéria-prima da produção jornalística, o relato noticioso condensa a informação atual, verdadeira naquele momento, carregada de interesse humana e capaz de despertar a atenção e a curiosidade do maior número de pessoas possível. (JORGE, 2008, p. 24)

A notícia, tratada enquanto produto jornalístico, passa por questionamentos na era digital. Se até então a notícia estava disponível apenas no impresso, na TV e no rádio, agora ela está a um clicar dos dedos. Neste ponto surge o questionamento: as notícias sempre foram de autoria dos veículos de comunicação, afinal é um produto jornalístico, mas agora, com a possibilidade de filmar, registrar e publicar, teria a notícia sido ampliada em seu leque de possibilidades?

Um internauta pode dar um novo rumo para a notícia, como o caso do RGA dos servidores públicos do Estado, do qual, pela pressão dos servidores, a mídia foi “forçada” a divulgar a greve. Essa pressão foi em grande parte pelas redes sociais, já que não tem como esconder da sociedade uma informação sendo que ela está circulando pela internet. Estariam os grevistas fazendo notícia ao publicar as informações nas redes sobre a greve?

Este é um questionamento corriqueiro, até que ponto somos autores das grandes histórias? Vou citar um exemplo. Um rapaz está dentro de um shopping e acontece um assalto. Ele filma o acontecimento com o celular e acompanha o desenrolar dos fatos. Em tempo real, o rapaz insere aquela informação na sua rede social, isso seria notícia?

Levando em consideração os critérios citados acima por Jorge (2008), podemos notar neste exemplo que o jovem relata sua experiência, que é uma informação nova e que envolve muitos sentimentos. Ele relata um acontecimento que desperta a atenção e a curiosidade. Ainda, segundo a autora, o “fato vira notícia quando é publicado” (JORGE, 2008, p. 26), e esta característica não é problema com a internet. Não seria isso uma nova narrativa para a criação de uma notícia?

Se a notícia é uma informação que traz algo de novo, sensacional, inusitado e suas outras dezenas de valores-notícias (JORGE, 2008), não seriam as informações publicadas pelos usuários das redes sociais, que trazem tais características, exemplos de notícias?

Constituem-se essas últimas em contribuições para as indagações iniciais, instigando, ainda mais a busca de respostas a esses e diversos outros questionamentos. Para compreender essa nova configuração de mídia, vimos realizando estudos aprofundados do que é notícia e como esta denominação se encaixa na era em que o

leitor deixa de ser apenas leitor para influenciar diretamente na construção da notícia, interferindo e até mesmo a criando. Compreender este leitor é essencial para se compreender a atual configuração da comunicação enquanto notícia.

O leitor do jornal impresso, do rádio e da TV da década de 90 conseguia, no máximo, interagir com o conteúdo da mídia, como, por exemplo, através de cartas do leitor ou telefonemas para escolher programações. O leitor da internet não apenas interage, ele tem a possibilidade de criar um espaço de interatividade, podendo comentar a notícia, pedir alteração, corrigi-la e até criá-la.

A recepção – de lugar passivo – passa a ser espaço de interação. O que se entendia por emissão-recepção se modifica. Conforme Possari (2002, p. 97), [...] o emissor muda de papel. Não mais emite uma mensagem, no sentido funcionalista do termo (...) constrói um sistema... um conjunto, no qual são previstos encaixes, vias de circulação como sinais elementares de apontamentos e referências. (POSSARI, 2009, p. 56).

A informação vem através de vídeo, podcasts, realidade aumentada, hipertextos e hiper mídias. O internauta pode lidar com a informação de uma maneira nunca vista antes, tendo conhecimento do que acontece no mundo, em tempo real, e com as possibilidades de interação e interatividade.

Este leitor lida com a notícia de uma maneira quase habitual. Basta ver os sites que divulgam o produto noticioso. São milhares de curtidas, compartilhadas e alterações. Sem contar que esse leitor tem espaço para narrar a sua informação, que antes ficavam restritas aos blogs e hoje já abrangem quase toda rede, inclusive com a possibilidade de comentários nas notícias dos veículos de mídia.

Na verdade a internet sempre me intrigou muito. Até mesmo pelo fato de ver minha irmã, que hoje tem 13 anos, crescer como se fosse em uma realidade totalmente distinta da qual cresci, em meio a computadores, redes e mundos virtuais. Tablet, computador e celular são seus brinquedos e seus cadernos de estudos.

Por ver o quanto a internet muda a maneira com que lidamos com tudo ao nosso redor, minha dissertação se baseou na cibercultura e suas características, que poderiam levar aos chamados crimes digitais. Ao estudar a internet e suas nuances na sociedade pude perceber que ela altera, de maneira definitiva, a maneira com que nos relacionamos com as pessoas e com as informações. Dinheiro virtual, sexo virtual, identidades fakes, mundos virtuais e até mesmo uma nova configuração da mídia.

Leciono no curso de Jornalismo da Universidade de Cuiabá (Unic) e também tenho a experiência em vivenciar o questionamento dos alunos sobre o que é notícia. Sempre escuto questionamentos do tipo: meu vizinho viu uma batida e pegou o celular e acompanhou tudo, logo depois ele postou a vídeos e as informações que ele viu no local na sua rede social, isto não seria notícia? Também escuto perguntas como: com a possibilidade, na palma da mão, de tirar fotos, gravar áudios e vídeos, qualquer um pode construir uma notícia? Seria a construção de notícia ainda restrita apenas aos jornalistas?

Se a notícia é uma informação que traz algo de novo, sensacional, inusitado e

suas outras dezenas de valores-notícias (JORGE, 2008), não seriam as informações publicadas pelos usuários das redes sociais, que trazem tais características, exemplos de notícias?

Constituem-se essas últimas em contribuições para as indagações iniciais, instigando, ainda mais a busca de respostas a esses e diversos outros questionamentos. Para compreender essa nova configuração de mídia, seria necessário um estudo aprofundado do que é notícia e como esta denominação se encaixa na era em que o leitor deixa de ser apenas leitor para influenciar diretamente na construção da notícia, interferindo e até mesmo a criando. Compreender este leitor é essencial para se compreender a atual configuração da comunicação enquanto notícia.

E é esse leitor interator que intriga a atual configuração da comunicação e mídia. Já vi notícias mudarem seu percurso por causa dos leitores. Um exemplo recente foi o pedido de aumento do RGA pelos servidores do Estado de Mato Grosso. De início a mídia resolveu não se pronunciar, até mesmo por ter como anunciante o próprio Governo do Estado. A pressão dos leitores foi tão grande nos comentários das outras notícias veiculadas e até nas redes sociais que levou, de certa maneira, a mídia a dar ampla cobertura ao que estava acontecendo.

E o mais interessante é que se vê até as mídias tradicionais se adequarem a essa configuração desse novo leitor. O impresso, o rádio e a TV estão buscando, cada vez mais, espaços e maneiras para que o leitor possa interagir e modificar a programação. Um exemplo interessante é o “Bem na Hora” da TVCA Mato Grosso – Globo. Neste espaço o leitor manda sugestões de pauta para que o jornal apure e veicule a informação. Mas, ainda assim, a internet está na maioria das opções de interação com os meios tradicionais. No caso do próprio “Bem na Hora”, na qual a informação é encaminhada através do site da emissora para então receber destaque na televisão.

A internet ainda é o caminho mais eficaz para a interação e interatividade com os meios de comunicação, porque ela possibilita que hipertextos e hipermídias sejam alterados e modificados. Todos os outros meios de comunicação estão, mesmo que em formato digital, na internet, e esta convergência envolve “uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação.” (JENKINS, 2009, p. 44).

A convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias. Entretenimento não é a única coisa que flui pelas múltiplas plataformas de mídia. Nossa vida, nossos relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem pelos canais de mídia. (JENKINS, 2009, p. 45).

É nesta configuração, de um leitor que é receptor, coautor, criador (?) que algumas problematizações surgem enquanto a relação do cidadão dito “comum” com a mídia. Qual o percurso que levou a modificação da apresentação das notícias pelos veículos? Quais as possibilidades de apresentação da notícia? Como o interator interfere na notícia? Afinal, o que é notícia depois das possibilidades da cibercultura?

Estas são algumas questões que derivam das problematizações já elencadas e que vem exigindo que estudos sobre percurso sobre a mídia, sobre a própria definição de notícia e de leitor. Faz-se necessário, dessa forma, estudar os cursos de comunicação social, desde a década de 70. Importa ir verificando a modificação deles, até o ano de 2016, tendo em vista os sites de notícias. Por último, e não menos importante, ir compreendendo as propostas, após o surgimento das redes sociais e suas possibilidades de construir, criar, divulgar e alterar as informações.

Para este estudo, então, está sendo necessário traçar rotas teórico-metodológicas, para compreender a comunicação e as mídias; os fundamentos teórico-metodológicos dos cursos de Comunicação Social; a chamada mídia informativa da década de 90/2000: o impresso, o rádio, a TV e a internet; o que caracteriza um site de notícias; a construção dos sites no século XXI, as redes sociais e a produção de notícias; o papel do leitor/interator no processo de interação e interatividade como ator. Por não se tratar de um tema quantificável, a pesquisa é de abordagem qualitativa, visando descrição e análise. Com o objetivo de compreender o todo, enfatizo a realização pesquisa bibliográfica, e para analisar os meios de comunicação, a pesquisa documental.

Os estudos propostos pela pesquisa bibliográfica e documental estão sendo primordiais para o terceiro passo da pesquisa. Nesta parte está sendo proposto compreender os sites de notícia, o leitor e seus comentários, as redes sociais na produção da notícia e, finalmente, a contribuição do leitor imersivo na construção, divulgação e alteração da notícia.

Com as informações coletadas, já comparando-as e analisando-as, estou passando para o terceiro passo da pesquisa, a netnográfica. O método que está sendo utilizado, e que possibilita estudar o que está sendo proposto, é a netnografia (net + etnografia), neologismo cunhado nos anos 90 e popularizado por Robert Kozinets. A pesquisa netnográfica adapta a pesquisa etnográfica dentro do contexto antropológico à pesquisa na internet. (FRAGOSO et al., 2011)

E é dentro desse aspecto do poder analisar, verificar, pesquisar, que a etnografia é usada nas pesquisas na internet, como um modo de indagação e de compreensão das interações dentro da cibercultura. O termo netnografia demarca e pontua as diferenças do método etnográfico adaptado ao ciberespaço, seja na coleta de dados, de ética e análise de pesquisa. (FRAGOSO et al., 2011)

Com a netnografia estou analisando as redes sociais na produção de notícias, o papel do leitor coautor no processo de interação e interatividade, o leitor e seus comentários e, por fim, a contribuição do leitor na construção e divulgação da notícia.

A partir da pesquisa netnográfica, está sendo possível analisar, a partir de uma seleção informacionalmente rica para a pesquisa, como as informações que estão sendo veiculadas pela mídia estão sofrendo uma alteração a partir de comentários, ou até mesmo a partir de discussões nas redes sociais que levaram a novos rumos nas apurações dos veículos.

Um caso recente que ganhou repercussão, primeiro, nas redes sociais foi

o espancamento da travesti Dandara, em Fortaleza – CE. Como mesmo aponta a matéria do G1: “O crime aconteceu no dia 15 de fevereiro, no Bairro Bom Jardim, e ganhou repercussão nas redes sociais após o compartilhamento do vídeo que mostra a travesti sendo agredida por um grupo no meio da rua”. A reportagem só foi veiculada no dia 7 de abril. O vídeo do espancamento ganhou as redes sociais e a repercussão foi muito grande. A informação sobre o assassinato só foi ganhar a mídia alguns dias depois, depois de uma pressão da sociedade sobre o silêncio da mídia.

Compreender tais pontuações é primordial para entender como se configurou e o que mudou na atual configuração com relação a comunicação, o leitor e as mídias. A pesquisa proposta poderá dizer muito sobre a cibercultura, o leitor e a notícia, influenciando, inclusive, no campo do jornalismo. A ideia é estudar da contemporaneidade do jornal impresso da década de 90 aos sites de notícias a partir de 2000: o leitor coautor na era da cibercultura.

2 | CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

A pesquisa ainda está em fase de elaboração e muitas análises ainda farão parte da elaboração da tese. No entanto, os resultados preliminares apontam para o fato dos meios se beneficiarem como a colaboração do espectador/coautor. O incentivo de envio de informações, pautas e uma maneira de envolver o leitor na programação, fazem com que os veículos adotem cada vez mais a participação (PRADO, 2011).

Essa característica é observável no caso específico que estamos estudando: uma emissora local de Cuiabá, em um de seus telejornais, solicita aos telespectadores que enviem sua colaboração, através do aplicativo Bem na Hora, postando conteúdos que tragam um fato recente, como acidentes, celebrações de datas importantes, entre outros.

O envio se caracteriza como interatividade, vez que interfere, modifica e contribui para com a pauta. Os resultados apontam para a construção coletiva de conteúdo, denotando ainda que as novas características comunicacionais alteram a maneira de produzir, distribuir e consumir a informação.

Observamos o que a autora Ferrari (2014) aponta, ao discutir se ainda falamos de jornalismo ou narrativas informacionais. Este é um aspecto ainda a ser analisado, mas pelo já pesquisado, podemos considerar que o jornalismo tradicional tem cedido espaço para um fluxo informacional que não seguem tantas regras organizacionais pré-definidas.

Continuamos indagando os processos.

REFERÊNCIAS

FERRARI, Pollyana. **A Força da Mídia Social – Interface e linguagem jornalística no ambiente**

digital. 2ª ed. São Paulo Estação das Letras e Cores, 2014.

FIGUEIREDO, Pedro de. SAUDINO, Fernanda. **Uso do WhatsApp na Construção das Notícias: Reflexões sobre as teorias do Jornalismo na Era Digital**. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciência e Comunicação. 2015. Rio de Janeiro - RJ. P. 1-15.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GLOBO, G1. **Após agressão Dandara foi morte com tiro diz Secretário Andre Costa**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2017/03/apos-agressao-dandara-foi-morta-com-tiro-diz-secretario-andre-costa.html>> Acesso em: 30 de maio de 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. (Trad. Susana Alexandria). 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 1998.

PEREIRA JR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

POSSARI, Lucia H. V. **Educação à Distância: sua concepção como processo semiodiscursivo**. In: POSSARI, Lucia H. V.; NEDER, Maria Lucia C. Material didático para a Educação à Distância: processo de produção. Cuiabá: EDUFMT, 2009.

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

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no Ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Editora Paulus, 2004.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-027-8



9 788572 470278