



Telespectador multimídia: o Jornalismo Participativo e seus reflexos no telejornalismo¹

Lidiane Ramirez de Amorim²

Prof. Dra. Cristiane Finger³

Pontifícia Universidade Católica do RS, Porto Alegre, RS

RESUMO

As tecnologias de informação e comunicação têm sido responsáveis por uma infinidade de transformações, incluindo novas relações entre os sujeitos e as diferentes mídias. São novos papéis cuja emergência coincide com a passagem de uma comunicação centralizada e unidirecional para infinitas possibilidades oriundas do fenômeno da midiatização. Este artigo propõe algumas reflexões acerca dessas mudanças, partindo da evolução do entendimento sobre receptor e audiência, do estigma de passividade ao sujeito ativo e interativo, e a interferência destas mudanças na prática jornalística, em especial do telejornalismo. A reflexão aborda algumas possibilidades alcançadas por esse novo receptor, materializadas na prática do que vem sendo chamado de jornalismo participativo. Uma realidade ainda incipiente no telejornalismo brasileiro, porém uma modalidade que já está transformando o fazer telejornalístico em outras partes do mundo.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Participativo, recepção e telejornalismo

Contexto: a Era da Midiatização

A evolução tecnológica e informacional que emerge na sociedade contemporânea traz a tona questões que envolvem as profundas transformações já ocorridas, e as que ainda estão por vir, nas relações estabelecidas pelos sujeitos. Relações humanas, afetivas, profissionais, acadêmicas, interpessoais; a relação do indivíduo com o

¹ Trabalho apresentado na NP Jornalismo, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, Mestranda em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do RS – PUCRS e bolsista CAPES.

³ Orientadora do estudo. Coordenadora do Departamento de Jornalismo da PUCRS e docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da mesma universidade.



conhecimento, com a práxis, com o mundo, com os produtos simbólicos, culturais, com as mídias, com a informação. As novas tecnologias de informação e comunicação afetam cada uma dessas relações, dos seus processos aos seus resultados. Conforme Castells (1999), a revolução tecnológica que eclodiu nos últimos 30 anos fez o mundo evoluir do padrão industrial para a Sociedade em Rede⁴, e transformou modos de pensar, produzir, consumir, negociar, administrar, comunicar, de viver e de morrer, de fazer guerra e de fazer amor.

O presente artigo pretende propor a reflexão sobre a nova posição que o telespectador, que agora extrapola a noção única de “receptor”, assume frente aos meios de comunicação e, mais especificamente, seus novos papéis diante do telejornalismo. Transformação que está no bojo das demais oriundas do contexto atual, multimidiático, caracterizada por um novo *bios*⁵, quem vem ditando os rumos das condutas contemporâneas. É também ela, a midiaticização, a responsável pela multiplicação das tecnomediações, da articulação de pautas individuais por meio das tecnologias da comunicação, virtualizando relações humanas, econômicas e sociais (SODRÉ, 2006).

As novas tecnologias também transformam os modos de “ver”, em se tratando do telespectador, dos modos de produzir e transmitir informações, em se tratando de jornalismo, e dos modos de interação entre eles: receptor e informação jornalística. As alterações no jornalismo vão desde a evolução dos veículos de informação – do impresso ao digital, do pasquim ao *e-news* –, passando pelas rotinas de produção – coleta e checagem de dados, novas esferas temporais e fluxos de informações – até as formas de transmissão e alcance dos produtos jornalísticos. Já as formas de “ver” dizem respeito desde a posição do receptor frente às mídias noticiosas, a apropriação que fazem das notícias, até o sentido literal do termo “ver”, em tempos de digitalização dos meios e uma conseqüente transformação nos padrões de visualização da notícia.

⁴ A dimensão sociotécnica em rede, como sugere Castells, parte da noção de empresas, instituições, organizações que formam uma rede de nós interconectados. Conforme o autor, “redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho). Uma estrutura social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio” (Castells, 1999, p. 499)

⁵ O *bios midiático*, na formulação de Sodré (2006), seria o quarto *bios*, que sucede os anteriores, conforme classifica  de Aristóteles para as formas de vida. Na obra * tica a Nic maco*, o filósofo define três formas de existência humana (*bios*) na Pólis: *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa). A midiaticiza   , então, pensada por Sodré como sendo um novo *bios*, de esfera existencial, com uma qualifica  cultural própria, a tecnocultura.



Neste contexto, o objetivo deste texto é tecer considerações acerca da evolução que se apresenta no entendimento sobre o lugar do receptor e problematizar de que maneira o sujeito contemporâneo munido das diversas tecnologias, além de definitivamente romper com a visão funcionalista e cartesiana que o mantinha no pólo oposto das emissões midiáticas, interfere ou poderá interferir na produção jornalística. Para isso, o estudo questiona as implicações que o fenômeno conhecido como *jornalismo cidadão, participativo ou colaborativo*, possui na prática do telejornalismo.

Um novo olhar sob o receptor

Do modelo de *mão única* à idéia de multiculturalidade, hibridização, mediações, hipóteses e teorias acerca dos *mass media*. O entendimento quanto ao papel do receptor frente aos meios de comunicação sofreu marcantes transformações. “O que os *mass media* fazem às pessoas?”. Foi ao se fazerem esta pergunta que teóricos começaram a pensar a comunicação midiática como fonte imediata de influências a partir de uma relação, nas palavras de Mauro Wolf, de “estímulo/reação” com o receptor (WOLF, 2002, 70)⁶. A partir da década de 30, o estudo dos efeitos, encabeçado pelo sociólogo Paul Lazarsfeld e seus colegas do *Bureau of Applied Social Research*, da Universidade de Columbia, predominou no campo da pesquisa em comunicação.

Após a primeira reviravolta nos estudos europeus de recepção, datada dos anos 50, foi nos anos 80 que a pesquisa muda de foco na América Latina e a pergunta passa a ser “o que as pessoas fazem com os *mass media*?”. Em meio a um movimento teórico-crítico no campo da comunicação, a audiência, na pesquisa latina, deixa de ser encarada como passiva frente aos meios, que absorve tudo que lhe é oferecido, e passa a ser considerada capaz de selecionar e estar frente aos media sem se destituir das suas capacidades. Conforme afirma Orozco baseando-se no estudioso Henry Giroux⁷,

(...)la audiencia no es un mero recipiente que absorbe todo lo que se le ofrece en la pantalla. Si bien, tampoco es un ente impermeable o capaz en todo momento de tomar distancia crítica de la programación, por el hecho de ser televidente no pierde totalmente sus capacidades, por ejemplo de crítica o de resistencia (GIROUX, 1981 apud OROZCO, 1991).

⁶ Os autores Jensen e Rosengren identificam cinco correntes de tradições, dentre que se dedicam à pesquisa de audiência, que examinam a relação entre mídia e audiência, são elas: pesquisa de efeitos, usos e gratificações, crítica literária, estudos culturais e análise de recepção (apud RONSINI, 2004).

⁷ O estudioso Henry Giroux, e seus estudos sobre as interfaces entre o multiculturalismo, estudos culturais e pedagogia, contribuiu, junto a outros autores, para os estudos de Orozco no âmbito das mediações escolares na recepção da TV realizada pela audiência infantil.



Ao se colocar a audiência como protagonista no uso que faz dos meios de comunicação, subentende-se que ela deixa de ser encarada como uma massa inerte, passiva e homogênea diante dos mesmos. Aliás, não só no uso dos media, mas também no consumo dos produtos veiculados por eles. Ora, o ato de consumo, tal como coloca Canclini “um conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (CANCLINI, 1995, p.53) faz do receptor um ente ativo, capaz de selecionar e escolher diante de uma gama de produtos aquilo que lhe agrada ou convém.

Já Orozco (1991) propõe que a audiência se constrói frente aos meios. No entendimento do autor, assumi-la como sujeito, e não mero objeto, frente a um meio de comunicação⁸ é entendê-la, em primeiro lugar, como um ente em situação e, por esse motivo, condicionado individual e coletivamente, que vai sendo construído como tal de inúmeras formas, conforme o resultado da sua interação com a TV e as diferentes mediações que entram no jogo de recepção.

O receptor passa, portanto, a ser visto sob uma outra perspectiva, da mesma forma que a comunicação também passou a ser entendida de uma outra maneira. Emissor e receptor são libertos daquele modelo engessado e mecânico que os colocava em pólos equidistantes. Modelo que não contemplava atores nem intercâmbios, em que comunicar era “fazer chegar uma informação, um significado já pronto, já construído, de um pólo a outro. Nele, a recepção é o ponto de chegada daquilo que já está concluído” (BARBERO, 2001, p.41).

Ao encarar o receptor como ente ativo no processo tal dicotomia é deixada de lado e o ato de comunicar passa a ser entendido como uma inter-relação, uma via de mão dupla, ou melhor, de múltiplos caminhos. Um lugar onde a informação transita e onde emissor e receptor são levados em consideração na formação de sentido da mensagem que, por sua vez, pode ser o próprio meio, como na célebre frase de McLuhan (1971).

O protagonismo da tecnologia

A evolução tecnológica dos meios é peça fundamental para o entendimento e reflexão sobre a relação mídia-audiência, a evolução das formas de comunicação e a ampliação na difusão de informação e conhecimento no território do jornalismo. Desde

⁸ Nos seus estudos, Orozco refere-se ao meio televisivo.



a prensa de Gutemberg ao que há de mais moderno entre os dispositivos atuais, cada nova tecnologia foi decisiva na definição de padrões sócio-culturais, no tempo e espaço em que emergiram, nas formas como os sujeitos se relacionam com a mídia e na forma de fazer jornalismo. Em especial as tecnologias audiovisuais, como nos mostra Canclini (1995), proporcionaram uma mudança inclusive no exercício da cidadania. Ao irromper as massas populares na esfera pública, os meios eletrônicos deslocam o desempenho da cidadania às práticas de consumo.

Dessa forma, estabeleceram-se não só novas formas de informar, mas também de conceber e exercer o direito de ser informado, além da reestruturação das articulações entre o público e o privado. Conforme Barbero (2006), além da identificação mediada pela comunicação, as cidadanias modernas constroem-se na negociação do reconhecimento pelo outro e o contato com a alteridade tem sido, cada vez mais, fruto de tecnomediações. Ao serem, os diferentes tipos de mídia, lugares de representação e legitimação, especialmente os audiovisuais, veículos como televisão e internet passam a ser arena de exibições e práticas de visibilidade, ou seja, modos de reconhecimento.

Neste sentido, a televisão foi um divisor de águas. Na década de 50, o rádio e os jornais disputavam a atenção com ela, mas as características destes não foram suficientemente atraentes tanto quanto a mágica caixa composta de imagem falada e em movimento que mais tarde se configuraria no mais sofisticado dispositivo de “moldagem e deformação do cotidiano e dos gostos populares e uma das mediações históricas mais expressivas de matrizes narrativas, gestuais e cenográficas do mundo cultural popular” (BARBERO & REY 2001, p. 26).

Para Sartori (2000), os meios audiovisuais também conduziram o mundo rumo a uma primazia da imagem, deslocando a idéia de *homo sapiens*, que “deve todo seu saber e mesmo todo seu progredir no compreender à sua capacidade de abstração” (2000, p. 37) para o *homo videns*, cuja “a linguagem conceitual (abstrata) é substituída por uma linguagem perceptiva (concreta)” (idem.). Para este autor, isso significa um empobrecimento das palavras e dos significados, e faz com que prevaleça o visível sobre o inteligível, o que levaria a um *ver sem compreender*. Por outro lado, McLuhan (1971), na contramão desta visão um tanto frankfurtiana, encara a imagem da TV como uma possibilidade de participação ativa, tátil e repleta de significados:



a imagem da TV exige que, a cada instante, “fechemos” os espaços da trama por meio de uma participação convulsiva e sensorial que é profundamente cinética e tátil, porque a tatilidade é a inter-relação dos sentidos mais do que o contato isolado da pele e dos objetos (1971, p. 358).

Sem a intenção de alongar a discussão dos efeitos dos meios audiovisuais sobre quem os assiste, a idéia de um homem fascinado pela imagem é válida, tanto quanto a afirmação de seu poder sinestésico e tátil. Um fascínio que supera o “ver” e atinge o “ser”. Ser “imagem”, ser personagem ainda que de aparição transitória, de uma fama efêmera, são possibilidades que mexem com o imaginário deste *homo videns*, que muito além de ver, quer também ser visto.

O telejornalismo, de certa forma, materializa esse desejo por ser o espaço na grade de programação televisiva em que as imagens não são especialmente dedicadas a atores já consagrados ou grandes personalidades⁹. São as imagens da vida real que o compõem, e não raramente personagens desta vida cotidiana são ouvidos para ilustrar um determinado acontecimento ao lado das tradicionais vozes oficiais. A polifonia do telejornal é uma característica marcante e significativa a partir do momento em que, como se viu nas palavras de Canclini, a mídia passou a servir de plataforma para o exercício de cidadania. É esta participação cidadã e a possibilidade de uma certa notoriedade, logo reconhecimento, que podem ser vislumbradas na vontade dos sujeitos de serem partícipes das diferentes formas de fazer jornalismo.

Receptor participativo

A participação crescente dos receptores na produção jornalística vem sendo reforçada com o acesso, cada vez maior, às tecnologias de informação e comunicação. Elas possibilitam novas formas de mediação dos indivíduos com a sociedade e são responsáveis pela criação de novos lugares ocupados pelo receptor na contemporaneidade. Embora pareça mais nítida atualmente, a participação dos indivíduos nas distintas mídias não é um assunto que nasce neste século. Nas décadas de 80 e 90, Norene Janus e Reis Matta (apud MATUCK 1989, p. 79) identificavam dois modelos de desenvolvimento midiático que estavam competindo em nível local e

⁹ É claro que a questão do fascínio pela visibilidade passa pelos polêmicos *reality shows*, mas falamos aqui não só do “estrelismo” exacerbado, mas do simples desejo diluído no imaginário da sociedade de se sentir partícipe do meio televisivo, dos “instantes de fama”, como forma de notoriedade e reconhecimento.



global. O *Transnacional*, que atomizava as relações sociais e promove o individualismo, despolitiza, distorcendo a diversidade cultural e disseminando uma cultura global e o *Participativo*, caracterizado pela produção para a maioria da sociedade, baseada no pluralismo, criatividade e diálogo político.

Vale lembrar que o a publicação da primeira “carta do leitor”, nos moldes como hoje conhecemos, ocorreu em 181, no jornal americano New York Times (SILVA, 2006). Já Bernard Webster, (apud MATUCK, 1989), previa, na época, a participação dos sujeitos na mídia, especificamente nos conteúdos televisivos. Analisando o acesso público às tecnologias, ele estabeleceu um espectro da atividade diante das mídias, “*um continuum* que se inicia com a passividade diante das mensagens recebidas e termina com a participação na produção de mensagem a serem difundidas” (1989, p. 104).

Naquele então, Matuck questionava: “como poderia o público participar direta ou indiretamente intervindo em mensagens que lhe são destinadas, reativando um circuito de retroalimentação ou produzindo emissões próprias?” (1989, p. 103). A indagação encontra na atualidade sua resposta. Em termos jornalísticos, de telespectador, ouvinte, leitor, fonte ou pauta, o cidadão comum pode agora também ser produtor e emissor de informações. A relação com a mídia, que outrora se restringia ao contato via correio e telefone convencional, passou a chegar às redações por meio de e-mails e mensagens de celular, alterando de sobremaneira a frequência e a quantidade da participação do receptor na produção de notícias.

O formato das mensagens tampouco é o mesmo. Somam-se aos textos, imagens, sons, fotografias do cotidiano capturadas por celulares ou máquinas digitais, enviadas no instante seguinte para os veículos de comunicação que, por sua vez, têm aberto novos espaços para tais contribuições. A veiculação, portanto, também sofreu visíveis transformações e novas possibilidades foram criadas com a expansão de sites jornalísticos na web, e de meios difusores próprios como *blogs, flogs e videologs*¹⁰, práticas que se difundem em velocidade extraordinária e permitem a construção conjunta de informações, num movimento de cooperação em rede, de fácil acesso e manuseio.

¹⁰ Segundo Primo e Tärsel (2006) weblogs, ou blogs, são páginas pessoais ou coletivas em que são publicados textos curtos [posts] ou imagens, em ordem cronológica decrescente. Nos fotologs, ou flogs, o conteúdo principal é a imagem, que pode ser acompanhada por legendas.

Vivenciamos, dessa maneira, a passagem de uma comunicação centralizada, vertical e unidirecional para uma infinidade de possibilidades oriundas do avanço das tecnologias e telecomunicações, e de fenômenos como a interatividade e o “multimedialismo” (Sodré, 2002). Nas palavras de Levy, (1999, p. 15) “os produtos da técnica moderna, longe de adequarem-se apenas a um uso instrumental e calculável, são importantes fontes de imaginário, entidades que participam plenamente da instituição de mundos percebidos”.

A participação no Jornalismo

Tais práticas aqui identificadas como jornalismo participativo, também recebem a denominação de jornalismo cidadão (*citizen journalism*) ou jornalismo *open source*¹¹ (código aberto). Gillmor (2004), autor de uma das obras de referência da área intitulada *Nós, os media*, prefere a expressão “jornalismo cidadão”, para designar a produção realizada por qualquer cidadão que tenha acesso a informações consideradas de interesse público e decida publicá-las, mesmo sem possuir formação técnica em jornalismo. No entanto, por vezes essa denominação pode ser facilmente confundida com o *jornalismo cívico* ou *público*, movimento fundado pelo professor norte-americano Jay Rosen, no fim da década de 80, que compreende o jornalismo como instrumento de reforço da cidadania¹². É para evitar tal compreensão errônea, que neste estudo, prefere-se a utilização da expressão *jornalismo participativo*, dando ênfase no diferencial desta modalidade: a participação de pessoas sem qualquer formação técnica ou experiência no campo jornalístico.

É notável que a popularização das novas tecnologias protagonizaram as condições criadas para a emergência desta prática. Conforme os estudiosos do webjornalismo¹³, Primo e Träsel (2006), mesmo que não seja possível esgotá-las, eles

¹¹ Conforme lembram Primo e Träsel (2006), o jornalismo *open source* tem algumas especificidades em relação ao jornalismo participativo ou cidadão. O movimento *open source* (ou de fonte aberta) foi criado por programadores e refere-se a todo software desenvolvido e distribuído coletivamente, é oferecido quase sempre gratuitamente e seu código é aberto a qualquer um que queira modificá-lo. Este é o princípio que embasa o jornalismo *open source*, aquele com milhares de colaboradores, em que os erros seriam mais rapidamente identificados e corrigidos do que em uma redação com número limitado de funcionários.

¹² Na prática, o jornalismo cívico se efetiva por meio da adoção de normas e procedimentos, como repertório de novas fontes, e não exclusivamente as oficiais, valorização do cidadão como participante ativo, e não apenas um espectador, e a necessidade dos jornalistas desempenharem papel crítico na sociedade (TRAQUINA, 2003, p.180-181).

¹³ O webjornalismo é definido como “práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na Web, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe (PRIMO, TRÄSEL, 2006, p. 10).



apontam como principais fatores o maior acesso à Internet¹⁴ e interfaces simplificadas para publicação e cooperação online, a popularização e miniaturização de câmeras digitais e celulares¹⁵ e o que eles identificam como “filosofia hacker”, um espírito de época que traduz a insatisfação com os veículos jornalísticos e a herança da imprensa alternativa. A Internet é o palco para estas manifestações e é onde, de fato, se faz possível a prática de um novo jornalismo, a partir de uma rede colaborativa de produção e veiculação de informações.

Neste contexto, surgem também as denominações de “cidadão-repórter” ou “cidadão-jornalista” para os sujeitos que participam desta modalidade. Já difundida mundialmente, e exercida não só na web, como também na televisão e no rádio, no Brasil, a ênfase do jornalismo participativo ainda é na web, nos sites de “mídia colaborativa” ou em espaços como o “Vc Repórter”, do portal Terra, em que o material enviado por qualquer indivíduo pode transformar-se em notícia ou complementar um material noticioso já veiculado.

O tema foi incluído na coleção “Conquiste a Rede”, organizada por Ana Carmen Foschini e Roberto Romano Taddei, uma espécie de manual intitulado “Você faz a notícia”. Na mídia impressa, ações não tão contemporâneas porém também potencializadas pelas novas tecnologias, a participação do receptor verifica-se em sessões como “Foto do Leitor”, tomando como exemplo o jornal local, Zero Hora. Uma das iniciativas pioneiras foi do Grupo Estado que criou, em 2005, a seção “Foto Repórter” para publicar fotos de cidadãos enviados por e-mail ou celular que são selecionadas e publicadas em veículos do grupo¹⁶, e na rede¹⁷.

O reflexo da realidade se vê na academia. Grande parte da produção científica sobre este fenômeno, ainda escassa devido à emergência recente do tema, dedique-se a estudos que abordam a temática do jornalismo participativo na web, sendo pouca a reflexão sobre sua incidência em outros veículos. As investigações dão uma maior

¹⁴ O acesso à Internet, segundo os autores, é fruto de outros fatores como a “queda progressiva do custo de computadores e de conexão, a multiplicação de serviços e pontos de acesso gratuito (como em telecentros, ONGs e outras instituições comunitárias), cibercafés e pontos de conexão sem fio (Wi-Fi)” (2006, p. 4).

¹⁵ Segundo dados da Anatel, o Brasil terminou o ano de 2007 com 120,98 milhões de celulares e uma densidade de 63,59 cel/100 hab, quase o dobro dos números notabilizados em 2005. Há dois anos atrás, o país possuía cerca de 67 milhões de aparelhos habilitados em funcionamento, o que conferiu ao país a sexta posição mundial em telefonia móvel. Já quanto ao acesso à internet, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) contabilizou 32,1 milhões de usuários da internet no país em 2005.

¹⁶ As imagens são publicadas no Estadão, no Jornal da Tarde, no portal www.estadao.com.br ou vendidas pela Agência Estado para jornais e revistas de todo o planeta.

¹⁷ Prova disso é que o tema já foi incluído na coleção “Conquiste a Rede”, organizada por Ana Carmen Foschini e Roberto Romano Taddei, uma espécie de manual intitulado “Você faz a notícia”.



ênfase à ferramentas como os blogs, wikis e outros sites de redes colaborativas, analisando o webjornalismo participativo, como o faz Primo e Träsel (2006).

Outra tendência encontrada são estudos que se voltam especificamente para a questão tecnológica, sob o olhar de outros campos, como as Engenharias¹⁸. Textos e artigos que discutem a emergência da participação de cidadãos na construção de notícias também proliferam-se na web, porém são reflexões de caráter mais empírico sem aportes teóricos sólidos sobre questões que circulam ao redor desse fenômeno, como a concretização de um novo lócus do receptor nas relações de mediação com as mídias e as implicações que a prática desta nova modalidade possui em outros veículos, que não a web, em que já se verifica a sua existência.

São abordagens que começam a se fazer necessárias para quem se dedica a pensar o campo da comunicação e, em especial, as novas relações entre audiência-mídia e sua reflexão na produção jornalística, ainda que não seja uma realidade unânime no contexto nacional. Embora no jornalismo praticado em veículos impressos ou audiovisuais tradicionais, como TV, rádio, jornais e revistas, a construção conjunta de conteúdo parece mais difícil de acontecer, a participação do cidadão não se faz ausente. A produção das notícias, cada vez mais, se vale de informações captadas por cidadãos comuns que estão onde o repórter não está, ou não chegará a tempo de registrar um dado fato potencialmente noticioso.

Prova disso é que o jornalismo participativo já foi determinante em coberturas realizadas de fatos de grande repercussão, como o ataque às torres gêmeas, em 11 de setembro de 2001 e o tsunami no sudeste asiático, em dezembro de 2004 (PRIMO e TRÄSEL, 2006). As notícias veiculadas pela BBC, maior empresa pública de televisão do mundo, sobre os atentados a bomba no metrô e em um ônibus em Londres, em julho de 2005, também são um exemplo.

¹⁸ Um exemplo é a dissertação de mestrado defendida em 2007 no Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, intitulada: *Utilização de Ferramentas interativas em jornalismo participativo: uma análise de casos de Blogs, Wikis, Fóruns e Podcasts em meados da primeira década do século XXI*, de autoria de Rafael Savi.



A iminência do Telejornalismo Participativo

A cobertura realizada pela emissora do atentado nos sistemas de transporte público londrino valeu-se, exclusivamente, de informações de pessoas que presenciaram o atentado¹⁹. Em artigo²⁰ escrito pelo Diretor de Jornalismo, da Divisão Global de Notícias da BBC e responsável pelas estratégias internacionais de notícias em rádio, TV e nova mídias, Richard Sambrook, expõe o impacto que o jornalismo participativo, lá chamado de *Citizen Journalism* (Jornalismo Cidadão), já alterou as rotinas de produção da emissora.

Intitulado *Citizen Journalism and BBC*²¹ o artigo mostra dados que revelam a relevância e a emergência da participação dos cidadãos na produção das notícias e, conseqüentemente, na cobertura de fatos que marcam a história do mundo contemporâneo. Sambrook conta que o dia do atentado foi marcado por momentos de grande pressão sobre a equipe jornalística para que a BBC chegasse à frente na divulgação de notícias sobre o fato, o que normalmente ocorre quando uma redação se depara com um acontecimento totalmente imprevisível e de grande relevância e impacto público.

A participação de cidadãos foi definitiva desde o princípio. O primeiro indício de que a situação era mais grave do que as informações oficiais traduziam veio por meio do e-mail de um telespectador. Ao longo do dia, a quantidade de materiais enviados por cidadãos que estavam no local do atentado acabou subsidiando integralmente as notícias levadas ao ar e publicadas instantaneamente na web. “*Before long, many more text and e-mail messages containing information arrived from the public, and these became an integral part of how the BBC reported the day’s events*”²², conta Sambrook. Num espaço de tempo de apenas seis horas, a BBC recebeu mais de mil fotografias, 20 vídeos

¹⁹ O fato teve repercussão no Brasil por ter tido como suspeito o electricista brasileiro Jean Charles de Menezes, que acabou sendo morto a tiros no dia do atentado ao ser confundido por policiais com um suposto homem-bomba. Após julgamento, a polícia foi considerada culpada e condenada a pagar multa de 175 mil libras (cerca de R\$ 634 mil) e mais 385 mil libras (cerca de R\$ 1,394 milhão) pelos custos do processo. O atentado de julho de 2005 deixou mais de 50 vítimas e mais de 700 feridos.

²⁰ Publicado na revista *Nieman Report*, edição de inverno de 2005, da Nieman Foundation for Journalism at Harvard University.

²¹ A BBC e o Jornalismo Cidadão.

²² “Ao longo do dia, muitos textos e e-mails contendo informações foram enviadas pelo público, e isso transformou-se em parte integral de como a BBC cobriu o dia do evento”.



amadores, 4 mil mensagens de texto e 20 mil e-mails. No dia seguinte, o jornal veiculado pela manhã iniciou com um vídeo editado somente com imagens enviadas pelo público.

Para Sambrook o evento foi um divisor de águas e denotou, como ele mesmo afirma, que, em acontecimentos como estes, o público pode oferecer muito mais informações que aquelas que os veículos poderão transmitir a eles, “*from now on, news coverage is a partnership*²³”, complementa. Foi por essas informações e esses contatos que inúmeras famílias puderam ter notícia de seus parentes e chegaram até eles. Imagine-se quantos detalhes se perdem no tempo despendido entre a ocorrência do fato, a chegada da informação ao veículo, a mobilização dos profissionais e o deslocamento até o local? Com o jornalismo participativo, num tempo infinitamente menor, cenas captadas por personagens no momento exato do acontecimento podem estar na redação sem que seja preciso deslocar um único profissional.

Isso possibilita aos telejornais uma maior cobertura de pautas que, por motivos internos à rotina de produção, não poderiam transformar-se em notícia. Rotina limitada pelo número de operadores de câmera, ou opções de deslocamento até o fato. Ou seja, recursos técnicos e humanos que por ventura poderiam “derrubar” a pauta podem ser remediados quando o material informativo, ao invés de ser colhido pelos profissionais, é levado até eles pelas lentes de quem vivenciou ou presenciou o acontecimento. Ou seja, recursos técnicos e humanos que por ventura poderiam “derrubar” a pauta podem ser remediados quando o material informativo, ao invés de ser colhido pelos profissionais, é levado até eles pelas lentes de quem vivenciou ou presenciou o acontecimento.

É claro que face ao fetichismo da velocidade, do furo, da notícia em primeira mão, há muitas outras questões que emergem da reflexão sobre essa crescente e impactante participação dos cidadãos na produção jornalística. Enquanto eles ganham espaço, as mudanças na rotina da prática jornalística decorrentes desse fenômeno podem tirar o espaço de outros, ou seja, repercutir na organização estrutural de equipes das empresas de jornalismo. No artigo de Sambrook ele coloca exatamente esta questão. As mudanças tecnológicas pelas quais passou a BBC resultaram na perda de três mil empregos.

A redução permitiu investimentos em profundas transformações na divisão de jornalismo com o objetivo de poder dar conta totalmente das demandas da era digital.

²³ “Daqui pra frente, as coberturas jornalísticas são uma parceria”.



Ou seja, questões empregatícias e de mercado perpassam a emergência desse fenômeno. E com relação à propriedade desses materiais? Direitos autorais? Remuneração? Legislação? As relações entre este cidadão e a empresa jornalística passa a ser diferente. E não apenas nesse sentido. A recepção dos produtos em que há essa participação passa a ser diferenciada, uma vez que o receptor ocupa um outro posicionamento e outras funções.

Neste contexto, as implicações desta produção colaborativa de notícias gera um amplo espaço para debate calcado em questões como: a veracidade do material enviado, que vai determinar a prática da apuração e dos produtores da pauta; a relação entre a empresa e o autor “não profissional” do material utilizado; o futuro dos profissionais contratados para estes fins (de captura de imagens, por exemplo); a ética com relação à escolha e apresentação do que chega às redações; a avaliação do que é produzido sem o conhecimento das regras e técnicas jornalísticas; a questão da diplomação com relação à idéia de que “qualquer um pode fazer notícia”, difundida no jornalismo cidadão praticado na web, até a questão dos limites entre o público e o privado diante de um cotidiano em que há “repórteres” por todos os lados.

Por ser um fenômeno que está em fase de expansão e ainda pouco explorado no campo telejornalístico, a intenção deste texto é mais votada para o levantamento de questões para reflexão que a busca por conclusões. É mais uma iniciativa de incitar o *pensar* a prática jornalística, como forma de contribuir para o exercício desta práxis e de compreender os contornos que ela vem assumindo na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

- BARBERO, Jesús M. **Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século**. In: MORAES, Denis de (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- BARBERO, J. Martin e REY, Gérman. **Os exercícios do ver**. Editora Senac, 2001.
- BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e mensagens**. Petrópolis: Vozes, 1982.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
- CASTELS, M. **Fim de milenio**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2004.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1999



MATUCK, Artur. **O Potencial Dialógica da Televisão: Comunicação e Arte na Perspectiva do Receptor**. Tese de Doutorado, São Paulo, ECA-USP, 1989.

McLUHAN, M. **Os meios de Comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1971.

PRIMO, Alex.; TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. In: VIII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação, 2006, São Leopoldo. Anais, 2006.

SAMBROOK, Richard. **Citizen Journalism and BBC**. Nieman Report, winter, 2005.

SARTORI, Giovanni. **Homo videns: televisão e pós-pensamento**. Lisboa: Terramar, 2000.

SILVA, Marisa Torres. **As “cartas ao director” no jornal Público: um estudo de caso**. Disponível em

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-marisa-cartas-director-jornal-publico.pdf>, acesso em 25 de maio de 2008.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2001.