

## O Jornalismo Protagonista e o Rádio<sup>1</sup>

Luciano KLÖCKNER<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

### RESUMO

A falta de respostas rápidas aos cidadãos e de mais ação e de atitude, de *ruptura dos paradigmas*, de conteúdos e da abordagem (KLATELL, 2013) vem ocasionando descrédito das mídias na intermediação das necessidades do público (HAYE, 1995). Uma prova concreta é a intensificação dos protestos e movimentos de rua, em particular o registrado no Brasil em junho de 2013. Assim, o objetivo deste artigo é discutir novas possibilidades para o processo de produção da notícia no Rádio e em outros meios, apresentando as bases do *Jornalismo Protagonista*. Trata-se de opção unida aos desejos justos da sociedade e aos Movimentos Sociais (CASTELLS, 2013), visando a constituir-se em instância efetiva de fiscalização dos atos das instituições e de autoridades públicas e privadas na gestão do bem público.

**PALAVRAS-CHAVE:** rádio; jornalismo; movimentos sociais; jornalismo protagonista.

### 1. Os Movimentos Sociais

*Onde o Estado e as instituições falham e a mídia não está presente, os movimentos sociais se proliferam. (Base do Jornalismo Protagonista)*

Os Movimentos Sociais acompanham a humanidade. São consequência, na maioria das vezes, de atos de governos insanos, corruptos, desumanos e injustos, ou como assinala Castells (2013, p.16), “suas raízes estão na injustiça fundamental de todas as sociedades, implacavelmente confrontadas pelas aspirações humanas de justiça”. O autor elenca ainda diversos estopins para os movimentos, como a exploração econômica, pobreza, estados repressivos, racismo, xenofobia, censura, brutalidade policial, fanatismo religioso, descuido como planeta, sexismo, homofobia, entre “outras atrocidades da extensa galeria de quadros que retratam os monstros que somos nós”.

“Todo o poder emana do povo, que o exercerá diretamente ou por representantes eleitos”. Esse é o espírito da Constituição de 1988, reinstituindo no Brasil um regime de governo plenamente democrático. História da Democracia que começou na Grécia Antiga e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor-Doutor da Faculdade de Comunicação Social (FAMECOS) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - Brasil (PUCRS). E-mail: lucianoklockner@yahoo.com.br

se sobrepôs às monarquias absolutistas europeias. Porém, como ressalta Bisch (2010, p. 7), “a visão liberal de democracia por meio de representantes foi a vitoriosa das democracias contemporâneas”. Com modificações que incluíram a inserção dos partidos políticos de massa e o sufrágio universal – abrangendo o voto das mulheres e dos trabalhadores –, o Estado de Direito passou a ter representatividade de diferentes forças sociais e políticas.

Não podemos negar, porém, que esse espaço parlamentar tem sido alvo de descrédito da população brasileira, ante as inúmeras notícias de corrupção e escândalos políticos que varrem o país, de sul a norte. A existência inegável de corrupção estatal não é justificativa para que se ameace a democracia, inviabilizando-se a representação democrática. O que se pode, sim, cogitar é a criação de mecanismos mais efetivos de destituição do poder daqueles que fazem uso indevido da função pública. (BISCH, 2010, p. 7).

Enquanto é quase impossível para o eleitor destituir políticos antiéticos e que agem ilicitamente no Parlamento ou na gestão estatal, a sociedade não deixa de ser termômetro sensível a medir com precisão as mudanças no ambiente social e perceber indícios de corrupção<sup>3</sup>. Todavia a população necessita de mecanismos mais rápidos e efetivos para implementar as suas justas reivindicações. A Imprensa é um desses canais, talvez o mais procurado, mas que começa a falhar. E quando o poder da Imprensa enfraquece, o povo, mesmo desorganizadamente vai às ruas, provocando pequenas e grandes revoluções.

Foi assim na história recente do Brasil com o *impeachment* do Presidente Fernando Collor de Melo – acusado pelo próprio irmão por corrupção –, quando a massa popular, com apoio da mídia, exigiu (e conseguiu) a saída dele da Presidência da República. Um pouco antes, em 1982, fato semelhante ocorreu com o Movimento das Diretas Já. O povo participou de comícios em todo o País, ao lado de partidos de oposição e da Imprensa não oficialista, exigindo eleições diretas.

Além das manifestações políticas, os Movimentos Sociais engajaram-se fortemente e realizaram atos contra preconceitos étnicos, raciais ou com relação a preferências sexuais. De tal modo, que por vários anos houve passeatas em defesa dos direitos de

---

<sup>3</sup> O Brasil subiu três posições no *ranking* da Corrupção no Mundo, aferido pela ONG Transparência Internacional, passando de 69ª colocação (2012) para 72ª (2013), integrando os países de corrupção crônica. O estudo abrange 177 nações, sendo que os menos corruptos são, Dinamarca, Nova Zelândia e Finlândia; e os mais corruptos Somália, Coreia do Norte e Afeganistão. Para a Transparência Internacional, a corrupção no setor público continua sendo um problema gravíssimo e um desafio para o mundo, principalmente em relação ao financiamento de partidos políticos, à polícia e ao sistema judiciário. Em 2014, um estudo da Comissão Europeia mostrou que a corrupção custa cerca de 120 bilhões de euros por ano (R\$ 390 milhões) à economia, equivalente a 1,04% do PIB do bloco, de 15,5 trilhões de dólares, conforme dados do PIB do Banco Mundial. No Brasil, estudo da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), de 2010, apontou que a corrupção custa ao País entre R\$ 49,5 e R\$ 69,1 bilhões por ano. Tomando o valor mais alto e fazendo a correção cambial, o montante de valores desviados dos cofres públicos brasileiros equivaleria a 3% do PIB de US\$ 2,3 trilhões – três vezes maior, portanto, que a corrupção europeia.

afrodescendentes, mulheres, homossexuais, entre outras representações da sociedade, discriminadas no seu dia a dia.

Mesmo com as percepções divulgadas anteriormente na Imprensa de que algo estava por ocorrer no futuro (KLÖCKNER, 2011, p. 12), os Movimentos Sociais novamente se prepararam e foram as ruas em 2013. Cobraram do governo federal da Presidenta Dilma Rousseff, dos governos estaduais e municipais, de todos os partidos e dos Parlamentos federais, estaduais e municipais, maior transparência e ética na gestão dos recursos públicos, que vêm justamente dos impostos recolhidos do povo. Apesar da evolução dos indicadores sociais<sup>4</sup>, a corrupção permanece elevada em diversos escalões do Executivo e do Legislativo – vide os episódios dos escândalos do “Mensalão”, da compra superfaturada da refinaria da Petrobras em Pasadena, Estados Unidos, ou os atrasos nas obras da Copa do Mundo de 2014. Enquanto outros desvios de verba são descobertos, as soluções para os problemas da população em geral vêm de maneira vagarosa.

Essa percepção consta no livro *Redes de indignação e esperança*, do professor Manuel Castells, que aborda os protestos. Transposta também para o âmbito da *internet*, o professor reconhece que os políticos, as autoridades e mesmo a imprensa estão dessintonizados dos problemas mais prementes da sociedade. Castells examinou a questão a partir da revolução egípcia, das insurreições árabes, dos indignados na Espanha, sem deixar de comentar, no posfácio, o movimento brasileiro.

Aconteceu também no Brasil. Sem que ninguém esperasse. Sem líderes. Sem partidos nem sindicatos em sua organização. Sem apoio da mídia. Espontaneamente. Um grito de indignação contra o aumento dos preços dos transportes que se difundiu pelas redes sociais e foi se transformando no projeto de esperança de uma vida melhor, por meio da ocupação das ruas em manifestações que reuniram multidões em mais de 350 cidades. [...] Disseram: ‘não são centavos, são nossos direitos’. Porque, como todos os outros movimentos do mundo, ao lado de reivindicações concretas, que logo se ampliaram para educação, saúde, condições de vida, o fundamental foi – e é – a defesa da dignidade de cada um. Ou seja, o

---

<sup>4</sup> Nas últimas duas décadas, o Brasil aumentou 47,5% o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), passando de 0,493 (1991), – considerado muito baixo – para 0,727 (2010), o que representa alto desenvolvimento humano, conforme o *Atlas do Desenvolvimento Humano Brasil 2013*. O IDHM é o resultado da análise de mais de 180 indicadores socioeconômicos dos censos do IBGE de 1991, 2000 e 2010. O estudo é dividido em três dimensões: a oportunidade de viver uma vida longa e saudável [longevidade], ter acesso a conhecimento [educação] e ter um padrão de vida que garanta as necessidades básicas [renda]. O índice varia de 0 a 1 e quanto mais próximo de 1, maior o desenvolvimento humano. De acordo com o *Atlas do Desenvolvimento Humano Brasil 2013*, elaborado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), em parceria com o Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (Ipea) e a Fundação João Pinheiro, o Brasil conseguiu reduzir as desigualdades, principalmente, pelo crescimento acentuado dos municípios menos desenvolvidos das regiões Norte e Nordeste. O levantamento aponta ainda que a renda per capita mensal do brasileiro cresceu R\$ 346 nas últimas duas décadas, tendo como base agosto de 2010. Entre 1991 e 2010, o IDHM Renda evoluiu 14,2%. Contudo, 90% dos 5.565 municípios brasileiros aparecem na categoria de baixo e médio desenvolvimento nesse índice.

direito humano fundamental de ser respeitado como ser humano e como cidadão. (CASTELLS, 2013, p. 78).

O fato referido pelo autor ocorreu no dia 13 de julho, de 2013. A população tomou conta das cidades em protesto contra o aumento da passagem de ônibus. Mas não só por isso, como referiu Castells. No Brasil e nos estados, independentemente de partidos e governos, os gestores políticos não vêm conseguindo dar respostas adequadas aos problemas sociais, resumidos em combate à fome, melhoria no sistema de transporte, condições dignas de salário e emprego, saúde e um planejamento familiar. No tocante ao transporte, a opção governamental recaiu sobre a indústria automobilística, que produz milhares de carros diariamente para o deslocamento quase individual das pessoas, em detrimento da melhoria das linhas de ônibus urbanos e trens. Em Porto Alegre, são emplacados 100 carros por dia. Em dois anos, cada dois habitantes vão repartir um automóvel! Essa política começou nos anos 1960 com o Presidente Juscelino Kubitschek e foi incrementada pelos governos que o sucederam, tornando a população trabalhadora, em sua maioria, refém de horas e horas em transportes lotados e ruas e avenidas atulhadas de carros.

[...] a mobilidade é um direito universal, e a imobilidade estrutural das metrópoles brasileiras é resultado de um modelo caótico de crescimento urbano produzido pela especulação imobiliária e pela corrupção municipal. E com um transporte a serviço da indústria do automóvel, cujas vendas o governo subsidia. Tempo de vida roubado e pelo, qual, além de tudo, deve-se pagar. (CASTELLS, 2013, p. 178).

A priorização do transporte individual provocou o sucateamento do transporte ferroviário, hidroviário e alternativo. O binômio montagem de veículos e construção de estradas é o que interessava. Hoje não é diferente. Tênuas iniciativas se arrastam com o transporte hidroviário e com o ferroviário. A velocidade somente aumenta quando há vultosos recursos liberados para grandes obras, como os metrô subterrâneos, por exemplo. Também em Porto Alegre, um projeto vanguardista dos anos 80, o Aeromóvel<sup>5</sup>, não prospera. Examinando-se a questão técnica, poderia ser a opção para o trânsito, pois é movido a energia limpa e custa R\$ 30 milhões por quilômetro construído, enquanto o valor do metrô alcança 10 vezes mais. Alternativas, portanto, existem, embora as autoridades não

---

<sup>5</sup> Com um motor elétrico acoplado a um ventilador, o Aeromóvel apresenta vantagens importantes em relação a outros transportes sobre trilhos. Cinco vezes mais leve (são cerca de 12 toneladas em veículos para 300 pessoas) e três vezes mais econômico se comparado ao metrô, o veículo ganha aos poucos mais espaço no Brasil. Atualmente, dois projetos estão em andamento em cidades brasileiras, Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, e Nova Iguaçu, no Rio de Janeiro. Em Porto Alegre, um pequeno trajeto foi montado, conectando o Aeroporto Internacional Salgado Filho até a estação do metrô de superfície (Trensurb). O Aeromóvel foi desenvolvido nos anos de 1970, pelo engenheiro Oskar Coester.

as utilizem em seu pleno potencial. Cabe, então, ao processo de Jornalismo protagoniza-las, buscando e exigindo uma solução mais apropriada à população.

## 2. O Jornalismo: gêneros em transição

*(...) um dos mais nobres valores do Jornalismo é sua capacidade de ver o que as pessoas não conseguem ver, de estar onde as pessoas não podem estar. Enfim, de ser, segundo a Ética, uma extensão do homem que amplie seu conhecimento de mundo. (Professor e jornalista Francisco Menezes Martins)*

Os indicativos são preocupantes. O Jornalismo perde credibilidade junto à opinião pública brasileira<sup>6</sup>. O denominado ‘quarto’ poder padece do mal que atinge os demais poderes. Pesquisas apontam que a mídia em geral trata as notícias como se fossem ‘a ilusão de satisfação’, esquecendo-se rapidamente de dar continuidade a temas, não concluindo assuntos de importância e agindo de forma estranha: simplesmente noticiando o mais belo e o mais asqueroso dos mundos, sem conectá-los, deixando os fatos órfãos de um contexto e de uma solução plausível. As pessoas são tratadas como personagens nas matérias e não recebem a devida atenção como integrantes de uma sociedade que as força a pagar pesados impostos, com a cláusula enganadora da reciprocidade.

Mas o que é Jornalismo? Tudo que se publica no jornal, que se ouve no rádio ou que se vê na televisão? Tudo? Definições, modos de agir, de pensar. Jornalistas, professores e pesquisadores tentam definir o que é Jornalismo há décadas. E vêm moldando esses conceitos. No livro *Jornalismo interpretativo*, Luiz Beltrão (1976), conceitua que o Jornalismo é a

Divulgação de ideias, situações e fatos atuais, mas interpretados à luz do interesse coletivo e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de *promover o bem comum* (BELTRÃO, 1976, p. 27).

Para José Marques de Melo (1985), em *A opinião no jornalismo brasileiro*, a pesquisa sistemática sobre os fenômenos jornalísticos não foi suficiente para precisar essa atividade de comunicação coletiva.

---

<sup>6</sup> A confiança dos brasileiros em todas as principais instituições caiu após os protestos e críticas que ocorreram no País em junho de 2013, segundo o Índice de Confiança Social (ICS). Os brasileiros acreditam menos na Presidência da República, no Congresso Nacional, nos Partidos Políticos, no Judiciário, e também nos Meios de Comunicação Social. Numa escala de zero a 100, a Presidência da República caiu de 63 para 42 pontos em relação a 2012 (-33%). O governo federal também apresentou queda de 53 para 41 (-23%). Os Partidos Políticos passaram de 36 para 29 (-14%) e o índice do sistema público de saúde despencou de 42 para 32 (-24%). Os Meios de Comunicação acompanharam essa tendência e tiveram o índice em declínio de 62 para 56 (-10%). O levantamento anual aponta as oscilações na relação de confiança da população em 18 instituições e quatro grupos sociais desde 2009. (Fonte: Ibope Inteligência, 2013).

Os estudos de jornalismo se iniciam na Alemanha, em 1806, quando a Universidade de Breslau oferece o primeiro curso sobre ciência da imprensa. Mas na verdade a nova área de pesquisa e ensino só se estruturaria continuamente no final do século passado e no começo deste (*referindo-se ao século XX*). (MELO, 1985, p. 7)

Conforme o autor, poderia até parecer paradoxal que tantos anos de conhecimento científico acumulado não tenham dado rigor conceitual e exatidão analítica ao Jornalismo. Para Melo, isso se explica pelas “mutações vertiginosas do próprio campo”, pois a realidade muda de fisionomia rapidamente.

O pesquisador polonês Mieczyslaw Kafel, em seu esboço de uma teoria do jornalismo, já havia chamado a atenção para a natureza mutável, melhor dizendo, não definitiva, dos conceitos, categorias e esquemas empregados no estudo científico do jornalismo. (MELO, 1985, p. 8).

Tanto em *A opinião no jornalismo brasileiro* (1985) como em *Comunicação social: teoria e pesquisa* (1970), Melo trata de conceitos e da evolução do Jornalismo, Propaganda e Relações Públicas, apontando as diferenças dos campos e realizando reflexões sobre as atividades. Uma dessas reflexões mostra certa confusão entre o Jornalismo e os canais onde a comunicação coletiva se manifesta.

O jornal, assim como a revista, ou o rádio e a televisão, constitui instrumento indispensável para o exercício do jornalismo, mas não exclusivamente. É possível encontrar um jornal que contenha apenas matérias jornalísticas. Mas é possível também encontrar jornal que só contenha anúncios (propaganda) e nenhuma matéria vinculada ao universo da informação de atualidades. Logo, o jornalismo se articula necessariamente com os veículos que tornam públicas suas mensagens, sem que isso signifique dizer que todas as mensagens ali contidas são de natureza jornalística. (MELO, 1985, p. 12).

Este é um ponto fundamental para a descrença geral em torno da credibilidade da imprensa. Há dezenas de milhares de veículos de comunicação de massa distribuídos pelo mundo, mas nem todos praticam o jornalismo. Uma dessas mudanças de categorização aventadas por Melo são as matérias sobre turismo. Podemos considerá-las jornalismo só por que estão publicadas em um jornal? Ou servem mais a outros fins e “qualquer viajante” poderia apresentar as informações em um *blog*, *site* ou *post* no *Facebook*? Para Bill Kovach, enquanto curador da Fundação de Jornalismo Nieman, de Harvard, os valores e normas do jornalismo foram solapados à medida que as empresas de comunicação “ordenavam novas divisões para produzir infortretenimento”, isto é, informação voltada ao entretenimento.

Então, a perda de espaço do jornalista pode ser também examinada a partir dessa ótica: o que uma pessoa sem habilitação consegue fazer e o que só o jornalista vai obter com o conhecimento e a técnica adquiridos? No afã de trazer leitores, telespectadores e ouvintes aos veículos, alguns efeitos mirabolantes são acrescentados às matérias, apesar da advertência de Carlos Alberto Di Franco, que previa uma crise no Jornalismo ainda na virada do século 20 para o 21, quanto ao *modo de fazer a notícia*.

[...] O Jornalismo corre o risco de virar *show business*. [...] Isso já é realidade, mas ainda há espaço, e muito, para o jornalismo de qualidade [...] O leitor (*ouvinte e telespectador*), não duvidemos, quer menos burocracia e mais criatividade. Quer menos jornalismo de registro e mais reportagem de qualidade. Quer menos frivolidade e mais profundidade. (DI FRANCO, palestra em 26/04/1999).

Outra dificuldade para que o Jornalismo realize as coberturas com mais criatividade, qualidade e profundidade pode ser justamente o *frenesi* de tentar acompanhar tudo que acontece no dia a dia, sem que haja uma seleção mais acurada dos fatos. E o que desperta esse sentimento é o desejo que as pessoas têm pelo saber, o que faz do Jornalismo, segundo Adelmo Genro Filho (1987), “um modo de conhecimento”.

Ao lado disso, há o convívio das pessoas em sociedade. Sobre isso, a professora Christa Berger (2002, p. 155), no capítulo *Jornalismo e comunicação*, reconhece que o jornalismo não existe fora da problemática social. “Nada do que acontece, nada do que deve interessar socialmente, nada que pensamos, apreciamos, opinamos escapa do circuito midiático”. Ela compreende que o “Jornalismo informa, narra, desvela o mundo [...] conecta e dá sentido à vida [...] é suporte para a existência continuada do ‘contador de histórias’”. Para ela, os estudos reconhecem o Jornalismo também como um poder:

Um *poder* advindo da condição intrínseca à sua existência – a de mediar interesses políticos e sociais, um *poder* advindo de relações estruturais com o capital econômico e o poder político. Uma *atividade* sujeita às transformações operadas pelo desenvolvimento tecnológico e por novas formas do exercício da profissão. Uma *instituição* essencial para a afirmação da esfera pública. Muitas destas afirmativas têm como pano de fundo a questão dos vínculos, das interações entre os protagonistas do processo. (BERGER, 2002, p. 146-7).

Nesse contexto de protagonismo e de interação, o professor Jorge Pedro Souza (2002), tem visão construcionista das notícias, observando certas ações que as compõem:

As notícias são um artefato construído pela interação de várias forças, que podemos situar ao nível das pessoas, do sistema social, da ideologia, da cultura, do meio físico e tecnológico, e da história. [...] os meios noticiosos conferem notoriedade pública a determinadas ocorrências,

ideias e temáticas, que representam discursivamente, democratizando o acesso às (representações das) mesmas e tornando habitual (ritual?) o seu consumo. [...] E também assumo que os meios jornalísticos funcionam, pelo menos em certas circunstâncias e momentos, como agentes de vigilância e controle dos poderes, nomeadamente dos poderes políticos e econômicos. [...] os meios jornalísticos são um instrumento vital de troca de informações e de estimulação da cidadania, em que o jornalista-mediador assume ou deve assumir um papel essencial. (SOUZA, 2002, p. 17-8).

É sobre esse papel de jornalista-mediador que refletia Hipólito José da Costa, ao editar, nos primórdios da imprensa brasileira, o *Correio Braziliense*, elaborado em Londres, em junho de 1808. De acordo com ele, “ninguém mais útil que o Jornalista, aquele que se propõe a mostrar, com evidência, os acontecimentos do presente e aclarar as sombras do futuro”. A questão aqui, como vem se comprovando nos casos de corrupção, é que o Jornalismo bem feito converte-se numa espécie de espelho de Narciso: ele ilumina as sombras e oferece a possibilidade para que as pessoas se vejam como são. E quem corrompe e é corrompido não quer enxergar a própria imagem, preferindo que o jornalismo seja uma espécie de *faz-de-conta*: que mostre só a *boa* imagem que cada um idealiza de si próprio.

### **3. Jornalismo Protagonista: um modo de pensar e agir**

*Quando as autoridades ouvem os problemas à exaustão elas fazem alguma coisa.* (Reclamante anônima entrevistada pela TV da Costa Rica no documentário *A TV que se faz no mundo*, exibido pela TV Brasil em 26/9/2013, às 22 horas)

Com origem no teatro grego, em 1.615, a palavra protagonista equivale aquele que combate na primeira fila, que desempenha papel principal. Entre outros significados, Protagonizar é: 1) Interpretar o papel da personagem principal; 2) Ser o agente principal de um ato, um acontecimento. Além desses, há várias denotações como 1) diz-se de ou o personagem mais importante do teatro grego clássico, em torno do qual se constrói a trama. 2) chama-se de ator quem representa ou representou esse papel. 3) diz-se de um principal personagem de uma peça de teatro, de um livro, de um filme, de uma telenovela, etc. 4) indivíduo que tem papel de destaque em um acontecimento. (HOUAISS e VILLAR, 2001, p. 2317).

O protagonismo da imprensa, embora exista de maneira um tanto dispersa, não é filosofia predominante. A partir do contexto histórico mencionado, pode-se constatar que onde o Estado e as instituições falharam e a mídia não esteve presente (ou ficou preocupada em apenas divulgar notícias) os movimentos sociais foram as ruas protestar. Não é a



primeira decepção das pessoas com os poderes constituídos, mas, talvez, seja a mais expressiva, como Canclini antecipava há alguns anos

[...] Desiludidos com as burocracias estatais, partidárias e sindicais, o público recorre à rádio e à televisão para conseguir o que as instituições cidadãs não proporcionam: serviços, justiça, reparações ou simples atenção. Não é possível afirmar que os meios de comunicação de massa com ligação direta via telefone, ou que recebem os espectadores em seus estúdios, sejam mais eficazes que os órgãos públicos, mas fascinam porque escutam e as pessoas sentem que não é preciso se “*ater a adiamentos, prazos, procedimentos formais que adiam ou transferem necessidades*” [...] (CANCLINI, 1995, p. 40).

A característica fundamental do *Jornalismo Protagonista* está no processo de produção da notícia. Segundo os estudos da professora Cremilda Medina, publicado no livro *a Notícia um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial* (1988), o tratamento dos fatos não ficou alheio ao processo industrial, transformando a notícia em mercadoria. Essa tendência, com o passar dos anos, só recrudescer. A partir disso, o *Jornalismo Protagonista*, mesmo admitindo que ninguém consegue desvencilhar-se do contexto onde está inserido, preconiza ações diferentes dos demais modelos de feitura da notícia, como detectou Ricardo M. Haye

[...]? ¿cual es el papel que deben cumplir los medios de comunicación en este momento: motivar la participación, propiciar el espíritu crítico, desarrollar un sentido humanista y solidario de la comunidad y ayudar al hombre a interpretar la realidad, proponiéndole interrelacionar y contextualizar los hechos que la van determinando? [...] ni las emisoras privadas ni las oficiales han cumplido la misión que las sociedades más desarrolladas les adjudican a sus medios electrónicos: [...] una comunicación participativa y orientada a la promoción social. [...] (HAYE, 1995, p.40-43 )

As dúvidas sobre as finalidades da Imprensa passam pela definição dos princípios, das missões da empresa de midiática. Para que veio? Para onde vai? Como afrontar o mundo tecnológico em que as pessoas trocam livremente informações no computador, no *tablet*, no telefone celular? Para essas questões, o modelo atual de jornalismo não vem dando conta. Dessa maneira, o *Jornalismo Protagonista* tenciona refletir não somente sobre o modo de fazer a notícia, mas desenvolver um novo processo de produção, menos passivo e mais ativo do ponto de vista da sociedade.

Quanto à elaboração da notícia, o *Jornalismo Protagonista* preconiza a quebra da objetividade e da neutralidade, entre outros princípios da atividade. Em relação a isso, o professor e jornalista Juremir Machado da Silva, em *A miséria do jornalismo brasileiro: as*

(in) *certezas da mídia*, enfatiza que a objetividade, a imparcialidade e o compromisso com a verdade são até agora “mitologias da profissão”. Aos poucos, esses paradigmas foram se esborroando, sem que se substituísse por uma alternativa mais factível.

[...] a dialética do jornalismo integrava essa contradição: a imprensa era burguesa, o profissional, muitas vezes, independente ou de esquerda, e as regras do ‘bom jornalismo’ não só existiam como eram defendidas por quase todos. (SILVA, 2000, p. 10)

Dessa forma, interessava a poucos os preceitos que garantiam essa “neutralidade”, num mundo visivelmente nem tão neutro assim. Nesse aspecto, Silva completa o pensamento, observando que

Na era da informação, a maioria da população brasileira continua desinformada e manipulada. É até mais fácil ver o Brasil real nas telenovelas do que nos telejornais. Estes ficionam o país de acordo com os interesses da elite. Aquelas, num carnaval de imagens contraditórias, acabam por mostrar tudo, embora sem qualquer lógica ou efeito real de desnudamento das desigualdades nacionais. (SILVA, 2001, p. 23).

Entretanto, o professor John Thompson, no livro *Ideologia e Cultura Moderna, teoria social na era dos meios de comunicação de massa*, observou que ninguém está totalmente desligado do seu mundo.

As pessoas não absorvem passivamente o que lhes é apresentado, mas se engajam ativamente, algumas vezes criticamente, num processo contínuo de autoformação e autocompreensão, num processo do qual a recepção e a apropriação das mensagens da mídia é, hoje, uma parte integrante. (THOMPSON, 1995, p. 37-38).

Nesse sentido, o jornalismo realizou avanços, com estudos em áreas específicas como a de serviço, a solidária, a popular, a cívica, a cidadã, entre outras, havendo por vezes interpenetração entre elas. Resumidamente, no *Jornalismo Popular* (AMARAL, 2006), está embutido o conceito de responsabilidade social da imprensa e um discurso voltado para o povo e de forma digna. No *Jornalismo Solidário* (DORNELLES e BIZ, 2006), há a preocupação do engajamento do jornalista na luta dos direitos individuais, coletivos, aspirando o bem comum. No *Jornalismo de Serviço* (DIEZHANDINO, 1994, p. 89) há possibilidades efetivas de ação e reação, procurando oferecer respostas e orientações ao seu público seja no trânsito, no calendário de vacinação, entre outros assuntos. Também estabelecendo ligações com os cidadãos está o *Jornalismo Cívico* (TRAQUINA e MESQUITA, 2003, p. 9) ou de serviço público ou comunitário, com o objetivo de ir além

da notícia. Outra abordagem é denominada de Mídia Radical (DOWNLING, 2002), que mira na transformação social e que tem por base a comunicação realizada entre pessoas ativas, mediada ou não por aparelhos.

A partir das especializações do jornalismo, num breve sumário, poder-se-ia elaborar o seguinte: *Informar* é emitir, receber mensagens. *Serviço* é apontar uma solução. *Cidadania* é exigir a solução. Por exemplo: informação é divulgar que uma rua está congestionada; *Serviço* é oferecer rotas alternativas, preencher uma necessidade básica, imediata do motorista, que contornou o congestionamento de trânsito. Portanto, houve a prestação de serviço. Já praticar a *Cidadania* é discutir se o melhor não é reduzir o número de carros nas ruas, construir uma avenida mais ampla, alterar os horários de trabalho. E o *Protagonismo* é o processo que articula todas as formas e tipos de jornalismo que buscam solucionar a curto, médio e longo prazo a questão do trânsito. O processo é sempre propositivo, insiste à exaustão, cobrando das autoridades até que o problema seja resolvido. E se posiciona. Como enfatiza o repórter Carlos Wagner, do jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre/RS: “jornalismo tem lado sim: é o lado de quem é estuprado, de quem é roubado” (ENTREVISTA AO AUTOR).

O *Jornalismo Protagonista* assume um posicionamento crítico e respeitoso, fugindo da posição passiva e de segundo plano que alguns poderes querem impor à mídia. As possibilidades conferem ao *Jornalismo Protagonista* uma identidade ao veículo. Para que isso ocorra, é necessário um planejamento cuidadoso, que requer a escolha e a hierarquização de assuntos mais adequados para o trabalho das redações. Cada edição apresentará menos notícias, mas elaboradas com pesquisa e profundidade. As pautas serão detalhadas para discutir o tema até a solução final do problema. Entre os exemplos, está o trânsito e a reforma tributária. Essas questões além de serem transformadas em notícias, serviriam de base para relatórios a serem enviados às autoridades e acompanhados cotidianamente.

Ouro item está na capacitação da equipe. Os profissionais devem ser convenientemente habilitados para atuar com *Jornalismo Protagonista* e realizar matérias elucidativas. Para isso, o professor Pedro Gilberto Gomes alerta que o jornalista deve ser muito bem informado e instrumentalizar-se para chegar ao fim da sua reportagem com o problema destacado da matéria solucionado.

Os rumos que a comunicação vai tomar nos próximos anos depende do grau de instrução, educação e compromisso social das pessoas. [...] a pesquisa em comunicação permite formar profissionais mais conscientes.

[...] o comunicador precisa ter conhecimento de história, economia, política e artes, superando a média das pessoas. (ENTREVISTA AO AUTOR)

Não só os jornalistas necessitam de capacitação. Todos os integrantes devem ter consciência das características principais deste tipo de jornalismo. Embora haja controvérsias quanto à publicidade em conteúdo jornalístico, o *Jornalismo Protagonista* não é opositor a isso. Além do que, a publicidade deve ser mais específica, apresentando as vantagens científicas do produto, que terá aí a chancela do veículo. Ao contrário, nesse tipo de jornalismo, o comercial é valorizado. No Brasil, o Código do Consumidor não exige de responsabilidade os veículos que divulgam os comerciais. Aliás, eles são corresponsáveis em qualquer ação judicial que decorra de alguma reclamação do consumidor. Então, esse procedimento do *Jornalismo Protagonista* contribuiria para que os produtos fossem melhor testados e fiscalizados.

Qual a mídia mais apropriada para o *Jornalismo Protagonista*? A resposta é indiferente. O meio não é o mais importante. A opção por um novo modo de fazer, sim. Portanto, pode ser o Rádio, pelas características flexíveis e velozes; o Jornal, com espaço para aprofundar; a Televisão, com a adição da imagem; um portal, um *blog*, um *site*... O Rádio, que em quase 100 anos, amoldou-se a diversas fases da economia e da política (implantação, comercial, especialização, entre outros), como descrito por Ortriwano (1985), tem potencial para desenvolver conteúdo bem mais específico do que vem realizando. Mas, enfim, não há “limites dentro do jornalismo a serviço da cidadania”, como já referia Ben Badkian, do *Washington Post*, enquanto tomava as decisões a respeito da elucidação do caso Watergate, que culminou com a renúncia do Presidente dos Estados Unidos, Richard Nixon.

Então, grosso modo, podemos alinhar as características do *Jornalismo Protagonista* dessa maneira: 1) processo de produção da notícia em que são reunidos os diferentes gêneros e tipos de jornalismo visando a associar-se aos pleitos justos da sociedade; 2) seletividade na escolha das pautas; 3) divulgação da notícia à exaustão, cobrando das autoridades uma solução final para um determinado problema (ou cumprimento de promessa); 4) desenvolvimento de uma identidade própria, independente do veículo em que é introduzido; 5) dissolução dos paradigmas básicos do jornalismo, como a imparcialidade, objetividade e a neutralidade, ficando sempre ao lado da sociedade em seus direitos básicos; 6) compreender o leitor, ouvinte, telespectador, internauta como integrante ativo do tipo de jornalismo que produz.

#### 4. Pontos a discutir

Não há certezas quando estamos em meio a modificações no processo de produção da notícia e muitos pontos a refletir. “Refletir sobre a tipologia do jornalismo, fenômeno em constante transformação, que é um trabalho permanente”, de acordo com Assis e Melo (2010, p. 11). No momento, existe sim a intensificação na troca de ideias por diversas plataformas, entre elas, os meios de comunicação social (jornal, rádio, televisão). Sem dúvida, a denominada “antiga mídia” perdeu a eficácia e a credibilidade que dispunha por décadas. Outros sistemas de comunicação mais deliberativos que os disponibilizados pela mídia foram adotados à velocidade da luz. A *internet* constitui-se num meio mais apropriado às discussões pessoais e populares, difundindo ferramentas como o correio eletrônico (*e-mail*), o *Facebook*, *Likedin*, entre outras redes sociais mobilizadoras.

De fato, os antigos meios de comunicação social logo incorporaram esses avanços ao processo de elaboração da notícia. Mas só isso não basta, como ressalva o jornalista David Klatell, consultor jornalístico e responsável pela área de estudos internacionais da Columbia Journalism School. Em artigo sobre o Jornalismo intitulado *Ao Ataque* (2013), critica a apatia da Imprensa diante da inovação, anunciando que “a palavra de ordem é a ruptura”. Para ele, o Jornalismo não tem alternativa e deve partir para o ataque, sob pena de sucumbir junto a uma estrutura desatualizada e que a cada dia perde mais leitores, ouvintes e telespectadores.

Também o Laboratório de Jornalismo da Harvard University, o Nieman Lab, realizou estudos na área. Com o título *Riptide*, aborda uma série de entrevistas com executivos da indústria jornalística que ignoravam e ignoraram as rupturas ocorridas nas últimas décadas. O artigo de David Klatell cita Clayton Christensen, professor da Harvard School, que, em texto publicado na *Nieman Reports*, intitulado *Breaking News: Maturing the Art Disruptive Innovation in Journalism*, menciona que nem todas as empresas foram concebidas para virar o mundo de pernas para o ar. Por vezes, isso ocorreu até por acaso. Em outras ocasiões, somente depois de se consolidarem é que o efeito inovador, provocado por elas, contaminou também o mercado.

Portanto, como entendem os autores que escrevem sobre o futuro do Jornalismo, chegou o momento de redefinir o trabalho realizado. Não só em forma. Mas e especialmente no *modo* de fazer e no *conteúdo*. Paradigmas devem ser rompidos. A teimosia em permanecer insistindo com os antigos modelos do Jornalismo, além de afastar

leitores, ouvintes e telespectadores da mídia, vem acompanhada de apelos duvidosos. Uma espécie de *show business* para retardar e manter o envelhecido processo incólume, conforme observou Di Franco.

Quem sabe, então, um caminho mais simples: ligar o Jornalismo aos pleitos justos da sociedade, desligando-o do modo industrial que transformou a notícia em mercadoria. Não de modo disperso, como tem sido realizado, mas com veículos que o pratiquem integrando esse modelo em suas diversas fases de execução. Para isso, devem englobar os gêneros ligados à informação, interpretação, opinião, além dos diversos tipos que compõe a atividade de maneira específica (jornalismo solidário, cidadão, cívico, popular).

Como já citado, no *Jornalismo Protagonista*, o processo não termina com a publicação da notícia. Esse é apenas o início. A seguir, vem o desenvolvimento, a proposta de solução e a constatação se o problema foi realmente resolvido. Infelizmente ou felizmente, a maioria das influências em nossas vidas vêm dos políticos e das autoridades. Porém, muitas decisões políticas entram para a história como maléficas à sociedade, apesar das advertências da mídia. Enquanto for assim, os movimentos sociais vão se pronunciar com mais força e o *Jornalismo Protagonista* terá a utilidade robustecida, devido às características que o mundo ainda enfrenta: de extrema injustiça social, de corrupções e com pessoas desonestas gerindo o dinheiro público. A eleição é via importante. Todavia, sozinha é apenas uma das três bases fundamentais à democracia. A segunda é a administração técnica-política adequada dos recursos públicos e, a terceira, a fiscalização rigorosa dos atos de governo via *Jornalismo Protagonista* e Movimentos Sociais.

## REFERÊNCIAS

- ASSIS, F. e MELO, J. M. (orgs). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2010.
- BELTRÃO, L. **Jornalismo interpretativo**. Porto Alegre: Sulina, 1976.
- \_\_\_\_\_. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BERGER, C. **Jornalismo na comunicação**. In: Weber, M.H. , Bentz, I. e Hohlfeldt, A. (orgs). *Tensões e Objetos da pesquisa em Comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- BISCH, I. C. **Democracia representativa: porque todo o poder emana do povo**. Mundo Jovem, ano 48, 409, pp-20-23, 2010.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
- CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- DIEZHANDINO M. P. **Periodismo de servicio: la utilidad como complemento**. Barcelona: Casa Editorial S.A, 1994
- DORNELLES, B. e BIZ, O. **Jornalismo solidário**. Porto Alegre: GCI, 2006.

- DOWNING, J.(2004). **Mídia radical, rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: Senac, 2004.
- GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide, para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.
- GOMES, P. G. **O jornalismo alternativo no projeto popular**. São Paulo: Paulinas, 1990.
- GOMES, P. G. Entrevista ao autor em 28/05/2006.
- HAYE, Ricardo M. **Hacia una nueva radio**. Barcelona: Paidós, 1995.
- HOUAISS, A. e VILLAR, M. S. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2001.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA. **Índice de confiança social 2013**. <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/cai-a-confianca-dos-brasileiros-nas-instituicoes.aspx>
- KLATELL, D. **Ao Ataque**. Revista de Jornalismo ESPM – Edição brasileira da Columbia Journalism Review, ano 2013, 7, pgs. 14, 15.16 /nº 7, ano2.
- KLÖCKNER, L. **Os verdadeiros indicadores de uma nação**. Zero Hora, jornal, (2011, agosto, p. 12).
- MEDINA, Cremilda. (1988). **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Summus, 1998.
- MELO, J. M. **A opinião no jornalismo brasileiro** (2a ed.). Petrópolis: Vozes, 1994.
- ORTRIWANO, G. S. **A informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos** (3ª ed.). São Paulo: Summus Editorial, 1985
- PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Atlas de Desenvolvimento Humano Brasil 2013**. <http://www.pnud.org.br/> IDH/Atlas2013.aspx?indiceAccordion=1&li=li\_Atlas2013
- SILVA, J. M. **A miséria do jornalismo brasileiro: as (in)certezas da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- SOUZA, J. P. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos; Florianópolis: Obra Jurídica, 2002.
- THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- Transparency International. **Transparency International Corruption Perceptions Index 2013**. <http://www.transparency.org/cpi2013/results>
- TRAQUINA, N. e MESQUITA, M. **Jornalismo cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2013.
- WAGNER, C. Entrevista ao autor. 14/10/1998.