



Jornalismo participativo e as novas relações entre imprensa e audiência na produção de notícias¹

Giovana Borges Mesquita²

Universidade Federal de Pernambuco

Resumo

Diante de um cenário que se avizinha com mudanças na forma que a mídia é produzida, distribuída, consumida, conseqüentemente com mudanças no fazer jornalístico, que a nossa intenção ao longo do texto é discutir as novas relações entre imprensa e audiência capitaneadas pela figura do cidadão-repórter. De que forma o cidadão não jornalista interage com o fazer jornalístico, como ocupa esse espaço e como participa da produção de notícias na imprensa? São reflexões que exigem uma atenção do meio acadêmico, uma vez que esse cidadão passa a ter uma importância significativa como co-participe junto à mídia na construção social da realidade e também como um possível promotor de discussão sobre questões públicas.

Palavras-chave: Jornalismo participativo, Construção da notícia, Internet e Jornal

Introdução

As novas ferramentas da Internet estão mudando a forma como a mídia é produzida, distribuída e consumida. Fotografias, textos e vídeos gerados por usuários lideram a audiência dos boletins nas tvs e nas primeiras páginas dos jornais enquanto blogs de opinião redefinem as novas fronteiras do jornalismo (NEWMAN, 2009). Essa revolução tecnológica é um marco para o jornalismo e sinaliza novas formas de relação entre audiência e a mídia.

As novas tecnologias associadas à popularização da Internet, a partir da década de 90, potencializaram a interatividade, a instantaneidade e a hipermídia possibilitando aos cidadãos comuns uma co-participação crescente no processo produtivo de notícias para

1 Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010, em Campina Grande, Paraíba..

2 Doutoranda do curso de Comunicação da UFPE, e-mail:giovanamesquita@yahoo.com.br



web, televisões e jornais. Essa nova fase vem sendo denominada, por alguns autores, como jornalismo participativo. Jef Jarvis observa que com o crescimento do jornalismo participativo “nós estamos testemunhando uma mudança histórica no controle das organizações de notícias tradicionais para as próprias audiências” (JARVIS *apud* NEWMAN, 2009).

É diante desse cenário que se avizinha com mudanças no fazer jornalístico, que a nossa intenção ao longo do texto é discutir essas novas relações entre imprensa e audiência capitaneadas pela figura do cidadão co-produtor de notícias. De que forma esse cidadão não jornalista interage com o fazer jornalístico, como ocupa esse espaço e como se dá essa co- participação na produção de notícias para a imprensa? Esses são alguns questionamentos sobre essa nova forma como a mídia se manifesta. Mudanças, que trazem à tona também discussões importantes sobre participação, exercício da cidadania, entre outros. As produções realizadas pelo cidadão são consideradas por alguns teóricos como “tecnologias da liberdade”, ou seja, aquelas que não se pode controlar o conteúdo, que proporcionam agregações sociais e que multiplicam o pólo de emissão não centralizado”(POOL *apud* LEMOS, 2004, p. 70).

Mas, por outro lado, há autores como Amorim (2009), que desmistificam um pouco a idéia de participação democrática do cidadão junto à mídia apontada, por alguns estudiosos, como grande trunfo do jornalismo participativo. Ela explica:

Enquanto o jornalismo cidadão disseminado na web carrega a bandeira de ser um canal público e aberto para a publicação de fatos e idéias, o jornalismo participativo praticado nas mídias tradicionais carrega a relação entre competência e autoridade. Competência do cidadão, autoridade do veículo. (AMORIM, 2009, p. 10).

São inúmeras reflexões que exigem uma atenção do meio acadêmico, uma vez que esse cidadão, até bem pouco denominado “audiência”, passa a ter uma importância significativa como co-participe junto à mídia na construção social da realidade e também como um possível promotor de discussão sobre questões públicas.

A construção da notícia

Como observa Traquina (2005) compreender como as notícias são tem sido objeto de longa pesquisa e levado a diferentes teorias. O itinerário seguido nesse trabalho é o que



entende a notícia como construção social da realidade, que tem sua origem na Fenomenologia Social, com Alfred Schutz, nos anos 40. Graças à influência da obra de Schutz e de autores como Peter Berger e Thomas Luckmann surgiram trabalhos, como destaca Correia (2005), que têm apontado para a importância do construtivismo sociofenomenológico no âmbito dos estudos dos meios de comunicação de massa.

A teoria construtivista da notícia é oposta à perspectiva das notícias como “espelho da realidade. Explicando essa oposição, Traquina (2005) afirma que a linguagem não pode funcionar como transmissora direta do significado dos acontecimentos, já que não existe linguagem neutra; e os meios de comunicação transmitem a sua interpretação dos acontecimentos devido a fatores como pressões organizacionais, limitações orçamentárias e a imprevisibilidade dos acontecimentos. Essas razões, segundo Traquina (2005), afastam por completo a idéia da notícia como “reflexo” da realidade.

A produção de notícias, dentro do paradigma da construção social da realidade é um processo que vai muito mais além do que retratar um evento. Ele envolve desde a captação, elaboração, até uma audiência interativa. Envolve momentos de contextualização e descontextualização dos fatos. É resultado da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras de redação), da língua e das regras do campo das linguagens, da enunciação jornalística e das práticas jornalísticas (VIZEU, 2008).

A produção de notícias destina-se a construir marcos interpretativos, que são utilizados pelo leitor na sua relação com o mundo (LIPPMANN, 1922). Pereira (2009) ressalta que como integrante do dia-a-dia das pessoas, a produção jornalística já aparece como algo pré-interpretado, como uma realidade objetiva. Construções que aparecem como tipificações do jornalismo, mapas ou atalhos, que segundo Lippmann (1922), ajudam o homem e a mulher a lidar com a realidade cotidiana.

Definindo o jornalismo como um conjunto de ‘estórias’, ‘estórias’ da vida, ‘estória’ das estrelas, ‘estórias de triunfo e tragédia’, Traquina (2005) explica que para a construção dessas estórias, ou das notícias, a informação que chega das mais diversas formas à redação, passa por vários processos de seleção e edição.



Ou seja, o jornalista leva em conta critérios de noticiabilidade, que Wolf (2008) define como “o conjunto de elementos por meio dos quais o aparato informativo controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimentos que servirão de base para a seleção das notícias” (WOLF, 2008, p. 202). Os valores-notícia (*news values*) fazem parte dessa noticiabilidade e são valores partilhados pelos jornalistas.

Com base nas idéias de Wolf, Traquina propõe uma sistematização dos valores-notícia que são divididos em dois grupos: os de seleção e os de construção. Os de seleção são subdivididos em: a) critérios substantivos: avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia; b) critérios contextuais: dizem respeito ao contexto de produção da notícia. Já os de construção “funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento como notícia” (TRAQUINA, 2005b, p. 78).

Partindo dessa sistematização, Traquina elenca os critérios substantivos dos valores-notícia de seleção da seguinte forma: (1) a morte; (2) notoriedade do ator principal; (3) proximidade; (4) relevância; (5) novidade; (6) tempo: atualidade; *news pegs*; e permanência; (7) notabilidade; (8) inesperado; (9) conflito ou controvérsia; (10) infração; (11) escândalo.

São alguns desses critérios que colaboram para o jornalista definir o que será veiculado ou não pela imprensa contribuindo para a construção social da realidade. Mas de acordo com Correia (2005), os *media* não se limitam a escolher o que é importante. Eles ajudam a determinar ou reforçar o que é importante. Saperas *apud* Correia (2005, p. 130) acrescenta:

(...) a atividade informativa não deve ser considerada, no seio da complexa sociedade contemporânea, como resultado de uma simples ação seletiva (própria do *gatekeeper*), mas como uma ação orientada para a construção da realidade social, objetivando-se institucionalmente através das práticas cotidianas de representação do acontecido.

Os jornais e a participação do cidadão



Segundo Orihuela (2008), a Internet é, sem dúvida, o meio que melhor se adapta à natureza complexa, poliédrica e dinâmica da informação e não há nenhum meio tradicional que possa competir neste sentido. Mas isso, longe de ser o fim dos meios tradicionais, como os jornais, representa para eles uma oportunidade de mudança, de reinvenção e de redefinição.

Um desses caminhos de mudança tem passado pela participação da audiência. Os exemplos são diversos, mas na maioria das vezes ainda são mais presentes nas versões *on lines* dos veículos de comunicação. BBC, CNN, The New York Times, Estadão e O Globo são alguns dos veículos que vêm apostando na participação do cidadão na produção de conteúdos, abrindo canais virtuais para receber fotos, vídeos ou textos noticiosos.

O Estadão, desde 2005, conta com um projeto, Foto Repórter, em que o leitor participa podendo enviar fotos pela web e essas imagens, quando de interesse jornalístico, são publicadas no Portal Estadão, podendo chegar às páginas dos jornais O Estado de São Paulo e da Tarde. Além disso, as imagens podem ser disponibilizadas para venda, através da Agência Estado que comercializa conteúdo jornalístico, com clientes no Brasil e no Mundo. Os leitores são remunerados quando a fotografia é utilizada pelos veículos impressos do Grupo Estado.

O Globo disponibiliza em seu site a seção Eu-Repórter, desde 2006, onde amadores podem enviar textos, fotos e vídeos para publicação na internet e na versão impressa. Em 2009, o portal criou dentro da seção de jornalismo participativo, um mapa onde são destacados os problemas de infra-estrutura das cidades do Rio de Janeiro, Niterói e São Gonçalo. Esse mapa é elaborado a partir de informações enviadas pelos leitores ao Eu-Repórter. Ao navegar por ele, o internauta pode ficar sabendo qual a rua que inunda quando chove, onde há buraco, onde não tem saneamento e onde há lixo. Informações de locais que na maioria das vezes não fazem parte da cobertura da grande imprensa.

Em Pernambuco, o jornal mais antigo em circulação da América Latina, o Diário de Pernambuco, também abriu espaço para a co-participação do cidadão na produção de notícias. O jornal veicula, semanalmente, às terças-feiras, a página Cidadão-Repórter. Vinculada à editoria Vida Urbana do Diário de Pernambuco, a página é produzida por



uma equipe do jornal, a partir das sugestões enviadas pelos usuários do fórum participativo na Internet, também intitulado Cidadão-Repórter, que está no ar desde 2007. Na versão impressa, há espaço para “foto do leitor” e notas sobre temáticas diversas como: transporte, iluminação pública, urbanismo, limpeza urbana, trânsito.

Já o Sistema Jornal do Commercio, empresa que reúne o jornal de maior circulação de Pernambuco (Jornal do Commercio), além de veículos de rádio, televisão e Internet, criou uma página intitulada Meu JC (<http://meujc.uol.com.br/>), desde outubro de 2007. O veículo participativo do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação na Internet difere do Cidadão Repórter. Além de estipular formatos para a publicação, as informações postadas pelos usuários só vão para o ar quando são editadas por uma jornalista responsável pelo site. Na matéria de lançamento do Meu JC, publicada no dia sete de outubro de 2007, estava explicitada como se dava o funcionamento do site: “Os colaboradores enviam a notícia pelo site(...), na redação do SJCC, uma equipe de profissionais ajuda a formatar o conteúdo para a web, dando também o suporte na revisão de texto e apuração dos fatos” (JORNAL DO COMMERCIO, 2007).

A participação do cidadão no jornalismo

Há um tempo quando debates atuais sobre o que contar como “jornalismo cidadão” são energicamente contestados, não é surpresa que desacordos sobre a origem do termo tenda ser similarmente atacado (ALLAN, 2009). Não é fácil determinar quando a frase “jornalismo cidadão” inicialmente emerge num discurso público e similarmente quando entrou no léxico jornalístico.

Allan (2009) enfatizando que não havendo uma definição única e preponderante da descoberta, os esforços podem utilmente procurar seguir aquelas ocasiões quando o termo figura em deliberações sobre o status do “amador” em relação com aquela do “profissional”. E partindo desse ponto, embora longe de um consenso, reconhece-se como momento decisivo, as reportagens de crises, consolidadas nas imediatas conseqüências do Tsunami no Sul da Ásia, em dezembro de 2004.

Segundo destaca Allan (2009), este foi um momento decisivo quando o jornalismo cidadão se tornou uma figura proeminente no mundo jornalístico. Ele acrescenta:



A quantidade notável de filmagem de vídeo amador, fotos instantâneas de celular – muitas das quais foram postadas em blogs e páginas pessoais – sendo feitas por cidadãos comuns que estavam no momento (turistas, em muitos casos) foi largamente reconhecido como uma contribuição única para a cobertura do jornalismo de massa (ALLAN, 2009, p. 18).

Nos anos após o Tsunami, o jornalismo cidadão tinha conseguido seu lugar no vocabulário jornalístico, freqüentemente associado com eventos específicos de crise. E a partir daí passou a ser descrito de várias maneiras como “jornalismo popular”, “jornalismo de código aberto”, “jornalismo participativo”, “jornalismo super local”, “jornalismo de rede”, entre outros termos. Mas, como reforça Allan (2009), mesmo com várias descrições e controvérsias, um fato não deixa dúvida: essa nova forma de produção de conteúdos para os *media* está remodelando os protocolos e as prioridades da reportagem de crise.

Amorim (2009) observa essa confusão conceitual sobre a nomenclatura, constatando que na web e também em outras mídias, o jornalismo participativo costuma aparecer como sinônimo de jornalismo cidadão (*citizen journalism*) ou jornalismo *open source* (código aberto). Entretanto, há autores como Targino (2009), que não diferenciam o jornalismo participativo, do jornalismo cidadão (*citizen journalism*), colaborativo ou de código aberto (*open source*). “Todas essas novas expressões demarcam as distinções entre a *web* tradicional e esta, que se expande como rede social, privilegiando a participação, a colaboração do cidadão e dos grupos sociais à frente da produção de notícias” (TARGINO, 2009, p. 59).

Mas Amorim (2009), entretanto, destaca a inadequação do termo jornalismo cidadão, por não se tratar do cidadão fazendo jornalismo, bem como desconsidera o jornalismo participativo como sinônimo de jornalismo *open source*, uma vez que esse último surgiu como forma de definir um estilo próprio para o jornalismo praticado em *wiki*, que permite a alteração do conteúdo de uma página por qualquer internauta. Definindo jornalismo participativo como a prática de cidadãos comuns, leigos com relação ao fazer jornalístico, que, por meio do envio de insumos, sobretudo imagens de interesse jornalístico, participam da construção de materiais noticiosos (AMORIM, 2009).

Essa nova prática, que possibilita o cidadão comum poder ser co-produtor de notícias, vem tomando forma na sociedade da informação, na fase denominada jornalismo digital



de terceira geração, onde os sites jornalísticos incorporam outros *media*, sendo designados hipermediáticos. Onde a interatividade e a hipertextualidade iniciadas na fase anterior acentuam-se com a convergência dos meios e a busca de suprir as demandas dos cidadãos, de forma individualizada. A interatividade prevê oportunidades de participação do internauta para expressar opiniões, votar, enviar produções com vídeo ou em outros suportes, embora essa liberdade esbarre nos limites preestabelecidos individualmente pelos sites (MIELNICZUK *apud* TARGINO, 2009).

Deuze (2009) analisa que o jornalismo cidadão no nível local como uma forma de conectar o produto-notícia e informação com uma comunidade específica não é nada novo. Ele entende que o “novo” sobre o jornalismo cidadão é que ele ocorre no contexto de um esvaziamento de criatividade, ou – em outras palavras – de esvaziamento do trabalho assalariado, trabalho de notícia na direção de voluntários não pagos e de se interpelarem os mencionados consumidores-cidadãos como colegas cidadãos, sem necessariamente investirem em treinamento, monitoração ou arranjos de proteção.

No entanto, Deuze (2009) faz questão de acrescentar que não há dúvida de que um sistema de notícia futuro será baseado pelo menos em parte, em um modo de produção conectivo e interativo, onde fazedores de mídia e usuários irão co-existir, colaborar e assim, efetivamente competir para tomar parte em uma construção mútua da realidade.

Considerações finais

Kovach e Rosentiel (2003) observam que cada vez que há mudanças significativas no campo social, econômico e tecnológico a forma de recebermos informação passa por transições importantes. Foi assim com a chegada do telégrafo entre 1830 e 1840; na década de 20, com a invenção do rádio, o aparecimento dos jornais tablóides e a cultura da fofoca; em 50, com o advento da televisão e agora com a Internet.

No campo jornalístico, as mudanças capitaneadas pela Internet, sobretudo, a partir deste século, têm sinalizado novas formas de relação entre as audiências e a mídia, que inevitavelmente se refletem na prática jornalística. Uma dessas novas formas é o Jornalismo Participativo.



No caso da imprensa, a co-participação do cidadão gerador de notícias é uma forma de atrair e fidelizar uma audiência, que tem encontrado nas versões digitais estratégias participativas. Atentos para o fato de que os leitores estão mais participativos, os jornais começam a abrir um canal para que sejam trazidos às suas páginas, alguns problemas e discussões, que interessam a uma localidade.

A parceria cidadão co-produtor de notícias e jornalista também pode ser um caminho para minimizar a existência de “buracos” na rede noticiosa. Uma vez que funcionando como “fonte de informação”, o cidadão pode ampliar a pauta dos veículos.

Vale aqui ressaltar que essa produção de notícias pelo cidadão, sem a mediação do jornalista, não é entendida por nós como uma atividade jornalística, mas consideramos que é uma oportunidade de aproximação da sociedade com os grandes jornais o que pode trazer a discussão de questões públicas. Sem falar que os cidadãos co-produtores de notícias podem ampliar o fórum de discussão em busca de seus direitos para além do jornal.

Não se pode perder de vista, como destaca Vizeu (2009), o Jornalismo como um espaço de mediação e de ação nesse processo de conscientização, passando a ocupar um lugar ainda mais relevante na contribuição para o aperfeiçoamento da democracia.

Ainda são muitas discussões que se ensaiam nesse novo quadro, obrigando os veículos tradicionais a repensar sua forma de atuar tendo em vista suas transformações diante de uma convivência forçada com os novos circuitos (PALACIOS& MUNHOZ, 2009). Já o jornalismo, ocupando um espaço importante na maneira com que os cidadãos e cidadãs percebem e organizam mentalmente o mundo ao seu redor precisa urgentemente, como destaca Chaparro (2007), descobrir, tomar consciência, se preparar para exercer os novos papéis que lhe cabem, em uma sociedade movida pelas energias da informação e pelos embates discursivos de instituições e pessoas que sabem o que dizer, como dizer e quando dizer.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



ALLAN, Stuart. **Histories of Citizen Journalism**. In: _____; THORSEN, Elinar. Citizen Journalism: global perspectives. New York: Simon Cotle General Editor, 2009.

AMORIM, Lidiane Ramirez. **(Tele)jornalismo participativo: novos olhares sobre as notícias de TV**. Acessado em 11/10/2009. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2048-1.pdf>

CORREIA, João Carlos. **A Teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Lisboa: Horizonte, 2005.

CHAPARRO, Manuel. **Pragmática do Jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 2007.

DEUZE, Mark. **The future of citizen journalism**. In: ALLAN, Stuart; THORSEN, Elinar. Citizen Journalism: global perspectives. New York: Simon Cotle General Editor, 2009.

IGARZA, Roberto. **Nuevos médios: estratégias de convergência**. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

JORNAL DO COMMERCIO, Recife: Jornal do Commercio, 07 out. 2007.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do Jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LIPPMANN, W. **The World outside and the pictures in our heads**. In: Public Opinion, New York Free Press, 1922.

NEWMAN, NIC. **The rise of social media and its impact on mainstream journalism: a study of how newspapers and broadcasters in the UK and US are responding to a wave of participatory social media, and a historic shift in control towards individual consumers**. Disponível em:

http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/Publications/The_rise_of_social_media_and_its_impact_on_mainstream_journalism.pdf. Acessado em: 13/10/2009.

ORIHUELA, José Luís. Entrevista concedida a Gabriela Azevedo Forlin. Vale do Itajaí, 04 de abril de 2008. Disponível em:

<http://200.169.57.200/modules/system/stdreq.aspx?P=1984&VID=default&SID=785996894773429&A=open:news:item:304&S=1&C=29580>. Acessado em: 02/10/2009.

PALACIOS, M.; MUNHOZ, P. **Fotografias, Blogs e Jornalismo na Internet: oposições, apropriações e simbioses**. In: BARBOSA, Suzana(org). Jornalismo digital de terceira geração. Disponível em http://www.labcom.ubi.pt/livros/labcom/pdfs/barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf. Acessado em 17/10/2009.

PECQUERIE, B.; KILMAN, L. **Do jornalismo cidadão ao conteúdo gerado pelo usuário**. Acessado em: 16/10/2009. Disponível em:

<http://usinfo.state.gov/journals/itgic/1207/ijgp/pecquerie.htm>

PEREIRA, Fábio Henrique. **Jornalismo e construtivismo: a atividade como realidade socialmente construída**. Disponível em: http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos9_e.htm. Acessado em: 28/12/2009.



TARGINO, Graça. **Jornalismo Cidadão: informa ou deforma?** Brasília: IBICT /UNESCO, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística - uma comunidade transnacional.** Florianópolis: Insular, 2005.

_____, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são.** v.1. Florianópolis: Insular. 2005a.

_____, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são.** v.2. Florianópolis: Insular. 2005b.

VIZEU, A; CORREIA, J. **A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência.** In: VIZEU, A. (org). A sociedade do telejornalismo. Petrópolis: Vozes, 2008.

VIZEU, Alfredo. **Ética, verdade e objetividade.** Disponível em: www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos. Acessado em 12/10/2009.

_____, Alfredo. **Telejornalismo: o conhecimento do cotidiano.** Acessado em 10/10/2009. Disponível em: <http://posjor.ufsc.br/public/docs/181.pdf>

WOLF, Mauro. **Los efectos sociales de los media.** Barcelona: Paidós, 1994.

_____. **Teorias da Comunicação de Massa.** São Paulo: Martins Fontes, 2008.