

Quando as Boas Notícias são Notícias boas: uma análise dos espaços de divulgação de notícias positivas¹

Delcia Maria de Mattos Vidal²

Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar espaços de divulgação de notícias positivas. São novos meios que surgem com a proposta de levar ao público notícias consideradas boas. Essa iniciativa nasce da vontade do leitor em ter informações sobre fatos positivos. São objetos deste estudo o site *Só Notícia Boa*, o blog *Somente Notícias Boas*, o portal *As Boas Novas*, e a *Agência da Boa Notícia*. A proposta é analisar o conteúdo desses espaços sob o enfoque do interesse público das informações. Parte-se da premissa de que as notícias publicadas nessas mídias têm importante papel na promoção e no reforço da cidadania. As constatações desta análise demonstram que esses novos espaços midiáticos têm o foco da agenda noticiosa em informações que contribuem para o desenvolvimento cultural, espiritual, físico, intelectual e moral do cidadão.

Palavras-Chave: Cidadania. Interesse Público. Notícia Boa.

1 Uma versão preliminar deste texto foi apresentada na 4ª Conferência ICA América Latina- Grupo de Trabalho Jornalismo e Cidadania, Universidade de Brasília, 26 a 28 de março de 2014, tendo este texto sido reformulado (pós-evento) e submetido com alterações à Revista Comunicologia.

2 Doutora e Mestre em Comunicação pela UnB - Universidade de Brasília. Especialista em Estratégias de Comunicação, Mobilização e Marketing Social pela UnB. Graduada em Relações Públicas. Professora da Faculdade de Comunicação da UnB. Durante 25 anos atuou como Assessora de Comunicação, Consultora de Relações Públicas e Chefe do Núcleo de Marketing e Comunicação Social em entidades de classe e governamentais. Exerceu atividade docente e de coordenação em diversos Cursos de Jornalismo, Marketing, Publicidade e Relações Públicas. Tem pesquisas publicadas nas áreas de: Jornalismo; Direito à Informação; Divulgação de Ações Sociais; Gestão da Imagem em Mídias Sociais; Responsabilidade Social. E-mail: delciavi@hotmail.com

El papel de los espacios de noticias positivas en la promoción y en el fortalecimiento de la ciudadanía

Resumen

Este artículo tiene como propósito analizar los espacios de divulgación de noticias positivas. Son nuevos medios que surgen con la propuesta para llevar al público noticias consideradas como buenas. Esta iniciativa nace del deseo del lector por la información sobre hechos positivos. Los objetos de este estudio son el sitio Só Notícia Boa, el blog Somente Notícias Boas, la página web As Boas Novas, y la Agência da Boa Notícia. La propuesta es analizar el contenido de estos espacios bajo el enfoque de la información de interés público. El trabajo parte de la premisa de que las noticias publicadas en estos medios de comunicación tienen un papel importante en la promoción y en el fortalecimiento de la ciudadanía. Los resultados de este análisis muestran que estos nuevos espacios de comunicación centran la agenda informativa en informaciones que contribuyen para al desarrollo cultural, espiritual, físico, intelectual y moral del ciudadano.

Palabras claves: Ciudadanía. Interés Público. Buena noticia.

The role of spaces of positive news in the promotion and strengthening of citizenship

Abstract

This article aims to analyze spaces for positive news propagation. These media comes with the proposal of bringing news considered good to the public. This initiative arises from the desire of the reader to have information about positive facts. The objects of this study are the website Só Notícia Boa, the blog Somente Boas, the web portal As Boas Novas, and the Agência da Boa Notícia. The proposal is to analyze the content of these spaces under the focus of public interest information. The work starts from the premise that the news published in these media have an important role in promoting and strengthening citizenship. The findings of this analysis shows that these new media spaces have the focus in the news agenda on information that contribute to development cultural, spiritual, physical, intellectual and moral of the citizen.

Keywords: Citizenship. Public Interest. Good News.

Apresentação

Quem disse que notícia tem que ser ruim? Com essa indagação o portal do grupo Comuniquê-se¹ inicia uma matéria sobre a premiação do site SóNotíciaBoa.com.br, criado para divulgação de histórias de superação e para dar destaque às notícias positivas. Com o advento das novas tecnologias, notadamente a internet, surgem novos espaços de divulgação de notícias. Sites, portais e blogs com conteúdo jornalístico se proliferam. Entre esses, alguns têm uma característica especial: só divulgam notícias positivas. Essa iniciativa nasce da vontade do leitor em ter informações sobre fatos positivos, com notícias consideradas boas. O que se busca é fugir do noticiário tradicional, que traz em grande parte do seu conteúdo informações sobre tragédias, descasos e malfeitos do poder público.

Assim, o objetivo deste artigo é analisar espaços de divulgação de notícias positivas. Para essa análise, foram escolhidos o site *Só Notícia Boa*, o blog *Somente Notícias Boas*, o portal *As Boas Novas*, e a *Agência da Boa Notícia*. Parte-se da premissa de que as informações publicadas nessas mídias têm importante papel na promoção e no reforço da cidadania.

Neste estudo não se busca criticar a imprensa tradicional ou a veiculação de notícias consideradas negativas, visto que tais informações fazem parte da realidade da vida dos cidadãos, são importantes e interessantes para que a sociedade tome conhecimento do que acontece a sua volta, seja bom ou ruim.

A proposta é analisar o conteúdo desses espaços sob o enfoque do interesse público das informações. Para Charro (1994), o interesse público deve servir como parâmetro para a prática jornalística, sendo esse interesse o gerador dos critérios jornalísticos de valoração da informação. Quanto mais presentes estiverem os atributos de relevância social da informação maior será a dimensão do interesse público atendido.

¹ <http://portal.comuniquê-se.com.br/index.php/imprensa/73444-info>. Acesso em: 12.12.2013.

Informação Jornalística na promoção e no reforço da cidadania

Sendo informação uma das necessidades do ser humano, Kovach & Rosenstiel (2004, p.36) concluem que

As pessoas precisam de informação por causa de um instinto básico do ser humano, que chamamos de instinto de percepção. Elas precisam saber o que acontece do outro lado do país e do mundo, precisam estar a par de fatos que vão além de sua própria experiência. O conhecimento do desconhecido lhes dá segurança, permite-lhes planejar e administrar suas próprias vidas. Trocar figurinhas com essa informação se converte na base para a criação da comunidade, propiciando as ligações entre as pessoas.

É inquestionável a importância da informação jornalística para o reforço da cidadania. Lopes (1997, p.190) afirma que é um direito da sociedade ser bem informada, “de modo a propiciar a formação e consciência política, social, cultural dos indivíduos livre e isonomicamente”. Segundo Novoa Monreal (1987)², se deve “levar a todos os homens o que sucede em sua comunidade, em sua nação ou mundo, para habilitá-los a conhecer melhor as oportunidades, os perigos, os fatos que podem determinar sua participação nos processos de tomada de decisões” (apud LOPES, 1997, p.196).

Warren (1975)³, citado por Chaparro (1994, p. 119), considera que “só é notícia o relato que projeta interesses, desperta interesses ou responde a interesses”. Chaparro (1994) acrescenta ainda algumas razões que levam o leitor a se interessar por uma informação, entre elas, notoriedade, surpresa, conhecimento, dramaticidade, circunstâncias culturais e regionais.

2 NOVOA MONREAL, Eduardo. Derecho a la vida privada y libertad de información, um conflicto de derechos – Nueva criminología. México: Siglo Veinteuno, 1987, p.155. In: LOPES, Vera Maria de Oliveira Nusdeo. O Direito à Informação: e as concessões de rádio e televisão. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1997, p. 196.

3 WARREN, Carl N., Gêneros periodísticos informativos. Barcelona: A.T.E, 1975, p. 23-38. In: CHAPARRO, Manuel Carlos. Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994, p.119.

De acordo com o jurista Nunes Júnior (1997, p.38), “por notícia, pode-se entender toda nota, ou anotação, sobre fato ou pessoa”. Esse autor acrescenta que “são os fatos cujo conhecimento é necessário para que o indivíduo tenha concreta participação na vida coletiva de determinada sociedade”.

Chaparro (1994, p.23), considera que “o jornalismo é o elo que, nos processos sociais, cria e mantém as mediações viabilizadoras do direito à informação”. Para Silva (2006), a imprensa é um espaço de discussão, em que transitam as ideias e as questões de interesse público.

No artigo *‘Notícias ruins’ fazem manchetes, mas o público comenta mais as ‘boas’*, publicado pelo *Observatório da Imprensa*, em 28.03.2013, Castilho (2013) defende que a imprensa precisa repensar a sua agenda noticiosa e o seu comportamento em relação ao público. Esse autor aborda uma pesquisa realizada pela Universidade da Pensilvânia, nos Estados Unidos, na qual foram examinadas durante seis meses mensagens produzidas por leitores do jornal *The New York Times*. A constatação foi de que mais da metade delas se referiam a fatos e notícias sem qualquer conotação com atos de violência.

Outro ponto levantado diz respeito ao número de comentários a propósito de notícias sobre ciência ou natureza, o qual superou todos os demais itens do cardápio informativo diário do jornal. Completa o artigo a observação de que

A famosa norma “se sangrar é manchete” [tradução da expressão inglesa if it bleeds, it leads, muito popular entre jornalistas norte-americanos] ainda não foi posta de lado pela maioria esmagadora dos jornais, revistas e programas jornalísticos na rádio e TV. Mas as pesquisas feitas em redes sociais mostram uma realidade bem diferente: o público comenta mais e retransmite com mais intensidade as notícias consideradas boas.

[...]Pela primeira vez os fatos contradizem um comportamento, raríssimas vezes questionado nas redações, de que as pessoas têm uma atração especial pelo mórbido, violência, escândalo e pelo sexo.

[...]A suposta atração irresistível dos leitores pelas chamadas notícias ruins é, na verdade, uma

estratégia comercial para atrair leitores com base na curiosidade e no voyeurismo visando vender jornais e revistas e ganhar audiência para programas de rádio e TV com o objetivo de valorizar o preço cobrado por espaços publicitários.⁴

Essas observações sobre a importância da informação para o cidadão e sobre a busca por conteúdo jornalístico positivo é que justificam a análise de espaços midiáticos de divulgação de notícias consideradas boas, positivas.

Exemplos de espaços de divulgação de notícias positivas

Contemplam este estudo quatro espaços de divulgação de notícias positiva: O site *Só Notícia Boa*; o blog *Somente Notícias Boas*; o portal *As Boas Novas*; e a *Agência da Boa Notícia*. Os perfis desses espaços são apresentados a seguir, com dados de quando foram criados, os responsáveis, os objetivos, a audiência ou os acessos, as formas de elaboração ou apuração das notícias e as categorias/editorias das informações, conforme demonstrado a seguir:

a) Site *SoNotíciaBoa.com.br*⁵

Dirigido pelos jornalistas Andréa Fassina e Rinaldo de Oliveira, o *SóNotíciaBoa* foi criado em agosto de 2011. Esse espaço tem como objetivos: ser uma alternativa de leitura positiva, para melhorar o dia das pessoas; preencher uma lacuna no jornalismo brasileiro que dá mais destaque para tragédias, crimes e escândalos. O site tem base em Brasília, com jornalistas e colunistas na capital federal e em São Paulo.

De acordo com informações contidas no tópico O site⁶, a busca é por um jornalismo diferenciado, com divul-

4 http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/rdquo_noticias_ruins_rdquo_fazem_mais_manchetes_m_as_publico_comenta_mais_ldquo_noticias_boas_rdquo - acessado em 17.12.2013.

5 Disponível em: <http://sonoticiaboa.band.uol.com.br/>

6 http://sonoticiaboa.band.uol.com.br/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=69&Itemid=111 – acessado em 15.12.2013.

gações de informações positivas. Para os criadores do site, há pouca visibilidade para notícia boa “ - feita por gente que planeja, estuda, cria, pesquisa, investe e fomenta projetos e ações, pra melhorar a vida do planeta, do homem e da natureza”

Diariamente são selecionados acontecimentos bons, do Brasil e do mundo, em diversas áreas. No conteúdo há notícias produzidas pelos jornalistas e colunistas do site, além das veiculadas por agências nacionais e internacionais. As notícias são distribuídas em sete editorias:

- Boas Ações
- Brasil
- Negócios
- Saúde
- Sustentável
- Tecnologia
- Variedades

Na linha editorial exposta no site, há a afirmação de que o esse espaço faz parte do processo de segmentação da mídia, que criou canais/sites especializados em esporte, política, economia e variedades. De acordo com os editores, esse é “um processo que abriu espaço para o jornalismo positivo, do SóNotíciaBoa.com.br”. Acrescentam, ainda, “notícia boa atrai mais notícia boa e anima a vida do leitor”.

Quanto à audiência, os dados apontam que há leitores nas principais cidades e capitais brasileiras, em sua maioria em São Paulo, Rio, Belo Horizonte e Brasília - em países de língua portuguesa, além de Estados Unidos, Japão, França e Alemanha. Em agosto de 2012, com o início da parceria de conteúdo e divulgação com o portal da Band, os acessos passaram de 200 mil mensais.

Em 2013, o *Só Notícia Boa* foi eleito *Site do Ano* na categoria Notícias e Informações. Essa premiação, organizada pela agência de pesquisas de mercado MetrixLab, elege as melhores páginas por escolha popular. Nas palavras da

editora Andrea Fassina, o prêmio é o reflexo do relato de diversos internautas. “As pessoas estão cansadas de tanta notícia ruim ganhando destaque na mídia. Além de noticiar coisas positivas, o *Só Notícia Boa* tem virado referência de pauta. Estamos notando uma mudança de comportamento e linha editorial em vários veículos de comunicação, principalmente na TV”⁷.

b) Blog *Somente Boas Notícias*⁸

Criado por Tommy Beresford em parceria com Luciana Naomi Hikawa, novembro de 2008, o blog tem objetivo de ser um espaço de divulgação de notícias positivas. Nas palavras dos criadores,

de notícias ruins, a internet já está cheia, basta consultar qualquer seção de “Últimas Notícias” nos principais portais. Aqui só entram, portanto, notícias positivas, notícias felizes: descobertas científicas que sirvam para melhorar a saúde e/ou o bem estar das pessoas, medidas e leis que sejam boas para o povo em geral, acontecimentos legais no cotidiano da população... boas ações e boas intenções, boas notícias do Brasil e do mundo.⁹

De acordo com os dados do blog, o espaço registra 438.563 visitantes desde novembro de 2008. As publicações estão segmentadas em 22 categorias, sendo:

- Alimentação (53)
- Artes e Cultura (619)
- Cidadania (234)
- Coisas do blog (7)

⁷ <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/imprensa/73444-info>. Acesso em: 12.12.2013.

⁸ Disponível em: <http://somenteboasnoticias.wordpress.com/>

⁹ <http://somenteboasnoticias.wordpress.com/about/>. Acesso em 20.12.2013.

- Datas Especiais (76)
- Defesa do Consumidor (73)
- Economia e Política (30)
- Empreendedorismo (59)
- Estatísticas (4)
- Fauna e Flora (34)
- Infância (103)
- Medicina (421)
- Meio Ambiente (122)
- Oportunidades (47)
- Preconceito (26)
- Reciclagem (44)
- Saúde e Bem Estar (314)
- Segurança (2)
- Solidariedade (86)
- Superação (68)
- Tecnologia (92)
- Tradições (3)

Os autores não são jornalistas e utilizam nos posts textos de diversos veículos. No início de cada publicação é mencionada a fonte, conforme o exemplo a seguir, sob o título *Ciência comprova poder da meditação contra ansiedade e depressão*¹⁰:

¹⁰ <http://somenteboasnoticias.wordpress.com/2014/01/07/ciencia-comprova-poder-da-meditacao-contra-ansiedade-e-depressao/> - Acesso em: 09.01.2014.

De acordo com matéria do Globo Online, a Meditação tem resultado similar aos dos remédios para ansiedade e depressão. A prática de 30 minutos diários da técnica 'mindfulness' atenua os sintomas das doenças: Trinta minutos diários de meditação podem atenuar sintomas de ansiedade e depressão, segundo uma nova pesquisa da Escola de Medicina da Universidade Johns Hopkins.

c) Portal *asboasnovas.com*¹¹

Com sede em São Paulo, esse espaço faz parte de uma agência de estratégias de comunicação e conteúdo com foco em sustentabilidade e boas causas. Com início em 2009, o portal foi reformulado em 2013. De acordo com informações da empresa responsável pela reformulação, o portal foi “criado por jornalistas empenhados em enxergar soluções para o mundo e que acreditam que o jornalismo possa ser a chave para a construção de uma visão mais otimista da realidade”¹². Não há menção no portal sobre o quantitativo de acessos.

O conteúdo é colaborativo, com algumas notícias sem identificação do autor ou das fontes. As publicações estão segmentadas em oito categorias, definidas pelo portal como:

- Brasil - Mobilidade, políticas, educação e tudo o mais que se pensa e cria pelas cidades na busca de um Brasil melhor.
- Mundo - Leis, projetos, cidadania. As principais conquistas do mundo ganham destaque por aqui.
- Gente - Comportamento, cultura e bem-estar. Como o ideal de um mundo mais justo e um dia a dia mais equilibrado vem mudando as nossas atitudes?
- Biosfera - Meio ambiente, pesquisas, ciências. Esforços e conquistas em prol de um planeta mais equilibrado.
- Economia - Nossa relação com o dinheiro, novos modelos econômicos, RSE, finanças pessoais, economia criativa, negócios sociais e mais.

¹¹ Disponível em: <http://asboasnovas.com>

¹² <http://www.maqina.com.br/blog/2012/07/site-asboasnovas-com-sera-relancado-com-novidades/>. Acesso em: 16.12.2013

- Tecnologia - Inovações, aplicativos, mídias sociais, tecnologia social. O mundo tech a serviço do desenvolvimento humano.
- Infográficos - Em caso de assuntos tão interessantes quanto complicados, nada melhor do que um bom infográfico para clarear as ideias
- Coletânea - O melhor que encontramos todos os dias pelas redes, postamos aqui para você!

d) *Agência da Boa Notícia*¹³

A ONG *Agência da Boa Notícia* iniciou seu funcionamento em setembro de 2007, na cidade de Fortaleza – Ceará. A ideia desse espaço surgiu com um grupo de amigos que sentia a necessidade de paz e a vontade de dar e receber boas notícias.

Conforme informações constantes no tópico *sobre a agência*¹⁴, o site www.boanoticia.org.br tem como objetivo ser “uma fonte e um multiplicador de boas notícias, com sugestões de pauta, dicas de filmes e livros, artigos sobre paz e links para entidades que, direta ou indiretamente, desenvolvem atividades que resultam em bem-estar social”.

Além de funcionar com Agência de Notícias, a ONG desenvolve atividades de: difusão da boa notícia pela paz; Assessoria de imprensa da causa da paz; fonte de pautas para a imprensa; e agente de capacitação. Semanalmente é editado um informativo eletrônico, destinado aos profissionais de imprensa, com o objetivo de sugerir pautas referentes a ações positivas.

Grande parte da diretoria da Agência é composta por profissionais de Comunicação, tendo como presidente o professor e jornalista Souto Paulino. Além da divulgação de notícias produzidas pela Agência, há no site um espaço chamado Saiu na Mídia, com reprodução de matérias veiculadas em diversos jornais. Não estão disponíveis para o público os dados sobre o quantitativo de acessos.

¹³ Disponível em: <http://www.boanoticia.org.br>.

¹⁴ [http://www.boanoticia.org.br/pagina_simples.php?titulo=História e Identidade Organizacional&pagina=historia_identidade](http://www.boanoticia.org.br/pagina_simples.php?titulo=História+e+Identidade+Organizacional&pagina=historia_identidade). Acesso em: 15.12.2013

Em que pese o foco ser a paz, as notícias divulgadas pelo site estão relacionadas a diversas categorias, como cidadania, comunicação, cultura de paz, educação, como exemplos. Entretanto, não há divisão por editoriais ou temas.

O papel dos espaços de notícias positivas no reforço da cidadania

Para análise da contribuição no reforço da cidadania proporcionada pela divulgação de notícias positivas, será utilizado o critério do interesse público dessas informações. Vidal (2011, p.120) considera notícia de Interesse público como

aquela que contribua para o desenvolvimento intelectual, moral e físico do cidadão, com informações que possibilitem ao leitor refletir e tomar decisões em relação ao governo, à saúde, à segurança, à educação, ao trabalho, enfim, exercer a cidadania. Em suma, a notícia de interesse público tem agregado ao seu valor-notícia um valor de cidadania. É o valor que possibilita ao cidadão ter integração e participação na vida em sociedade.

Seguindo o critério adotado por Vidal (2011, p.122), as notícias de interesse público podem ser distribuídas em oito categorias (Ciência e Tecnologia, Cultura, Economia e Trabalho, Educação, Governo e Poder, Meio Ambiente, Saúde, e Social) conforme Tabela 1.

Tabela 1 – Categoria de Notícias de Interesse público	
Categoria	Descrição
Ciência e Tecnologia	Descobertas científicas, novas tecnologias
Cultura	Artes, literatura, espetáculos
Economia e trabalho	Mercado financeiro, emprego

Educação	Ensino
Governo e Poder	Política, decisões governamentais, eleições
Meio ambiente	Preservação ambiental
Saúde	Programas de prevenção, doenças, tratamentos, medicamentos
Social	Ações de cidadania

Fonte: Elaborada pela autora com base em VIDAL (2011, p.122)

De acordo com Brangre (2007, p.129), a função social do jornalismo e dos profissionais de informação é decisiva para o desenvolvimento dos cidadãos, para a evolução da sociedade. A tarefa de coletar fatos, tratá-los e divulgá-los se distingue por ter como objetivo servir ao interesse público. Para o autor, interesse público se refere “a tudo o que parece significativo, importante, ou mesmo necessário ao cidadão e que lhe permite se integrar e participar de forma ativa na vida em sociedade”.

Dos quatro espaços apresentados neste estudo, três segmentam as publicações em categorias ou editorias de notícias - *Só Notícia Boa*, *Somente Boas Notícias* e *As Boas Novas*.

A Tabela 2 apresenta uma análise comparativa entre o estabelecido na Tabela 1, que lista as categorias de notícias de interesse público, e as segmentações encontradas em cada um de três espaços acima mencionados.

Tabela 2 – Relação categoria de interesse público x segmentação dos espaços			
Categoria	Só Notícia Boa	Somente Boas Notícias	As Boas Novas
Ciência e Tecnologia	Tecnologia	Tecnologia	Biosfera Tecnologia
Cultura	Brasil	Artes e Cultura	Gente
Economia e trabalho	Negócios	Economia e Política Empreendedorismo	Brasil Economia

Educação	Brasil	Artes e Cultura	Brasil
Governo e Poder	Brasil	Economia e Política	Brasil
Meio ambiente	Sustentável	Meio Ambiente	Biosfera
Saúde	Saúde	Alimentação	Brasil
		Medicina	Mundo
		Saúde e Bem Estar	
Social	Boas Ações	Cidadania Solidarietà	Gente

Fonte: Elaborada pela autora

Conforme demonstra a Tabela 2, o site *Só Notícia Boa*, o blog *Somente Boas Notícias* e o portal *As Boas Novas* têm o foco das publicações em notícias de interesse público, ou seja, notícias com conteúdo que proporcionam melhor participação do indivíduo na sociedade ou que trazem melhor qualidade de vida.

O quarto espaço analisado neste estudo - *Agência da Boa Notícia* - não divide as publicações em categorias ou editoriais, mas apresenta relação dos critérios de interesse público com o conteúdo das informações divulgadas pela Agência, conforme pode ser verificado nos seguintes títulos de notícias¹⁵, como exemplos:

- Ciência e Tecnologia - *Terapia do amor: neurocientista defende ciclo virtuoso da ocitocina*
- Cultura - *Orquestra Eleazar de Carvalho apresenta Concerto da Amizade no TJA nesta terça*
- Economia e trabalho - *Programa Inova Talentos oferecerá mil bolsas para estudantes e recém-formados*
- Educação - *Projeto discute o lado didático da música no ensino de história e literatura*
- Governo e Poder - *Proposta que prevê redução da maioria penal é pauta no Senado*
- Meio ambiente - *Prêmio Melhoria da Qualidade do Ar incentiva empresas de transporte*
- Saúde - *Festival de Arte e Cultura Alimentar estimula a vida saudável*

¹⁵ http://www.boanoticia.org.br/noticias.php?pageNum_rsNoticias. Acesso em: 17.12.2013

- Social - *Ação Solidária Uece ajuda entidades que fazem o bem; Saiba como participar*

Outro ponto a ser mencionado, no caso da *Agência da Boa Notícia*, é o quantitativo de notícias com foco na cidadania e nos direitos humanos, como exemplos: Artes e Cultura (619); Cidadania (234); Meio Ambiente (122); Saúde e Bem Estar (314); Solidariedade (86); e Tecnologia (92).

As constatações desta análise demonstram que esses novos espaços midiáticos têm o foco da agenda noticiosa em informações de interesse público. Notícias consideradas boas, por si só, não significam que trazem em seu conteúdo informações que promoção ou reforcem a cidadania. Vale acrescentar que uma notícia sobre um casamento ou uma gravidez de uma celebridade pode ser boa, mas não de interesse público.

Informações sobre Ciência, Cultura, Educação, Meio Ambiente e Saúde estão presentes em todos os esses meios analisados. Além dessas, pelos bons exemplos divulgados, merecem destaque aquelas referentes à categoria social. Divulgar bons exemplos de atuação da iniciativa privada ou de cidadãos comuns é de suma importância para que novas atuações possam despontar. Dessa forma, mais a sociedade será beneficiada. É nesse contexto que se defende a adoção dessa postura por parte da imprensa tradicional.

Esses novos espaços, de divulgação de notícias positivas, oferecem como conteúdo jornalístico algo que está indo na contramão do que tanto se pregava *bad news, good news* - más notícias, boas notícias. O que se pratica é: boas notícias são notícias boas. E no caso, são as que contribuem para o desenvolvimento cultural, espiritual, físico, intelectual e moral do cidadão.

Referências bibliográficas

BANGRE, Tairou. Praticar um jornalismo responsável nos países em desenvolvimento: necessidade de uma apropriação de valores éticos e deontológicos. Comunicação e Espaço Público. Revista do Programa de Pós-graduação

da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília,. ano – X , nº 1 e 2 - Brasília, 2007, p. 129.

CASTILHO, Carlos. Notícias ruins fazem manchete, mas o público comenta as boas. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/rdquo_noticias_ruins_rdquo_fazem_mais_man_chetes_mas_publico_comenta_mais_ldquo_noticias_boas_rdquo. Acesso em: 17.12.2013.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994.

KOVACK, Bill e ROSENSTIEL, Tom. Os elementos do jornalismo. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LOPES, Vera Maria de Oliveira Nusdeo. O Direito à Informação: e as concessões de rádio e televisão. São Paulo, Revista dos Tribunais, 1997.

NOVOA MONREAL, Eduardo. Derecho a la vida privada y libertad de información, um conflicto de derechos – Nueva criminologia. México: Siglo Veinteuno, 1987. In: LOPES, Vera Maria de Oliveira Nusdeo. O Direito à Informação: e as concessões de rádio e televisão. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1997, p. 196-199.

NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. A proteção constitucional da informação e o direito à crítica jornalística. São Paulo: FTD, 1997.

SILVA, Luiz Martins. Jornalismo, espaço público e esfera pública, hoje. Comunicação e Espaço Público. Revista do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília,. Ano IX, n.º 1 e 2, 2006, pp.39-44.

VIDAL, Delcia M.M. A construção da notícia cidadã. In: Comunicação e cidadania: conceitos e processos. Moura, Dione et alli. Brasília: Francis, 2011, pp.115-131.

WARREN, Carl N. Gêneros periodísticos informativos. Barcelona: A.T.E, 1975, p. 23-38. In: CHAPARRO, Manuel Carlos. Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994, p.119.

<http://asboasnovas.com>

<http://www.boanoticia.org.br>.

<http://portal.comunique-se.com.br/index.php/imprensa/73444-info>. Acesso em: 12.12.2013.

<http://somenteboasnoticias.wordpress.com/>

<http://sonoticiaboa.band.uol.com.br>.

Recebido em 23.08.2014. Aceito em 12.09.2014.