

O Telejornalismo e a Coprodução de Notícias: as Várias Faces da Participação do Público¹

Juliana Ângela da SILVA²

Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

Este trabalho tem como objetivo estudar o telejornalismo e suas reconfigurações com ênfase na atuação do público enquanto coprodutor de notícias. A preocupação aqui é identificar pistas sobre as novas formas de consumir e produzir informações na sociedade contemporânea como um fator de influência e participação efetiva do cidadão comum no fazer notícia. Diante das mais variadas formas de colaboração, produção, e disseminação de informações por parte de cidadãos e cidadãs a coprodução da notícia é um desafio central para o jornalista dentro do conjunto de mudanças que estão ocorrendo no campo.

Palavras-chave: Telejornalismo; Coprodução de Notícias; Contemporaneidade.

Introdução

Nas sociedades complexas, o jornalismo, em especial o telejornal, tem importante função de interpretar e auxiliar na construção e compreensão da realidade. Em meio à sociedade de informação, essa prática institucionalizou-se como uma dos principais meios de construção de valores e hábitos. Nesse sentido, Correia e Vizeu (2008) acreditam que o telejornal, atua como um “lugar de referência” na vida das pessoas, orientando a sociedade e transmitindo segurança em relação à permanência do mundo cotidiano. Diante de tal relevância é pertinente a reflexão acerca das relações estabelecidas entre jornalismo e sociedade, uma vez que, ambos encontram-se em processos de intensas modificações.

Mudam comportamentos e reconfiguram-se papéis tanto em relação aos profissionais do jornalismo, quanto às audiências. Modificam-se os modos de consumir, arquivar e disseminar informações, o que exige adaptação também no modo de produção noticiosa. Redações integradas, polivalência profissional, multimidialidade de conteúdos

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda PPGCOM/UFPE, email: julianaangela21@yahoo.com.br.

são aspectos observados no jornalismo em meio a uma sociedade em que os processos de convergências midiáticas e tecnológicas se fazem presentes.

Como consequência desses processos pelos quais os jornalistas estão passando e diante de um público cada vez mais atuante, que mistura as fronteiras da produção e da recepção, percebe-se que o conteúdo informativo produzido pelo cidadão comum vem sendo cada vez mais utilizados pelos jornalistas. E nesse sentido o telejornal é um dos campos que também tem sido influenciado e modificado.

Em meio a um dinâmico panorama, onde meios novos e tradicionais coexistem, a demanda informacional do público é cada vez maior. Este, por sua vez, se apresenta superando a passividade e aderindo de modo cada vez mais intenso à mobilidade, à liberdade de escolha, à participação e à interatividade. O cidadão e a cidadã (audiência comunicativa, interativa) agora também participam de uma forma cada vez mais efetiva do processo jornalístico como coprodutores de notícias.

Entenda-se aqui por coprodução qualquer forma de atuação de não profissionais nos fazeres da notícia, seja por meio de interatividade, colaboração, participação comprometida com o bem comum, com a cidadania ou simplesmente a participação pela participação. Qualquer que seja a forma de aproximação da audiência com a produção jornalística, o fato é que as inovações tecnológicas e as inúmeras possibilidades de comunicação proporcionadas pela sociedade de rede vêm potencializando essa inserção das pessoas na rotina dos profissionais midiáticos.

O Jornalismo e as Novas Formas de Consumir e Produzir Informações

Os avanços tecnológicos e a variedade de novos dispositivos de comunicação vêm sendo responsáveis por um impacto social provocado por novas formas de produzir, consumir e partilhar informação. Os conteúdos estão cada vez mais propagáveis e a mobilidade, velocidade e interatividade são aspectos peculiares a essa sociedade cada vez mais interconectada. Tais aspectos transformam a comunicação em onipresente, pervasiva, multimidiática, caracterizada, por exemplo, pelo uso de aparelhos portáteis aptos a carregar textos, fotos, áudios e vídeos para qualquer um e em qualquer lugar. Assiste-se a uma realidade em que há uma transformação na maneira em que as pessoas se informam. As clássicas relações de comunicação foram substituídas por novos comportamentos regidos pela proliferação assimétrica de conteúdos.

Ultimamente as formas de se divertir, se comunicar e se informar têm sido guiadas pela individualização e pela personificação. Os serviços e conteúdos tradicionais são

hibridizados com os novos. Cada vez mais, observam-se atividades sendo simultaneadas e serviços convergidos. Tal convergência afeta, então, aspectos importantes de mídia de massas, como o conteúdo da comunicação, a relação entre produtores e consumidores e a forma como os profissionais de comunicação desempenham suas funções. O jornalismo é uma das práticas profissionais que vem sofrendo mudanças em meio a essa cultura da convergência. O panorama atual força os jornalistas a adaptar-se a uma nova realidade, em que as mais variadas tecnologias levam a novos modos de trabalhar a informação. São maneiras de apurar, verificar, obter e difundir que agora contam com a participação e interação do cidadão comum. “Estas possibilidades abrem uma nova dimensão no diálogo que se mantém entre profissionais e audiência para a construção das mensagens e da agenda dos meios”. (GARCÍA DE MADARIAGA, 2008, p.113).

O jornalismo está se modificando em função dos públicos, dos conteúdos, das formas e dos suportes. Essa mudança é resultado das novas formas de produção, difusão e apropriação da informação presentes nas mais variadas maneiras de participação dos usuários e intervenção dos profissionais. As fronteiras entre produção e recepção estão cada vez mais tênues. Aguado e Palomo Torres (2010) acreditam que a mudança no jornalismo consiste na tendência a reorganizar as redações para cobrir as necessidades de modelos de produção e distribuição *cross-media*.

Isso tem gerado novas funções e estruturas de trabalho flexíveis baseadas num incremento da responsabilidade do jornalista e de sua habilidade para utilizar diferentes ferramentas que facilitem a emissão de conteúdos para os diferentes suportes. Dessa forma, nas palavras de Negrodo e Salaverría (2008), “a convergência jornalística é uma ótima oportunidade para reconverter a organização das empresas jornalísticas do século XX em empresas informativas do século XXI” (NEGREDO, SALAVERRÍA, 2008, p. 17). Com a mudança da demanda do público cabe às empresas de comunicação ir além da produção de informação em uma única plataforma.

Como o público está cada vez mais valorizando a mobilidade e a liberdade, e consome informação em qualquer lugar, tais barreiras também devem ser transpostas pelo jornalismo, que agora, mais do que nunca, precisa expandir seu conteúdo. Todos os veículos de comunicação passaram a estar ligados entre si e de várias formas interagem com o público. Nesse novo contexto informativo, noticiar não é apenas produzir a informação para um determinado tipo de veículo.

Assim, redações integradas e polivalência profissional são fatores em alta no jornalismo da era da convergência. Entretanto, integrar redações não é apenas colocar, no mesmo ambiente, profissionais que antes trabalhavam separados; e polivalência não deve significar sobrecarga para o jornalista. Essas são questões que necessitam de uma visão integral de convergência a partir de diversos âmbitos, ou os resultados, na prática, serão pífios.

O que se percebe é que, na tentativa de acompanhar tais tendências, as empresas de comunicação têm exigido dos jornalistas cada vez mais versatilidade, capacidade de desempenhar várias funções que antes eram atribuídas a outros profissionais. O profissional da notícia agora deve ser polivalente quanto ao domínio de variadas tecnologias, de diversas técnicas, diversas linguagens e múltiplos assuntos. De acordo com Aguado e Palomo Torres (2010), A polivalência jornalística é em si polivalente. Ou seja, a polivalência resultante do processo de convergência se explicita por meio de muitas facetas: pluralidade de destrezas para tarefas diferentes das habituais; capacidade de produzir notícias para diversos meios.

Aumentaram as tarefas, mas o tempo para que o jornalista execute-as continua o mesmo. Isso faz com que a qualidade da informação seja questionada. Em pesquisa realizada nas redações espanholas, Aguado e Palomo Torres (2010) constataram que os jornalistas consideram que a convergência revitaliza a imagem do meio, mas piora a qualidade de vida do profissional e os conteúdos, já que se há mais tempo para fazer uma reportagem, o resultado será melhor do que se fizer em pouco tempo. Nesse sentido, López (2011) argumenta que os jornalistas atualmente se mostram despreparados diante das mudanças nas rotinas, que têm anulado o efeito de muitos dos antigos sistemas de auto-regulação ética dos profissionais de comunicação e que apontam a necessidade de novas formas de controle eficazes:

La ausencia de informaciones sobre estrategias para reforzar la calidad de la información -equipos de investigación, mejoras en los sistemas de edición, equipos de verificación de fuentes...- revela que las medidas que conceden protagonismo a los periodistas y a entornos favorables en las redacciones para que los profesionales realicen un trabajo creativo y pongan a prueba su talento han pasado a un segundo plano. De la misma forma, la autocrítica sobre errores cometidos o medidas para mejorar la transparencia en las actuaciones - tanto de las empresas como de los profesionales – brillan por su ausencia en las páginas de comunicación/sociedad/tendencias de los principales diarios españoles.
(López, 2011, p. 5)

Assim, percebe-se uma demanda contínua de informação por parte do cidadão, o que exige também uma produção contínua do jornalista polivalente, que está presenciando uma série de modificações na produção noticiosa. Com menos tempo e mais tarefas, o profissional lança mão cada vez mais dos conteúdos produzidos pelo público. O papel de consumidor produtor do cidadão contemporâneo tem sido intensificado pela dificuldade que o jornalista profissional enfrenta tendo que realizar tantas atividades. Vendo-se muitas vezes impossibilitado de “correr atrás” da notícia, apurar detalhes, publicar mais em menos tempo, o jornalista procura e utiliza cada vez mais as informações que as pessoas comuns enviam às redações ou disseminam por meio de sites da internet.

O Público e o Fazer Notícia: Perspectivas da Coprodução

Participação, colaboração, interatividade, seja qual for a denominação, o fato é que as atitudes do cidadão comum diante do consumo e da produção de conteúdos midiáticos, assim como a polivalência, representam um fator relevante quando se fala nas reconfigurações do jornalismo em meio à sociedade contemporânea. Com acesso a diversos dispositivos, o consumidor produtor quer participar das mais variadas maneiras. Informa-se de todas as formas e de qualquer lugar e envia informações também com a mesma facilidade e frequência com que as consome.

Jenkins (2008) conceitua como cultura participativa. Com esse conceito o autor caracteriza o comportamento do consumidor midiático contemporâneo, cada vez mais distante da passividade. O que possibilita uma relação mais estreita entre o jornalista e o consumidor das notícias. Essa relação é marcada por uma intensa colaboração de cidadãos comuns na produção de notícias. Diante desse panorama surgem muitas reflexões referentes à profissão de jornalista, uma vez que o cidadão comum, munido de tecnologias adequadas, é capaz de produzir e gerar conteúdo relevante ao meio jornalístico.

Diante dos processos comunicativos atuais, em que se destacam interatividade, interação, participação, têm se exigido dos jornalistas posturas profissionais compatíveis com o comportamento dos consumidores, que agora se colocam também como coprodutores das notícias que consomem. As atuais relações entre a sociedade e a informação vêm gerando pesquisas no âmbito da colaboração do cidadão, principalmente no que se refere ao jornalismo online, aos blogs e redes sociais. As formas tradicionais de jornalismo, como o telejornal, também são atingidas pelas iniciativas do cidadão comum diante desse novo panorama. Qualquer pessoa que tenha em mãos aparelhos celulares,

computadores portáteis, câmeras digitais pode registrar e transmitir conteúdo de valor noticiável para os meios de comunicação de massa.

A atuação de pessoas comuns na produção e publicação de conteúdo noticiável pode adquirir várias facetas, dependendo da tecnologia utilizada e da postura seguida, tanto por quem dissemina o conteúdo, quanto pelos meios de comunicação que o utilizam. Sendo assim, são várias as denominações e também variadas as divergências quando se pesquisa a atuação da sociedade no fazer notícia.

Montar o próprio blog; entrevistar e distribuir em um podcast; tirar e enviar fotos; produzir vídeos; contribuir para matérias de veículos tradicionais de mídia, criticando, elogiando, sugerindo pautas, acrescentando versões e dados ao que está sendo noticiado; Esses são alguns exemplos de como o público vem agindo em relação ao fluxo informativo. Os exemplos citados servem para ilustrar um fenômeno em desenvolvimento e que, por isso, possui várias denominações: *Jornalismo Participativo*, *Jornalismo Colaborativo*, *Jornalismo de Código Aberto*, *Jornalismo Cidadão*, entre outras.

Tantos nomes para a atuação do público podem gerar confusão, daí a preocupação de vários pesquisadores no que se refere à conceituação adequada. Foschini e Taddei (2006) ressaltam que há diferenças e destacam algumas peculiaridades de cada conceito:

Jornalismo participativo – Ocorre, por exemplo, nas matérias publicadas por veículos de comunicação que incluem comentários dos leitores. Os comentários somam-se aos artigos, formando um conjunto novo. Dessa forma, leitores participam da notícia. Isso é mais frequente em blogs. Jornalismo colaborativo - É usado quando mais de uma pessoa contribuiu para o resultado final do que é publicado. Pode ser um texto escrito por duas ou mais pessoas ou ainda uma página que traga vídeos, sons e imagens de vários autores. Jornalismo código aberto - Surgiu para definir um estilo de jornalismo feito em sites wiki, que permitem a qualquer internauta alterar o conteúdo de uma página. Também pertencem a esse grupo vídeos, fotos, sons e textos distribuídos na rede com licença para serem alterados e retrabalhados. Jornalismo grassroots - Refere-se à participação na produção e publicação de conteúdo na web das camadas periféricas da população, aquelas que geralmente não participam das decisões da sociedade. Quando elas passam a divulgar as próprias notícias, causam um efeito poderoso no mundo da comunicação. Quem usa esse termo defende a idéia de que o jornalismo cidadão está diretamente relacionado à inclusão dessas camadas no universo criado pelas novas tecnologias de comunicação. (FOSCHINI; TADDEI, 2006, p.19-20).

Já Bowman e Willis (2003) em seu relatório *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*, utilizam apenas a denominação Jornalismo

Participativo e definem o fenômeno de maneira mais generalizada. Para esses pesquisadores, o Jornalismo Participativo é um ato de cidadãos fazendo um papel ativo no processo de coleta, reportagem, análise e distribuição de notícias e informações. Mario Lima Cavalcanti (2008) apresenta os termos *Jornalismo Cidadão*, *Jornalismo Colaborativo* e *Jornalismo Participativo* como sinônimos e conceitua-os como sendo “um modelo de jornalismo em que o leitor/usuário deixa de ser um mero receptor e participa, parcial ou integralmente, do processo de produção de um conteúdo jornalístico.” (CAVALCANTI, 2008, p.2).

No presente trabalho optou-se por não englobar toda e qualquer participação do público nas categorias de jornalismo cidadão, colaborativo, participativo, etc., uma vez que, nem toda informação que o cidadão comum produz e dissemina se enquadra ao jornalismo. Desse modo, ao invés de optar por uma dessas denominações, o termo adotado aqui será *coprodução de notícia*, isso porque, para os fins de estudos de jornalismo e participação do público, interessa destacar as mais variadas contribuições das pessoas comuns (seja através de telefonemas, registros imagéticos, e-mail, cartas, sites, blogs, sugestões de pauta, denúncias, reclamações, etc.) na construção da notícia, que é confeccionada e publicada pelo jornalista profissional. Percebe-se, assim, o cidadão não como um jornalista, mas como um importante e necessário parceiro do jornalista profissional na produção da notícia.

Mesmo que a atuação cada vez mais efetiva dos cidadãos no papel de produtores seja um fenômeno recente, a participação de pessoas comuns nos diversos meios de comunicação não é algo novo. A maioria dos produtos jornalísticos não se origina integralmente da observação direta do profissional, há o auxílio das fontes, além disso, com o passar do tempo, o espaço ao cidadão comum foi sendo ampliado por meio de quadros e sessões. De acordo com Gomes (2004), o cidadão comum costumava aparecer de três formas básicas nos programas jornalísticos: quando era afetado pelas notícias, quando ele próprio se transformava em notícia, seja nos casos curiosos ou anômalos, seja nas humanizações do relato, ou então quando ele autentica a cobertura noticiosa por meio do tradicional fala-povo. A coprodução de notícia inaugura mais uma forma de “aparição”, que ocorre, por exemplo, quando o cidadão presencia e registra o fato.

Quanto à ideia de inserir os receptores nos processos noticiosos, debatendo questões de relevância social, isso é algo que já vem sendo observado há décadas. No final dos anos 80 e começo dos 90, tem início nos EUA uma forma de deixar o jornalismo mais próximo

da comunidade. Esse tipo de jornalismo, denominado Jornalismo Cívico, surgiu da necessidade de inserir a sociedade norte-americana nas questões políticas e aumentar a participação dos eleitores nas votações. Em seguida, não apenas as questões eleitorais eram o centro desse projeto: os jornais começaram a envolver as comunidades nas discussões de grande importância sobre questões públicas, como desenvolvimento, raça, criminalidade. Citando os resultados do relatório do *Pew Center for Civic Journalism*, Bowman e Willis (2003), afirmam que, entre 1994 e 2001, quase 20% dos 1.500 jornais diários norte-americanos praticavam alguma forma de jornalismo cívico.

A partir do final do século XX, fala-se em jornalismo participativo relacionando-o com elementos da internet, comunidades virtuais e com as novas tecnologias de informação e comunicação. Ações relacionadas ao Jornalismo 2.0, que caracteriza-se pela criação de conteúdo para a rede, evoluíram para o que muitos estudiosos chamam de Jornalismo 3.0, marcado pela intensa socialização e produção de informações em massa por meio de comunidades colaborativas online, blogs, wikis e redes sociais.

O perigo do “jornalismo” 3.0 está na qualidade e veracidade das informações que se publicam, já que muitas são lançadas na rede sem nenhum tipo de critério. Já em relação ao telejornal, o cidadão não possui essa autoridade, como na web, de decidir o que vai ou não ser veiculado como notícia. Antes de virar notícia de TV, o material passa por uma espécie de controle de qualidade onde é contextualizado, editado ou rejeitado e nesse gerenciamento, a atuação dos profissionais de jornalismo é imprescindível. O telespectador pode fornecer aos telejornais um material de valor noticiável, porém é do jornalista a decisão de colocar tal fato nos moldes de notícia e publicá-lo.

Também nos telejornais se observa características dessa sociedade que produz e dissemina informação com muita intensidade. O telespectador tem participado de forma cada vez mais atuante na produção das notícias, seja fazendo registros imagéticos, flagrantes ou problemas de sua comunidade e enviando às emissoras ou entrando em contato com jornalistas por telefone, e-mail ou redes sociais para sugerir pautas ou propor novos pontos de vista sobre temas que já estão sendo noticiados. O público gradativamente está se sentindo à vontade para participar da construção das notícias que consome e os meios de comunicação, por sua vez, estão abrindo espaços para que esse cidadão participe cada vez mais.

A relação do público com a TV também não é um fenômeno recente. O primeiro programa de audiência interativa da TV brasileira³ data de 1953, de acordo com Laurenza (2008). Assim, constata-se que a atuação do telespectador sempre existiu. Contudo, é pertinente ressaltar aqui, não apenas essa interação, em que o telespectador é convocado a opinar, mas também, a participação e a colaboração espontânea do público na produção da notícia transmitida no telejornal. Jenkins (2008) destaca a diferença entre interatividade e participação:

A interatividade refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao feedback do consumidor (...) as restrições da interatividade são tecnológicas e, em quase todos os casos, o que se pode fazer em um ambiente interativo é determinado previamente (...) já a participação é moldada pelos protocolos culturais (...) é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores midiáticos e mais controlada pelos consumidores da mídia. (JENKINS, 2008, p.182-183)

Tanto por meio da interatividade (em que o ambiente é preparado previamente para a atuação do público), quanto por meio da participação (quando o público atua espontaneamente) é possível observar a coprodução da notícia. Portanto, seja interagindo, participando, aparecendo ou colaborando, o cidadão comum tem se tornado cada vez mais, parte do processo de produção noticioso. Ana Maria Brambilla (2006) destaca a importância da participação do cidadão comum não apenas como fonte na produção de notícia. Segundo a autora:

(...) é necessário lembrar de outros públicos que não falam em nome de nenhuma instituição mas em prol de seus próprios interesses ou de sua comunidade. Quando esses públicos se tornam produtores de notícias, o trabalho do jornalista tende a ser enriquecido por uma visão mais próxima da realidade e pela diversidade com que a abordagem da pauta é apresentada. (BRAMBILLA, 2006, p.45)

Assim, é inegável a importância do público no fazer notícia. Vale salientar, também, que, de acordo com a postura adotada por aqueles que atuam como coprodutores de notícia, pode-se perceber as mais diversas formas de atuação do público. Isso gera, como já foi mencionado, divergências relacionadas à nomenclatura. Confunde-se, por exemplo, jornalismo cidadão com jornalismo cívico ou o jornalismo feito pelos jornalistas

³ O programa, exibido na TV Tupi e comandado pelo Jornalista Carlos Lacerda, foi criado em virtude de uma CPI que investigava o jornal O dono do jornal *Última Hora*, Samuel Wainer. Durante a transmissão, Carlos Lacerda ficava sentado em uma escrivaninha, ao lado do telefone esperando a participação do telespectador. O Intuito era provar ao público que o Jornal *última Hora* recebia empréstimos suspeitos do então presidente da república, Getúlio Vargas.

profissionais com enfoque nos interesses do cidadão. Outro equívoco muito comum é denominar Jornalismo cidadão qualquer contribuição das pessoas ao meio comunicacional.

O Cidadão e o Jornalista Profissional: Uma Relação de Complementaridade no Telejornalismo

Vale ressaltar que a participação do público envolve a questão da cidadania na medida em que os indivíduos, colaborando na produção de notícias, assumem seu espaço na comunidade expondo temas sociais, cívicos, relacionados ao bem comum. O que se percebe, porém, é que nessa sociedade, onde a convergência das novas mídias com as mídias tradicionais marca a crescente atuação das pessoas na produção da notícia, tal atuação ultrapassa os limites dos temas sociais, envolvendo vários campos de conhecimento e interesses de cada pessoa.

Partindo dessa perspectiva, Caio Túlio Costa (2009) diferencia indivíduo-repórter de cidadão-repórter. Para ele, o indivíduo-repórter seria aquele para o qual o culto a si mesmo se sobrepõe à noção de cidadania. Esse indivíduo não está preocupado com o bem comum que sua contribuição pode gerar e cujo poder de comunicação lhe foi dado pelas novas mídias porque ele é parte da dispersão que alimenta a mídia e a compõe na sua ubiquidade.

Trata-se de qualquer pessoa que se aventure na rede com site próprio, blog ou mesmo participação em portais e empresas que agregam conteúdos colaborativos, mas que atua sem nenhuma preocupação social, ao contrário do cidadão-repórter. Ele produz conteúdos e interfere em conteúdos de terceiros. Em geral, opina, dá curso a boatos ou a informações factuais. Chama atenção para assuntos que não estão na mídia ou interfere naqueles que estão em pauta. Pode aparecer sempre ou de vez em quando. Usa a rede porque ela está à sua disposição. (COSTA, 2009, p. 244)

Já o cidadão-repórter, ainda de acordo com o referido autor, seria o êmulo do jornalista tradicional. Em tese, teria as mesmas preocupações morais que deveria ter o jornalista. Assim, diante dos diversos modos de contribuição, cabe ao jornalista redobrar a atenção ao utilizar as informações provenientes dos telespectadores. É preciso constatar, além da veracidade da informação, que interesses a pessoa que enviou tem ao tentar torná-la pública. Vale perguntar se o público que participa é realmente cidadão ou apenas busca visibilidade.

Em relação ao telejornalismo essa participação cidadã se faz presente principalmente nos telejornais locais e regionais. A proximidade desse veículo com os

assuntos e problemas comunitários intensifica a iniciativa do público em fazer denúncias, reclamações, sugestões de pautas relacionadas aos interesses da comunidade. Assim, com o intuito de chamar atenção do poder público para a resolução dos problemas de sua rua, seu bairro, sua cidade, o cidadão confirma a reconfiguração de seu papel perante telejornal: Atualmente o cidadão e a cidadã aparecem não apenas como telespectadores passivos, ou como entrevistados ou personagens nas matérias. Por meio do telejornal, o cidadão é atuante na mudança de sua realidade cotidiana. Isso porque, os telejornais locais e/ou regionais têm prestado serviços à comunidade e proporcionado às pessoas uma maior compreensão e conhecimentos acerca da sua cidade ou região o que faz aumentar a proximidade, o vínculo, a confiança e a fidelidade do público em relação às emissoras.

Para que tal vínculo seja mantido, os jornalistas, no seu cotidiano profissional, tentam conhecer e fazer uma construção antecipada do seu público. Isso é defendido por Vizeu (2005) na hipótese da audiência presumida. A crescente colaboração dos telespectadores no fazer notícia vem facilitando essa manutenção do vínculo, e auxiliando os jornalistas nessa construção antecipada da audiência. Isso porque, ao sugerir pautas, mandar imagens, denúncias e flagrantes, o telespectador “diz” aos jornalistas o que quer consumir como notícia.

Diante desse panorama, os profissionais passam a perceber a importância de tal relação com seu público. Isso porque, os jornalistas têm consciência de suas limitações, sabem que não podem muitas vezes estar onde os fatos ocorrem e, em meio a essa realidade de polivalência, em que se exige do profissional muito mais em menos tempo, não resta alternativa ao jornalista senão aceitar e até solicitar a ajuda do telespectador, que está na rua, onde ocorrem maior parte dos fatos noticiáveis. Assim, muitas emissoras começam a incentivar cada vez mais a participação dos indivíduos na produção da notícia. Diferente de algumas décadas atrás, atualmente, o apelo das emissoras à participação é explícito. Telefones, e-mails, endereços são colocados à disposição solicitando que o público colabore enviando fotos, imagens e sugestões. Os jornalistas, dessa forma, se dão conta de que a ajuda do cidadão comum não deve ser ignorada e que há muito a aprender com o público.

É importante atentar para o fato de que a crescente colaboração do público representa uma relação que vai complementar e não substituir o trabalho do jornalista profissional. Isso porque, nem toda informação advinda de pessoas comuns pode ser denominada notícia, assim como colaboração, participação e coprodução não podem ser intituladas como jornalismo. Por isso, autores como Targino (2009), por exemplo,

defendem que expressões como *jornalismo participativo*, *jornalismo 3.0*, *jornalismo colaborativo*, etc. são expressões contestáveis, haja vista que a utilização de ferramentas disponíveis em rede para que qualquer pessoa efetive comunicação pública não a converte instantaneamente em jornalista, nem tampouco seus textos em matérias jornalísticas. (TARGINO, 2009, p.58).

O jornalismo profissional não desaparece em função da intensa atuação do cidadão comum na difusão de conteúdo informativo. Para justificar seu papel nesse novo cenário, o jornalismo pode encontrar dois caminhos compatíveis, de acordo com García de Madariaga (2008, p. 138): intensificar sua função interpretativa a um nível de alta especialização temática e/ou atuar como engrenagem de um mecanismo muito mais rico e complexo do que o que permite a atual produção em série dos meios convencionais. Se o jornalista há de cumprir um papel de transmissor, que seja dentro de um cenário que se nutra de toda a amplitude da realidade que trata de representar e construir.

Ao invés do descaso à profissionalização, há uma adaptação no comportamento dos jornalistas, que agora devem manter e incentivar ainda mais sua relação com o público. No telejornal, por exemplo, ao dar visibilidade às colaborações do telespectador, a emissora transforma a audiência em aliada. As transformações que surgem com a intensa participação do público muda o cenário do jornalismo na medida em que há diferença em editar e publicar informações oficiais ou institucionais e informações repassadas por pessoas comuns. Para Brambilla (2008) a grande mudança no jornalismo é que:

As pessoas transformam seu cotidiano em notícia. As pautas fervem no asfalto, nos balcões de botequim, nas filas dos postos de saúde, nos salões de beleza (...) Peter Burke conta que a informação é como água: quanto mais próxima da fonte, mais pura tende a ser. Em tese, é impossível que um veículo mantenha repórteres em todos os lugares do mundo (...) (BRAMBILLA, 2008, p. 36-37)

Essa ideia confirma a necessidade da atuação do jornalista profissional, uma vez que, diante de tantas vozes e de tantas realidades cotidianas, faz-se necessária uma coordenação dessas diversas realidades. Apurar e transformar em notícia o conteúdo informativo que chega por meio dos leigos não é um trabalho fácil e exige capacidade técnica e conhecimentos do jornalista profissional. Há tarefas que são exclusivas dos jornalistas e devem ser desempenhadas com responsabilidade. A função inerente ao jornalismo de contextualizar, traduzir e interpretar a realidade social agora é tão ou mais necessária que antes.

Considerações Finais

A sociedade contemporânea está inserida em um panorama de intenso fluxo comunicacional onde os modos de produzir, disseminar e consumir informação estão sofrendo reconfigurações. Em relação à produção de notícia, tais mudanças marcadas pelo desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação integram processos de convergência midiática, que trazem como consequência para o jornalismo o advento das redações integradas e a exigência de polivalência profissional. Exige-se dos jornalistas cada vez mais habilidades e cada vez mais produção em menos tempo. Diante das limitações e da impossibilidade de estar em todos os lugares onde ocorrem fatos noticiáveis, o jornalista profissional vem utilizando com frequência o conteúdo informativo produzido pelo cidadão comum e isso vem sendo observado também nas mídias tradicionais como o telejornal. Assim, diante de situações em que o jornalista profissional está impossibilitado de ir ao encontro da notícia, o profissional é pautado pelos leigos munidos das mais variadas tecnologias capazes de registrar e enviar informação em tempo real.

Em relação aos consumidores das informações, na verdade cidadãos e cidadãs, que historicamente sempre estiveram presentes de alguma forma nas produções jornalísticas, agora vêm participando diretamente do processo de construção das notícias que consome. Daí a pertinência de pesquisas relacionadas ao jornalismo e à participação dos indivíduos. Entretanto, percebe-se que muitos autores utilizam termos como jornalismo participativo, jornalismo colaborativo, jornalismo cívico, entre outros, muitas vezes de forma equivocada. É importante ressaltar que colaboração, interatividade e participação são fatores que auxiliam sim no fazer notícia, mas não têm o poder de transformar o cidadão comum em jornalista.

A atuação do jornalista profissional é extremamente necessária, principalmente no momento de contextualizar, interpretar e checar as informações provenientes dos indivíduos. Nem toda informação é notícia. É preciso discernir se o conteúdo que chega às redações de TV, por exemplo, parte de um cidadão-repórter, preocupado com o bem comum, ou de um indivíduo-repórter, que busca apenas visibilidade ou coloca interesses particulares acima do interesse público. Dessa forma, a técnica jornalística é necessária e é responsabilidade do profissional selecionar que tipo de informação poderá utilizar e de que forma irá transformá-la em algo noticiável e de interesse público.

Percebe-se, então, que a parceria entre o público e o telejornal deve sim ser incentivada uma vez que o cidadão está mais próximo dos acontecimentos e das histórias com grandes possibilidades de se transformarem em notícias. Entretanto, a participação dos indivíduos deve gerar uma relação de complementaridade e não de substituição ao trabalho do profissional de imprensa. Cabe aos profissionais encontrar quais pontos do fazer jornalístico podem ser compartilhados com o cidadão comum, sendo guiados sempre pelo comprometimento com a ética e o interesse público, princípios norteadores do jornalismo.

Referências

AGUADO, Juan Miguel; PALOMO TORRES, María Bella. Convergencia y nuevas rutinas profesionales: luces y sombras del periodista polivalente en las redacciones españolas. In: LÓPEZ, X. ; PEREIRA, X. (Org.). **Convergencia digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España**. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, 2010.

BOWMAN, S., WILLIS, C. 2003. **We Media**. The American Press Institute. Disponível em <<http://www.hypergene.net/wemedia/weblog.php>>. Acesso em: Junho 2012.

BRAMBILLA, A.M. ; ROCHA, J. Comunicação relacional e as mediações possíveis no Jornalismo Colaborativo. In: SCHWINGEL, Carla; ZANOTTI, Carlos A. (Org.). **Produção e Colaboração no Jornalismo Digital**. Florianópolis: Insular, 2010.

BRAMBILLA, A.M. **Jornalismo Open Source**: reflexão e experimentação do noticiário sul-coreano ohmynews International. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, abril, 2006.

_____. Olhares sobre o jornalismo colaborativo. In: CAVALCANTI, Mário (Org.). **Eu, Mídia**: a era cidadã e o impacto da publicação pessoal no jornalismo. Rio de Janeiro: Opvs, 2008.p. 29-43.

CASTELLS, Manuel. **Fim de milênio**. São Paulo: Paz e Terra. 1999.

CAVALCANTI, Mário Lima. Os novos jornalistas. In: CAVALCANTI, Mário (Org.). **Eu, Mídia**: a era cidadã e o impacto da publicação pessoal no jornalismo. Rio de Janeiro: Opvs, 2008.p.1-4.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia**: uma moral provisória. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. , 2009.

COUTINHO, Iluska. Público e Identidade no Telejornalismo Brasileiro. In: **Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. São Paulo: USP e SBPjor. 2009.

FOSCHINI, A.C.; TADDEI, R.R. **Jornalismo Cidadão**: você faz a notícia. Coleção Conquiste a Rede. 2006. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/banco/conquiste-a-rede-jornalismo-cidadao-voce-faz-a-noticia.>>. Acesso em: Junho 2012.

GARCÍA DE MADARIAGA, José María. **El Periodismo em El siglo XXI**: uma profesión em crisis ante La digitalización. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos Servicio de Publicaciones, 2008.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença. 2004.

GOMES, Itânia Maria Mota. Televisão, telejornalismo e recepção: o que a investigação sobre recepção pode ganhar no diálogo com os *cultural studies* e a semiótica. In: **Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom: Salvador, 2004.

JENKINS, H. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LAURENZA, Ana Maria de Abreu. Batalhas em letras de forma: Chatô, Winer e Lacerda. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. (Org.). **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

LÓPEZ, X. **Las mudanzas periodísticas**: construyendo lãs nuevas formas de informar en la sociedad red. Revista Telos, n.86, jan-mar, 2011.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado**: convergência de médios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol90Media, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis de (Org.). **Sociedade Mídia-tizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

_____. **Comunicação e mediações culturais**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, vol XXIII, n. 1, jan-jun. 2000.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo Cidadão**: informa ou deforma. Brasília: Ibict: UNESCO, 2009.

VILCHES, Lorenzo. **Manipulación de la información televisiva**. Barcelona: Paidós, 1989.

VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005. Coleção Biblioteca.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo (org). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.p. 11-28.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.