



## **A Democratização da Notícia nas Novas Rotinas de Produção Jornalística: A Contribuição dos Cidadãos-repórteres e o Empoderamento da Cidadania<sup>1</sup>**

Elisa Luna JACQUES<sup>2</sup>  
Alfredo Eurico Vizeu PEREIRA JÚNIOR<sup>3</sup>  
Heitor Costa Lima da ROCHA<sup>4</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### **Resumo**

A construção da notícia no ambiente das novas rotinas de produção jornalística sofreu modificações com a participação de novos agentes: cidadãos, que atuam como repórteres, mais especificamente em plataformas digitais do jornalismo online. São co-produtores da notícia que elaboram e interpretam a realidade desde a sugestão de pautas até o fornecimento de registros escritos e audiovisuais. Essas transformações serão o objeto desta investigação e reflexão, analisando a figura do cidadão-repórter, ora como indivíduo particular, ora na representação de setores, grupos e movimentos sociais. O objetivo é contribuir para ações integradas entre o espaço acadêmico, as redações jornalísticas e a sociedade na intenção de expor como a construção de um jornalismo mais democrático pode ser materializado no processo de produção das notícias.

**Palavras-chave:** cidadania; democracia; jornalismo; notícia; rotinas de produção.

### **1 A Democratização da Produção Noticiosa**

Na sua concepção de democracia deliberativa, em que considera o consenso construído na discussão pública para a tomada de decisões políticas o eixo central do processo democrático, Jürgen Habermas (2002) desenvolve a aplicação de uma ética do discurso na área da comunicação, especialmente no jornalismo, como procedimento imprescindível para a aproximação do ideal da teoria democrática: o condicionamento da ação dos representantes políticos na medida das expectativas dos seus representados.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, elaborado a partir do projeto de extensão Cidadão-Repórter: Jornalismo e Cidadania, em execução na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Jornalismo da UFPE e estagiária/bolsista do projeto de extensão Cidadão-Repórter: Jornalismo e Cidadania. Email: elisa.luna@ufpe.br

<sup>3</sup> Professor do Curso de Jornalismo da UFPE, orientador do trabalho e coordenador do projeto de extensão Cidadão-Repórter: Jornalismo e Cidadania. Email: a.vizeu@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Professor do Curso de Jornalismo da UFPE, co-orientador do trabalho e sub-coordenador do projeto de extensão Cidadão-Repórter: Jornalismo e Cidadania. Email: hclrocha@gmail.com



Neste sentido, a seleção dos temas e a produção das notícias a serem veiculadas numa sociedade devem ser entendidas como um processo político que não pode se separar, em hipótese alguma, dos procedimentos comunicativos:

Assim como falar de política sem levar em conta os seus aspectos comunicativos é emasculá-la de sua dimensão humana maior, que é a da racionalidade, analisar a comunicação sem questionar as suas implicações políticas é fechar os olhos ao seu critério mais relevante: as relações de poder que necessariamente são estabelecidas entre os interlocutores, como iguais, superiores ou inferiores. Ou seja, a formação de sentido e identidade, inerente à construção social da realidade, é sempre um processo, ao mesmo tempo, comunicativo e político. (ROCHA; MARROQUIM, 2011, p. 144)

Por esse processo, todos os agentes envolvidos num fato podem ser classificados como mediadores da construção da realidade, seja como produtores das notícias – contribuindo na função na qual são considerados atores legítimos os jornalistas e as instâncias midiáticas –, seja como personagens de fatos noticiados. Os cidadãos de todas as classes e esferas sociais que participam da produção daquelas instâncias contribuindo com sugestão de temas, informações, fotos e vídeos, podem figurar, não só na condição de personagens dos fatos noticiados, mas também como mediadores no processo de seleção e coleta dos fatos que são transformados em notícias.

Mas, ao se reconhecer a eventualidade desse mesmo cidadão, antes apenas parte do produto e decodificador dele, agora se transformar em co-produtor das notícias, quebra-se a unidirecionalidade antes imposta em tal processo e se pode conceber a produção jornalística num ambiente de deliberação em que um número maior de pessoas e setores sociais passam a discutir e participar da formação dos consensos que constroem a representação simbólica da realidade social. Portanto, a partir desta possibilidade pode-se vislumbrar uma comunicação mais democrática em que a mídia, não concebida como criadora por si mesma de uma esfera pública, mas elemento dela, passa a divulgar, fazer interagir e aglutinar idéias no espaço público, atuando como meio, *media*, de acesso às representações sociais que são retratadas, construídas e, eventualmente, desconstruídas e ressignificadas, veiculadas e legitimadas por uma opinião pública ampliada com a inclusão de novos setores sociais.

Sendo assim, sob essa proposta, os cidadãos-repórteres e os jornalistas passariam a criar neste âmbito um procedimento comunicativo que busca atender às expectativas daquela política procedimentalista proposta por Habermas, que se baseia essencialmente nas “condições de comunicação sob as quais o processo político supõe-se capaz de



alcançar resultados racionais, justamente por cumprir-se, em todo o seu alcance, de modo deliberativo” (HABERMAS, 2004, p. 277). Pensado sob a ótica de construção das notícias, esse raciocínio passa a ser a própria condição para a elaboração de produtos jornalísticos num ambiente democrático de progressiva inclusão social em que se pretende, como princípio, que todos, ou o maior número, representem e se façam representar da maneira mais fiel possível na publicização dos fatos, os quais são simples e objetivos recortes representativos de uma realidade complexa. E o campo jornalístico neste contexto, assume a responsabilidade por ser o espaço que reproduz e constrói as identificações de todas as esferas da sociedade e contribui para a inclusão dos debates na esfera pública:

O papel do campo do jornalismo nessas condições é o de diminuir as desigualdades sociais entre interlocutores na esfera discursiva, ponto central da organização do discurso público não como retroalimentação do poder político, mas como aporte de influência sobre o poder administrativo, pondo em causa a possibilidade de deliberação dos assuntos. As assimetrias no plano comunicacional, exclusão de debates do idioma público da mídia, reiteram a não-pauta, a ausência de vozes ou ruídos da opinião. (ROCHA; MARROQUIM, 2011, p. 157)

As esferas públicas, espaços de discussão pública dos assuntos de interesse geral entre os cidadãos, hoje ganham novas configurações, transformadas com planos de atuação no ambiente das plataformas digitais, mais especificamente das páginas virtuais do jornalismo online. Esses novos planos permitem que a discussão, além de conquistar novas dimensões de penetração nos espaços sociais agora marcados pelo compartilhamento intersubjetivo de nossa virtualidade mental subjetiva, se materialize de forma ampliada, mesmo naquelas plataformas, ganhando novas potencialidades na mobilização e aproximação – e reconstrução – da opinião pública, fortalecendo a possibilidade de mudança social.

Pensar nessas novas formas de atuação nas rotinas de produções jornalísticas permite considerar a Teoria do Discurso ou de Democracia Deliberativa como uma referência enriquecedora para o procedimento da mediação jornalística na construção da notícia como um lugar de orientação e aconselhamento para a tomada de decisões. Esse meio democrático “cria uma coesão interna entre negociações, discursos de auto-entendimento e discursos sobre a justiça, além de fundamentar a suposição de que sob tais condições se almejam resultados ora racionais, ora justos e honestos”



(HABERMAS, 2004, p. 286) que atendam às necessidades de todas as instâncias que participam da construção do real na sociedade.

As pesquisas científicas que atuam no campo da Comunicação, tanto no aspecto sociocognitivo quanto interacional, que apontam as notícias como construções que perpassam pela idiosincrasia de seus construtores – jornalistas homens e mulheres com suas visões e concepções únicas de mundo –, consideram também a matéria jornalística uma construção coletiva de sentido, intersubjetiva, que implica a prática dialógica da linguagem em uso para dar significado aos acontecimentos que reverberam percepções do real na representação da sociedade.

Se o jornalismo é um campo de relevância por desenvolver em seu domínio a construção da realidade social, a notícia é um dos produtos que funciona como projeção, representação, da realidade cotidiana. Constituindo-se por isso em “um bem público, produzido institucionalmente, que submetida às práticas jornalísticas possibilita o acesso das pessoas ao mundo dos fatos (dia a dia) ao qual não podem aceder de maneira imediata”. (VIZEU, 2007, p. 223)

Com o acesso às novas tecnologias digitais, os cidadãos, ao entrarem em interação com a notícia, podem intervir na maneira como elas são construídas e expor suas opiniões para todo o mundo. Diante dessa possibilidade, observa-se claramente que esse não é apenas mais um momento da comunicação humana, mas também um novo território, uma nova localização, identificação e meio de permitir que a comunicação, de fato, cumpra com sua proposta interativa de fazer as partes interagirem na produção das notícias, virtualizando, atualizando, interpretando e reinterpretando a representação simbólica que o jornalismo faz da realidade.

Não se pode mais pensar em unidirecionalidade da notícia diante das novas formas de interação entre jornalistas e cidadãos no novo contexto das mídias tecnológicas. As novas plataformas midiáticas permitiram que o cidadão não aceitasse passivamente o que era dito pelos produtos midiáticos, e, ainda mais, que esses próprios cidadãos se tornassem também agentes produtores das informações, desde a sugestão do que deve ser abordado, a forma de ser construída a notícia e como ela retorna para ele.

A grande mídia, que antes era a instância suprema da construção social da realidade, perde seu monopólio no processo público de elaboração de sentido e publicização das informações permitido pela internet. Este profissional passou a receber



a colaboração do público, considerando as novas condições de construção e reprodução social da realidade.

Através do projeto *Cidadão Repórter* do jornal *Diário de Pernambuco*, pode-se constatar essas afirmações e observar como acontece a construção das notícias junto aos seus mediadores públicos, os cidadãos, que, a princípio, se apresentam como produtores diante das instâncias midiáticas, mas que, na verdade, atuam como co-produtores e tem suas contribuições de dados selecionadas, reorganizadas e reformuladas pelos jornalistas antes de serem publicadas.

## **2 As Novas Rotinas de Produção Jornalística: a Colaboração no Jornalismo Online**

A cultura digital permitiu, no atual ambiente de interação tecnológica, que os agentes comunicativos e os próprios procedimentos da comunicação se tornassem, cada vez mais, elementos multidirecionados. Ao contrário do que se previa em uma comunicação que se pensava ser massiva, “de massa”, o público não é mais um receptor passivo, e sim, uma fonte ativa, que fiscaliza e interfere nas etapas e no produto final das atividades midiáticas.

Axel Burns (2004), da Universidade de Queensland, na Austrália, analisa, em sua obra *Gatewatching: collaborative online news production*, o caráter colaborativo que surgiu com o advento da web 2.0. Por esse critério, a teoria do *Gatewatching*, pela qual a notícia não se restringe às determinações dos jornalistas, seria uma espécie de jornalismo participativo, com a existência de menores custos de divulgação, de produção e, por vezes, a ausência de vínculos publicitários. Dessa forma, como cita Takeuti (2009, p. 4), são os *participatory journalism* pelos quais Axel “cunha o termo *producers*, em que usuários de informações se confundem também com colaboradores, comentaristas e produtores do processo jornalístico”.

Essa descentralização, ou seja, a quebra da lógica mecânica de emissão, permite que o leitor participe com o envio de vídeos, textos, fotos e outros materiais. O que, para Dalmonte (2009, p. 65), confirma a união de diferentes modalidades, pondo em prática a lógica do hipertexto. Esse fato, por sua vez, não exclui o debate sobre a credibilidade do que é veiculado, tendo em vista as condições de acesso e o possível amadorismo por parte da fonte de informação.



Para Lindemann (2007), o jornalista diante das contribuições do jornalismo colaborativo não extingue suas funções. Mais do que isso, ele atua num novo ambiente em que as etapas da produção da notícia exigem adequação à novas habilidades profissionais:

Mais que ferramentas ao dispor dos jornalistas, as tecnologias digitais de informação e comunicação impõem um novo cenário de trabalho aos jornalistas, exigindo desses profissionais novas habilidades para manter-se no mercado de trabalho – e não extinguindo-os –, como profetizam alguns pessimistas” (LINDEMANN, 2007, p. 55).

A colaboração do cidadão-repórter nesse contexto não exclui a mediação dos jornalistas receptores dos produtos colaborativos, pois estes mesmos profissionais tendem a utilizar critérios de avaliação e seleção do material proposto pelos cidadãos, e assim, interferir no próprio processo de produção da notícia antes de sua publicação.

Os cidadãos-repórteres são homens e mulheres – inclusive representantes de grupos, setores e movimentos sociais – que contribuem no processo de co-produção da notícia nos diversos veículos de divulgação de material jornalístico.

Já o jornalista profissional seleciona as notícias a serem veiculadas, enquanto o cidadão-repórter não está subordinado, por um lado, às normas deontológicas do jornalismo e, por outro, às pressões, e às vezes até coações, da política editorial da organização empresarial a que pertence o profissional (BREED, 1999), pois pode publicar todo e qualquer tipo de informação contribuindo com a sociedade.

Esse Jornalismo Cidadão ganhou força nos últimos anos a partir do surgimento das ferramentas de edição e publicação online como os blogs, que descentralizaram o processo de produção de informações fazendo com que as empresas de comunicação deixassem de ter exclusividade na veiculação de fatos e notícias após o advento da internet. Estes permitiram a qualquer pessoa participar da produção da notícia, ganhando espaço de visibilidade e, conseqüentemente, a atenção de outras pessoas para as informações, textos, áudios e vídeos contidos em sua contribuição.

### **3. O Cidadão-Repórter do Diário de Pernambuco**

O *Cidadão Repórter*, em Pernambuco, é um espaço público fornecido pelo jornal Diário de Pernambuco, desde 2007, na versão impressa e online, para que os cidadãos possam colaborar no processo de produção de notícias e reportagens com



sugestão de pautas, fotografias, vídeos e outros registros de fatos que ocorrem todos os dias nas ruas, bairros ou cidades nos quais eles residem.

Através desse canal também são feitas denúncias dos problemas urbanos como segurança, saúde, acidentes, iluminação pública, violência, poluição ambiental, educação e outros, constituindo uma esfera pública de discussão, e principalmente, de divulgação e visibilidade dos assuntos, que contribui para formar cidadãos conscientes de seus direitos e deveres na sociedade. E a atividade jornalística nesse processo é o canal de mediação que permite a publicização dessas necessidades, através da qual espera-se uma contribuição comprometida com as pretensões da democracia.

A função do cidadão-repórter é tornar plena e livre a circulação de idéias e de informações, quebrando o monopólio sobre a comunicação e a manipulação de informações. Garantindo uma maior participação do indivíduo na construção social da realidade e contribuindo para uma nova forma de socialização e meios para evitar a total alienação na sociedade civil. O papel do cidadão repórter na diversificação das informações encontra respaldo na Constituição Federal que garante o direito à liberdade de expressão.

#### **4 Critérios de Noticiabilidade e o Jornalismo Colaborativo**

Para que fatos se tornem notícia é preciso que satisfaçam uma série de requisitos que buscam conquistar o interesse do maior número possível de pessoas e “responder a critérios de noticiabilidade como novidade, imprevisibilidade, excepcionalidade, relevância, notoriedade dos envolvidos, raridade e conflito” (VIZEU, 2007, p. 224). Os quais, em processos de enunciação, serão submetidos a operações e construções jornalísticas transformando-se em notícias.

É diante das exigências de recepção apresentadas pelo público que a produção diária das notícias vira um campo de estratégias para driblar possíveis adversidades no seu processo de coleta e codificação das matérias, principalmente diante de duas que compõem condições naturais para a captura de um fato: o espaço e o tempo. Levando-se em conta a primeira, os fatos podem surgir em qualquer parte e, devido à segunda, a qualquer momento. Esta contingência se constitui em tensão para a administração da produção jornalística, porque o número limitado de repórteres não permite a cobertura de todos os lugares ao mesmo tempo (TUCHMANN, 1999).



Na produção das notícias, os valores-notícia são componentes da noticiabilidade, entendidos como a possibilidade de um fato virar notícia após atender a certos critérios de relevância. Perante as restrições que organizam o trabalho jornalístico e colaboram para criar as condições em que as notícias são construídas, os valores-notícia vão ser agrupados em cinco grandes categorias que sistematizam o processo:

- 1) Categorias substantivas, ligam-se ao fato em si (por isso substantivas) e seus personagens (...);
- 2) Categorias relativas ao produto, diz respeito à disponibilidade de materiais e características específicas do produto informativo (...);
- 3) Características relativas aos meios de informação, tem a ver com a quantidade de tempo usado para a veiculação da informação (...);
- 4) Características relativas ao público, esses critérios referem-se à imagem que os jornalistas tem do público (...);
- e as 5) Categorias relativas a concorrência- as empresas de comunicação concorrem entre si e buscam saber, antecipadamente, qual é a pauta do concorrente. (VIZEU, 2007, p. 225-229).

Essas categorias, já conhecidas no campo das pesquisas em comunicação, não são apresentadas aqui para uma primeira observação, mas com a proposta de um novo olhar sobre aspectos de algumas delas considerando como a atuação do cidadão-repórter pode ampliar as possibilidades dessas categorias, reparar as limitações, apontar falhas, ou mesmo impossibilitá-las, em certa medida, de atenderem às funcionalidades esperadas.

Pelas *categorias relativas ao produto*, no que tange o aspecto da “acessibilidade” ao fato, de chegar imediatamente ao local correspondendo ao critério de tempo e ao de território, alcançando os espaços de ocorrência dos fatos, nem sempre uma equipe jornalística da mesma redação, emissora, etc. conseguirá realizar tal tarefa. É nessas limitações de tempo e de espaço que a atuação do cidadão-repórter em registrar imagens em movimento ou fotografias podem suprir a carência de materiais que ilustrem os recortes da realidade que serão notícia, mas que não foram capturados em sua integridade pela ausência dos repórteres no local.

Além do registro ser feito a tempo naquelas ocasiões em que a equipe profissional não chega imediatamente, outro aspecto que toca às categorias relativas ao produto é a qualidade técnica do material enviado. Pode acontecer, pela forma como são feitos e tratados pelos cidadãos-repórteres – desconsiderando o acesso a equipamentos profissionais neste caso –, que alguns registros apresentem maior qualidade como uma fotografia, por exemplo. E este material pode ser melhor aproveitado na ilustração dos acontecimentos em relação aquele que o fotógrafo profissional pode não ter tido



oportunidade de fazê-lo com tão específica nitidez, ângulo e enquadramento, que permitissem a composição de uma imagem-verbo coerente para retratar tal realidade. Entretanto, um dos aspectos das próprias categorias relativas ao produto que limita a atuação do cidadão-repórter é o critério da “importância do fato”, que tende a marginalizar as categorias de tempo (brevidade) e espaço (localidade e qualidade por fazer o registro diretamente do local, *in loco*), entre outras como a própria atualidade interna do jornal. Essa, em favor do grau de importância do acontecimento, chega a interferir e a desconsiderar metodologicamente essas exigências. Sendo assim, como exemplifica Vizeu (2007, p. 228):

Quando trabalhávamos no telejornalismo da Manchete, no Rio de Janeiro tivemos a oportunidade de presenciar uma situação que exemplifica bem esse critério. A emissora ficou sabendo, antes da TV Globo, do começo da Guerra do Golfo. No entanto, quando a informação chegou, estava no ar uma novela de grande sucesso da organização, O Pantanal, e a tevê preferiu aguardar o primeiro *break* (intervalo) comercial para dar a notícia. Para surpresa dos dirigentes da empresa, a Globo quebrou uma velha tradição de não interromper suas novelas do horário nobre e deu a informação antes da Manchete.

Pelas *categorias relativas aos meios de informação*, que evidenciam a quantidade de tempo utilizada para a veiculação da informação no cuidado de não deturpar os fatos pela demora das transmissões, a atuação do cidadão-repórter diante desse aspecto é aquela já apontada nas *categorias relativas ao produto*: o cidadão-repórter que estiver no local do fato pode ter acesso à versão mais fidedigna possível dele e obter registros, que pelo caráter do tempo imediato são mais completos e fiéis à realidade.

Observa-se, ainda, – e reforça-se o raciocínio anterior – que as categorias relativas aos meios de informação, segundo Vizeu (2007, p. 228):

Dependem menos do assunto e mais de como a informação é veiculada. No telejornalismo, por exemplo, a avaliação da noticiabilidade de um fato diz respeito à possibilidade de oferecer um bom material visual, ou seja, imagens que não só correspondam aos padrões técnicos normais, mas que sejam significativas, que ilustrem os aspectos salientes do acontecimento noticiado.

Por esta citação, reflete-se como a contribuição do material de um cidadão-repórter, em certas condições de qualidade e totalidade relacionadas ao tempo e ao espaço (e outras condições), pode ser mais pertinente para compor aspectos de uma notícia. Tal reflexão se amplia se for considerado o critério de *frequência* às fontes e ao local para dar continuidade ao material jornalístico já veiculado, o que constitui as



“suítes”. O que, na abordagem do cidadão-repórter, pode lhe permitir um acesso mais fácil a fontes que se negam a dar depoimentos a jornalistas por se sentirem ameaçadas devido à exposição numa matéria que informe crimes e violências, por exemplo.

O critério do *formato* também integra as categorias relativas aos meios de informação, e por ele os profissionais seguem modelos para relatar as notícias. Dentro deste aspecto, é interessante citar que através do projeto de extensão *Cidadão Repórter: Jornalismo e Cidadania*, do Núcleo de Jornalismo e Contemporaneidade da Universidade Federal de Pernambuco, foi elaborada uma *Cartilha do Cidadão*, que orienta a participação de forma simples, clara e objetiva nas etapas de produção da notícia. Através dela, alguns cidadãos e cidadãs-repórteres voluntários(as) podem contribuir com materiais orientados, os quais também são objeto de análise para compreender como os processos de metodologia e sistematização interferem na construção de produtos jornalísticos diferenciados. Aspecto esse que até reforça a discussão sobre a importância da aprendizagem do fazer jornalístico na universidade com seus métodos, reflexões e ações, e a contribuição do cidadão-repórter no âmbito de sua atuação. Isso sem excluir uma ou outra função, mas aproveitando o exercício comparativo para conhecer limites, potencialidades e contribuições mútuas entre esses dois tipos de atividades.

Nas *categorias relativas ao público*, observa-se a imagem que os jornalistas fazem de seus espectadores, que, como o próprio Vizeu (2007, p. 229) caracteriza:

Trata-se de um aspecto difícil de definir. A maioria das pesquisas realizadas mostra que os jornalistas conhecem pouco do seu público. Mas, mais do que isso, o profissional, em geral, se sente autosuficiente e imagina que seu interesse é o de informar, indiferentemente às expectativas e desejos do público. Esse é um dos aspectos mais polêmicos e mais desconhecidos nos estudos do jornalismo (VIZEU, 2007, p. 229).

Neste contexto, o cidadão-repórter irá colaborar para, além do próprio exercício de sugestão de pautas e materiais para a construção da notícia, fornecer também ao jornalista a imagem de público da qual ele mesmo, o cidadão, faz parte. Ao colaborar na configuração de uma notícia, pelos critérios que utiliza para escolher tal recorte dos assuntos e tais pautas, esse cidadão expõe os temas que mais lhe chamam atenção, desde questões de utilidade pública, problemas na sociedade e até assuntos de entretenimento, criando, com isso, uma imagem de público que se torna referência para os jornalistas no momento de construção de textos para a conquista da audiência.



De acordo com Vizeu (2007, p. 229), “é possível indicar-se duas preocupações dos jornalistas quanto a sua audiência: a *estrutura narrativa* e a *protetividade*”. Considerando a nossa abordagem do cidadão-repórter nestes critérios, pela primeira, quando é considerada a *clareza da narrativa* para que se permita a identificação do interlocutor com os personagens e os fatos, o cidadão-repórter pode atender a essa expectativa, pois funciona como meio de maior identificação do público.

Pela *protetividade*, evita-se, por um lado, noticiar detalhes constrangedores dos fatos para proteger os receptores de serem acometidos de ansiedade e, por outro, exige-se necessariamente o detalhamento de situações de risco, especificando e localizando o perigo, para evitar que a sociedade em geral possa entrar em pânico. Neste caso, aquela atuação do cidadão-repórter disponível no espaço e tempo imediatos do fato ocorrido, pode ser um meio de amenizar algumas falhas deste critério pela atividade de registrar peculiaridades do acontecimento e com isso compo-lo da forma mais completa possível.

Por última observação dentro desta abordagem, as *categorias relativas à concorrência* se relacionam à ação das empresas de comunicação que disputam a audiência e investigam entre si para descobrir qual é a pauta do outro e “sair na frente” com um possível furo do assunto. Nessa luta interminável, como o cidadão-repórter funcionaria neste critério? Em relação ao furo, a sugestão do cidadão pode ser mais um elemento na busca de informações, ou melhor, dos diversos ângulos, matizes das informações sobre determinado fato que podem ter passado despercebidas pelos concorrentes e até mesmo pelo próprio repórter daquela empresa que considera o trabalho do cidadão. Assim, o cidadão-repórter pode, simplesmente, ver, ouvir e presenciar, e, claro, comprovar com registros o que certos repórteres deixaram passar.

## **5 Jornalismo Colaborativo: Compromisso Democrático ou Estratégia para Conquistar a Audiência?**

O espaço do cidadão-repórter funciona como possibilidade de enriquecimento do processo de produção das notícias. Entretanto a sugestão de pautas e os materiais como textos, vídeos e fotografias enviados pelo cidadão vão passar pela seleção dos jornalistas antes de serem publicados, sofrendo alterações no processo de escolha, edição e forma de divulgação do material que podem até modificar o sentido final de uma intenção materializada na notícia publicada.



Diante do que se concebe sobre jornalismo colaborativo e sobre a autonomia na busca e na produção de notícias na sociedade hoje, pode-se questionar até que ponto a abertura para a colaboração dos indivíduos não é uma estratégia para a conquista e/ou manutenção da audiência, que se vê assediada por outras redes disseminadoras não-convencionais de informação e produção de notícias (blogs, etc.) às quais pode ser tentada a aderir através de processos autônomos de busca e produção de notícias.

A audiência que começou a se dispersar desde o surgimento do controle remoto, se dissolveu mais ainda diante da internet, que permitiu a escolha independente do que assistir, em que momento, como e para que assistir, ler ou ouvir tal produto midiático.

É por isso que, mesmo que os cidadãos colaborem sugerindo pautas, escrevendo textos e enviando fotografias e vídeos, é o jornalista que vai apurar estas informações, avaliá-las, checar sua veracidade, adotar uma forma de abordá-las, e editá-las antes de publicá-las. Enfim, é ele quem influencia todo o processo de produção antes de divulgá-las, mediando o processo de construção do material jornalístico e, com essa intervenção, modificando o sentido, a forma e a funcionalidade final daquela notícia. Mas garantindo, mesmo assim, que a parte da audiência tratada como produtora daquele material, além de contribuir para conferir maior legitimidade e sentido às matérias perante a sociedade como um todo, se fidelize ao apreciar uma construção dela própria que agora se incluiu em espaços antes inalcançáveis, pensados como meios distantes e privilégios de poucos.

A mídia, ao propor uma construção social da realidade, se insere em uma lógica simbólica exotérica. Em outras palavras, o meio jornalístico expõe valores, percepções e crenças, ora obscurecidas por interesses de um grupo social, ora desveladas, como forma de denúncia. Segundo Chareaudeau,

As mídias constituem uma instância de poder que não promulga nenhuma regra de comportamento, nenhuma norma, nenhuma sanção. Mais que isso, as mídias e a figura do jornalista não têm nenhuma intenção de orientação nem de imposição, declarando-se, ao contrário, instância de denúncia do poder. (CHARAUDEAU, 2006, p.18)

A mediação do jornalista, exercida sobre o cidadão-repórter, seria, assim, uma das instâncias produtivas de sentido e determinantes da produção final da notícia, ao longo da qual o receptor ativo das novas tecnologias é visto como um alvo “esclarecido”, “que já dispõe de informações e meios intelectuais para tratá-las e que terá exigências maiores quanto à confiabilidade da informação fornecida e quanto à validade dos comentários que a acompanham” (CHARAUDEAU, 2006, p. 25-26).



Vista como fonte de informação, “a influência de um cidadão-repórter propicia a construção do sentido perante uma relação de troca situada em um duplo processo”, que, segundo Charaudeau (2006), é dividida em transformação e transação: “na primeira etapa, o ‘mundo a significar’ seria consolidado em ‘mundo significado’, enquanto, na segunda etapa, a informação transitaria, delimitando a produção do sentido”.

Ainda segundo esse autor, “toda forma remete a um sentido, todo sentido remete a uma forma”, fazendo do jornalismo colaborativo uma forma diferenciada na concepção do real. Em outras palavras, a construção da verdade, ou daquilo a que se chama “efeito de verdade”, agiria de forma intensa na elaboração da notícia. A crença em um efeito de verdade, ao contrário da pretensão científica (tendo em vista que o jornalismo não é uma ciência), se apresenta diante do julgamento da sociedade, dependendo, portanto, do saber e da opinião pública, das evidências e da convicção com que o conteúdo é transmitido. Sendo, por sua vez, uma fonte testemunhal e ativa, o cidadão-repórter enquadra-se como um agregador de credibilidade à mídia e esta, por sua vez, tem a perspectiva de tentar resgatar uma audiência que parecia estar perdida.

## **6 Conclusões**

A proposta desta análise é promover a discussão sobre a elaboração da notícia no ambiente de um jornalismo colaborativo que permita uma atividade democrática (porque, tanto quantitativa quanto qualitativamente, possibilita uma progressiva inclusão social) do cidadão no processo de construção das notícias. E não pretende esgotar, em hipótese alguma, o conhecimento possível sobre o assunto, antes assumindo o intento de ampliá-lo, modificá-lo, aperfeiçoá-lo ou mesmo questioná-lo através de uma disposição crítica embasada no falibilismo e na dúvida radical, por entender que as proposições científicas jamais poderão ser perfeitas e atingir o conhecimento completo e acabado. Apenas atenta para um dos aspectos que concorrem para a elaboração da notícia, hoje, diante das novas condições de maior autonomia e participação da sociedade na construção de sentidos e na circulação da informação.

Sabemos que os processos de construção da notícia exigem análises mais aprofundadas no que se refere ao contexto comunicativo atual, uma vez que, por um lado, se apresenta como uma grande oportunidade de ampliação da participação na sua construção, mas também, por outro, se mostra tão incipiente diante dos limites e potencialidades ainda não esclarecidas que aparecem no processo. A interatividade que



surgiu com o avanço da web 2.0, e que incita discussões sobre a existência concomitante do cidadão-repórter e do profissional de jornalismo, ela mesma desconstrói a visão fatalista da extinção do profissional, pois com o aumento de informações na rede, será preciso cada vez mais de profissionais capacitados para selecionar informações de fontes confiáveis e com outras características refletidas por aqueles que se prepararam para tal contexto.

As representações sociais, porém, constituídas por um profissional formado e por um jornalista amador, vão se apresentar diferentes. As primeiras contam com o poder da mediação e se apoiam em critérios de noticiabilidade, enquanto as segundas preocupam-se em dar voz a opiniões ou fatos, supostamente fundamentados ou não na realidade, e vivenciados pela própria fonte da informação.

Antes vista como uma ameaça, a função do cidadão repórter é, assim, dar legitimidade ao trabalho do jornalista, colaborando, simultaneamente, para o exercício da democracia e da liberdade de expressão. O que não se deve confundir, portanto, com o trabalho da mídia noticiosa, fundado em princípios e práticas, as quais ajudam a contextualizar e, por conseguinte, a construir uma pretensão de validade de seu produto final: a notícia. E mesmo que haja espaço para que os cidadãos possam contribuir no processo de construção de notícias, é o crivo (política editorial) dos veículos que as publicará de acordo com os critérios de noticiabilidade que podem modificar o sentido final de sua representação simbólica da realidade.

## Referências

BREED, Warren. O controle social na redação. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editora, 1999. 360 p.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006. 285 p.

DALMONTE, Edison Fernando. Das novas textualidades às novas práticas de leitura: comunicação, tecnologia e semiótica. **Revista de Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 10, n. 21, jan./abr. 2009. Disponível em:  
<<http://www2.pucpr.br/reol/index.php/COMUNICACAO?dd1=3332&dd99=view>>.  
Acesso em: 04 jul. 2011.

HABERMAS, Jürgen. **A Inclusão do Outro: Estudos de Teoria Política**. Edições Loyola: São Paulo, 2002. 390 p.



\_\_\_\_\_. **A Mudança Estrutural da Esfera Pública:** investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. 397 p.

LINDEMANN, Cristiane. A dualidade do webjornalismo participativo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, Ano 4, n. 02, jul./dez. 2007. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2208>>. Acesso em: 05 jul. 2011.

ROCHA, Heitor; MARROQUIM, Rafael. O Papel do Jornalismo no Processo Democrático: A ética do discurso como essência da democracia deliberativa. **Revista de Estudos em Comunicação**, Universidade da Beira Interior, Covilhã/ Portugal, n. 09, mai. 2011. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/09/>>. Acesso em: 10 jul. 2011.

TAKEUTI, René. Jornalismo tradicional e novas mídias: uma nova visibilidade, uma reconfiguração da esfera pública. In: SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER, 3., 2009, São Paulo. **Artigo científico apresentado ao eixo temático “Jornalismo e novas formas de produção da informação”**. Disponível em: <[http://www.abciber.com.br/simposio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/5\\_jornalismo/eixo5\\_art26.pdf](http://www.abciber.com.br/simposio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/5_jornalismo/eixo5_art26.pdf)>. Acesso em: 05 jul. 2011.

TUCHMANN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editora, 1999. 360 p.

VIZEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. 288 p.

\_\_\_\_\_. et al.. Cidadão-repórter: jornalismo e cidadania. **Revista Universidade e Sociedade**, Recife: UFPE, dezembro de 2010, Recife, Pernambuco.