



O Jornalismo na Construção Social da Realidade e a Sociedade na Construção do Jornalismo¹

Juliana Ângela da SILVA²

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

Resumo

Refletir sobre o jornalismo e a coprodução de notícias sob a perspectiva do Construtivismo é o eixo central deste trabalho. Partindo das ideias de alguns autores como Peter Berger e Thomas Luckmann. O objetivo é procurar mostrar como a realidade social é instituída com base no fato de que o Jornalismo como instituição influencia as pessoas e ajuda-as nos processos de interpretação e construção da realidade social. As reflexões aqui levantadas ressaltam também a atuação da sociedade na construção do jornalismo destacando o público como coprodutor de notícias.

Palavras-chave

Jornalismo; Construtivismo; Coprodução.

Introdução

A relação entre o jornalismo e a realidade social representa um ponto norteador quando se pretende estudar a coprodução de notícia à luz do Construtivismo. Vale destacar que a abordagem construcionista aqui destacada não resume sua análise apenas à emissão das notícias e às relações profissionais no processo de produção delas. O construcionismo ressaltado neste trabalho leva em consideração a atuação da sociedade na composição do jornalismo. Lançando mão das ideias de autores como Berger e Luckmann (2009), Corcuff (2001), Alsina (2005), o intuito aqui é referenciar a construção social da realidade através do jornalismo bem como relacionar a construção do jornalismo com o advento do Jornalismo participativo. Assim, este trabalho propõe reflexões acerca do papel do jornalismo na sociedade contemporânea, ressaltando sua atuação no processo de construção da realidade, sendo um lugar de referência. O artigo destaca também a participação do cidadão comum no fazer notícia, estudando os aspectos socioculturais que permeiam o jornalismo participativo e ressaltando as reconfigurações de papéis na prática jornalística.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

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



A realidade social influencia os meios de comunicação e também é influenciada por eles. Em relação ao jornalismo, na medida em que ele é reconhecido socialmente e é institucionalizado por meio de processos que Berger e Luckmann (2009) chamam de exteriorização, objetivação e interiorização, ele passa interferir nos processos de construção social da realidade, agindo sobre as pessoas e ajudando-as a entender e construir sua realidade. Isso ocorre porque os indivíduos estão diretamente ligados a tais processos na medida em que sofrem influência dos meios de comunicação e, por sua vez, também os influenciam.

Um dos aspectos relacionados à influência dos indivíduos nos meios de comunicação é o público enquanto coprodutor de notícias. Dessa forma, percebe-se que o cidadão comum influenciado pelo jornalismo agora também ajuda no processo de construção da notícia. Para isso lança mão do conhecimento próprio e do conhecimento repassado pelos meios de comunicação, especialmente pelo telejornal, para interferir diretamente nas práticas jornalísticas. Acidentes, flagrantes, denúncias, problemas da comunidade, imagens curiosas, nada escapa às lentes do público coprodutor, que munido de aparelhos celulares, câmeras digitais, computadores portáteis, está sempre a postos onde as equipes de reportagem não conseguiram chegar e enviam informações em tempo hábil para que os fatos registrados virem notícia. A tecnologia aliada à influência do jornalismo sobre a sociedade vem sendo responsável por ressignificações de papéis. O jornalista muitas vezes não precisa correr atrás da notícia, ao invés disso, ele é responsável por filtrar o que vem até ele pelos espectadores, que agora atuam como produtores sugerindo pautas, cinegrafistas captando cada detalhe dos fatos, fotógrafos e até repórteres narrando acontecimentos, escrevendo e enviando textos.

O fenômeno da Convergência midiática relacionada com as novas tecnologias de informação e comunicação também é um dos fatores responsáveis por essa crescente participação do cidadão comum no jornalismo. Esse cidadão, ao invés de apenas consumir a notícia, auxilia em sua produção sugerindo pautas, apurando fatos, registrando e enviando imagens. Assim, o que tem se observado é que o jornalismo atua na construção social da realidade e a sociedade, por sua vez, vem atuando na construção do jornalismo.

A Construção Social da Realidade: um Pouco da Teoria Construtivista

Estudar a conduta do ser humano na vida cotidiana é ressaltar a capacidade que cada indivíduo possui de transformar e construir a si próprio e a sua realidade, bem



como, perceber como a realidade influencia as atitudes e comportamentos de cada pessoa. Nesse sentido, as teorias construtivistas destacam a ideia de que o homem responde a estímulos externos, agindo sobre eles para construir seu próprio conhecimento. O Construtivismo ratifica, dessa forma, a condição do ser humano como ser social, que colabora na construção do mundo em que está inserido.

Recorrendo a algumas correntes construtivistas, pode-se perceber que Corcuff (2001) em “As Novas Sociologias” observa que as perspectivas construtivistas abarcam desconstruções e reconstruções da realidade. Ele destaca pensadores como Norbert Elias, Bourdieu, Alfred Schütz, entre outros, ressaltando o Construtivismo sob a ótica de autores que, além de analisar os indivíduos e suas interações, se esforçam para sair do nível microsociológico. Corcuff (2001) aponta algumas diferenças e, ao mesmo tempo, aproximações entre o Construtivismo Estruturalista, que parte das estruturas sociais, reivindicado por Pierre Bourdieu e o Construtivismo Fenomenológico, ao qual estão mais próximos os trabalhos de Peter Berger e Thomas Luckmann, desenvolvidos a partir de Alfred Schütz. Nessa última perspectiva, “a sociedade é uma produção humana; uma realidade objetiva e o homem é uma produção social”. (BERGER e LUCKMANN, 2009, p. 87)

Na obra “A construção social da realidade”, Berger e Luckmann (2009) partem da Sociologia do Conhecimento e expõem uma espécie de ciclo em que a ação subjetiva do homem pode criar fatos objetivos, que por sua vez, vão interferir na subjetividade de cada ser humano. Em se tratando de realidade, os autores a definem como “uma qualidade pertencente a fenômenos que reconhecemos terem um ser independente de nossa própria volição” (BERGER e LUCKMANN, 2009, p.11) isso significa que a realidade social não depende totalmente da vontade do indivíduo, existe antes dele. Por outro lado, Berger e Luckmann (2009), acreditam que, ainda que o indivíduo não tenha o poder de mudar com facilidade a realidade social, ela é, de modo parcial, um produto humano.

A construção social da realidade decorre, segundo Berger e Luckmann (2009), da existência de uma relação dialética entre o indivíduo e a sociedade que resulta da interação de três processos: a sociedade e a ordem social existem somente como produto das ações dos indivíduos (exteriorização); A sociedade é, porém, uma realidade objetivamente independente da consciência dos indivíduos (objetivação); Os indivíduos, não obstante, são um produto da sociedade (interiorização). Percebe-se, assim, que esses autores analisam o processo de construção da realidade social partindo da ação do



sujeito para a sociedade e desta para o processo de internalização subjetivo defendendo que o ambiente sócio-cultural está intimamente ligado ao processo de desenvolvimento biológico do homem.

Dessa forma, mesmo que a estrutura biológica humana seja colocada a serviço da realidade social, essa realidade não pode ser vista unicamente como natural e de forma independente do ser humano. O homem depara-se com a realidade e, diante dela, apresenta hábitos comuns. As ações humanas estão sujeitas a se transformarem em hábitos, que direcionam a atividade humana e economizam esforços. Essa economia de esforços é repassada de geração para geração e se transformam em um meio de enfrentar determinadas situações da realidade. Esse é o ponto de partida para o processo de institucionalização:

A institucionalização ocorre sempre que há uma tipificação recíproca de ações habituais por tipos de atores. Dito de maneira diferente, qualquer uma dessas tipificações é um instituição. O que deve ser acentuado é a reciprocidade das tipificações institucionais e o caráter típico não somente das ações mas também dos atores nas instituições. As tipificações das ações habituais que constituem as instituições são sempre partilhadas. (BERGER e LUCKMANN, 2009, p.79)

Assim, por meio dessa institucionalização, os indivíduos estabelecem atitudes padronizadas que se constituem em regras. Tais atitudes, repetidas, transmitidas e regularizadas tornam-se naturalizadas e objetivadas como reais. Com isso, a tomada de consciência de tais fatos como reais e o conhecimento gerado através deles propiciam os processos de legitimação e, assim, é composta a realidade da vida cotidiana dos indivíduos. Trazendo tais conceitos para o estudo do jornalismo e tomando este como uma forma de demonstrar essa construção da realidade, podemos dizer que a realidade do jornalismo existe independente dos indivíduos, mas ela só é subjetivada no momento em que as pessoas adquirem o conhecimento sobre o que é o jornalismo. Só assim, ele passa a existir na consciência das pessoas e é institucionalmente reconhecido como prática profissional, social e cultural.

Así pues, podemos establecer que los periodistas tienen un rol socialmente legitimado e institucionalizado para construir la realidad social como realidad pública y socialmente relevante. Estas competencias se realizan en el interior de aparatos productivos especializados: los *mass media*. (ALSINA, 2005, p.51-52)



O Jornalismo e a Construção da Realidade

Aplicar a perspectiva construtivista aos estudos sobre o jornalismo não significa dizer que o jornalismo constrói toda e qualquer realidade, e sim, que ele atua na construção da realidade social do cotidiano. A relação entre a prática jornalística e a realidade social é ressaltada por Alsina (2005). O autor parte da noção da construção da realidade, como produção de sentido através da prática produtiva e das rotinas organizacionais da profissão de jornalista. Para ele, os *mass media* criam a realidade social na medida em que os acontecimentos são conhecidos graças a esses meios e as suas atividades discursivas. Dessa forma, o processo de construção da realidade social depende da prática produtiva do jornalismo.

De hecho, lo que no aparece en los medios no existe para mucha gente. Los medios dan visibilidad a los hechos. (...) Pero no sólo esto, además los *mass media* aproximan al individuo a la realidad de una forma especial. La representación por parte de los media de la realidad va mucho más allá de la propia realidad perceptible. Es decir, el ojo electrónico llega donde no puede llegar el ojo humano. Un caso paradigmático es la moviola de los programas deportivos de televisión. Es el ojo electrónico el que nos va a permitir dilucidar lo que no pudimos ver en la realidad. Los *mass media* nos aproximan así a los acontecimientos de una forma absolutamente distinta para el individuo. (ALSINA, 2005, p. 143)

Assim o Construtivismo e o jornalismo estão ligados na medida em que este pode ser tomado como um campo de conhecimento, um produto e uma prática social, que possui regras, rotinas, normas, fatores econômicos, políticos e sociais. Isso ratifica o jornalismo enquanto resultado de um processo de institucionalização que age no mundo dos indivíduos à medida que transmite e interpreta fatos da realidade.

Entretanto, dizer que o jornalismo contribui para a construção social da realidade não significa afirmar que ele seja uma transcrição da realidade. Apesar de haver uma linha de pensamento que defende a teoria do espelho, o que se observa é que o jornalismo, procurando se aproximar da verdade dos fatos e, por meio de enquadramentos, faz uma interpretação e não uma reprodução do real. Dessa forma, nesse processo de construção social, o papel legitimado do jornalista é coletar os acontecimentos relevantes e dar-lhes sentido, propondo com a sociedade um acordo de confiança. A sociedade por sua vez, interage de diversas formas arrematando assim essa construção da realidade. Em relação a essa dicotomia (espelho versus construção) em que está envolvida a prática jornalística, Alsina (2005) destaca:



Podemos resumir las definiciones de la noticia a partir de dos grandes grupos. Por un lado estarían los que defienden la concepción de la noticia como espejo de la realidad. Por otro lado, la noticia sería concebida como construcción de la realidad. (...) La definición que propongo es la siguiente: noticia es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible. (ALSINA, 2005, p.333-334)

O autor afirma existir no jornalismo três mundos distintos e interrelacionados: o mundo “real”, o mundo de referência e o mundo possível. Com base nesses três mundos, uma teoria do jornalismo construtivista pode ser delineada na medida em que se interpreta o mundo real como sendo o mundo dos acontecimentos e o jornalismo como intérprete da realidade para que os indivíduos possam compreendê-la e/ou modificá-la. Nesse sentido, no que se refere à atuação dos indivíduos, vale salientar que a construção da realidade por parte do jornalismo não deve ser vista apenas a partir da perspectiva dos produtores da notícia. O papel dos indivíduos no processo de construção da realidade é de suma importância. O jornalismo enquanto instituição deve ser compreendido tanto através da atuação de seus profissionais, quanto pela influência que essa atuação exerce na vida das pessoas, e também pela forma que a sociedade se comporta em relação ao jornalismo. O fato é que, da mesma maneira que o jornalismo institui a realidade social, também é instituído por ela.

Para compreender essa relação entre jornalismo e sociedade e perceber de que forma a prática jornalística influencia a vida das pessoas e auxilia a construir e entender a realidade, é válido destacar o pensamento de Correia e Vizeu (2008). Os autores acreditam que o jornalismo, em particular o telejornal, atua como um “lugar de referência” na vida das pessoas assumindo papel semelhante ao de instituições como família, escola, igreja. Outro aspecto destacado pelos autores é a segurança que o telejornal transmite para a sociedade em relação à permanência do mundo cotidiano. Ao assistir ao telejornal o indivíduo tem a certeza de que tudo está transcorrendo como de costume. Alsina (2005), citando Martín Serrano (1985), confirma essa ideia de segurança que alguns meios de comunicação imprimem na sociedade:

No todos los medios son sólo medios de información. Martín Serrano (1982, pág. 43) puntualiza que en España la televisión y la radio cumplen la función de refuerzo de la identidad social. Esta función se da cuando el hecho de que el medio comunique significa que el mundo sigue funcionando regularmente, independientemente del contenido de los medios. (ALSINA, 2005, p.77)



Ainda no que se refere à influência do jornalismo na sociedade e, conseqüentemente, ao processo de construção social da realidade, cabe destacar a função pedagógica do telejornal, também apontada por Correia e Vizeu (2008). Para eles, os noticiários de TV proporcionam às pessoas orientação nas sociedades mais complexas. Dessa forma, as notícias de telejornal, por meio de seus enquadramentos, estabelecem a organização e significados da realidade social. Além de contribuir para a compreensão dessa realidade, a relação pedagógica que o telejornal estabelece com o telespectador possui outra característica observada por Vilches (1989). Tal característica consiste em ensinar como se portar diante do texto televisivo, com que atitude comunicativa e em que condições o telespectador deve aprender as características do gênero.

Com isso, o público assistindo aos telejornais, adquire conhecimento tanto em relação ao mundo quanto em relação ao próprio fazer jornalístico. O telespectador aprende dessa forma, quais fatos podem ser tidos como noticiáveis, critérios de importância e de interesse da notícia. Diante desse aprendizado, ele sabe, então, como se portar perante a realidade construída pelo telejornalismo, compreende quais fatos, informações e imagens podem virar notícia e sabe também que, uma vez noticiados esses fatos, a realidade tem grandes chances de ser modificada. Então a audiência sente-se capaz de oferecer informações, dados, imagens, que podem virar notícia. Entra em cena, o jornalismo participativo.

A Sociedade na Construção do Jornalismo: os Coprodutores da Notícia

Como já foi mencionado, o jornalismo não apenas constrói a realidade social como também é constituído por essa realidade. Isso ocorre na medida em que as pessoas compreendem, interpretam e modificam os fatos veiculados pelos jornalistas. Mas esse processo de construção do jornalismo pode adquirir uma perspectiva ainda mais direta no momento em que o indivíduo atua como coprodutor de notícias.

As perspectivas construtivistas destacam a capacidade humana de participar do processo de construção social da realidade e chamam atenção para a capacidade inerente ao ser humano de transformar a realidade. Essa capacidade humana de atuação na sociedade é ratificada quando os consumidores da notícia passam a ser também produtores dela. É inegável que o jornalismo pode mobilizar os cidadãos a refletir sobre



temas e problemas presentes na sociedade. Além disso, o que se percebe atualmente é que o cidadão comum, mesmo não sendo legitimado para atuar como jornalista, vem desempenhando papéis próprios de jornalistas profissionais na medida em que também participa do processo de seleção dos acontecimentos veiculados e que compõem a realidade social construída pelo jornalismo.

O telejornalismo tem desempenhado um importante papel, atuando como um lugar de referência, como um fator de construção da realidade sendo uma das principais instâncias de construção de valores coletivos e hábitos sócio culturais no contexto da sociedade da informação. Dessa forma, o telespectador reage inserindo-se cada vez mais no fazer jornalístico, fazendo despontar, assim, o jornalismo participativo. Além do caráter pedagógico do telejornalismo, as novas tecnologias e os processos de convergência midiática são também responsáveis por essa crescente participação do público na construção do jornalismo.

As inovações tecnológicas vêm mudando hábitos, contribuindo de forma direta no processo de construção social da realidade e influenciando o processo de construção no que se refere às práticas jornalísticas. Em relação às novas tecnologias é pertinente aludir aos processos de inovações tecnológicas que vêm ocorrendo nas últimas décadas do século XX e neste início do século XXI, principalmente relacionados às novas tecnologias de informação e comunicação. Para Castells (1999), a revolução tecnológica que eclodiu nos últimos 30 anos transformou modos de pensar, produzir, consumir, comunicar. Se inovações midiáticas como a televisão, o cinema, o rádio já representavam significativas mudanças no modo de vida da sociedade do século XX, as imbricações destas com as tecnologias advindas da revolução digital vivenciada atualmente marcam e influenciam fortemente o cidadão do século XXI.

Esse panorama caracterizado por uma variedade de novos dispositivos tecnológicos e pelas mais diversas formas de se comunicar configura um impacto social protagonizado pelas mudanças no consumo e na produção de informações. O intenso fluxo comunicacional é possibilitado pelas tecnologias de comunicação e informação que torna os conteúdos cada vez mais propagáveis. Dessa forma, percebem-se maneiras particularizadas de produção, difusão e armazenamento de informações, tendo a mobilidade, a velocidade e a interatividade como aspectos inerentes a uma sociedade totalmente interconectada. Na concepção de Jesus Martín-Barbero,

O que a revolução tecnológica introduz em nossas sociedades não é tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas, mas, sim, um



novo modo de relação entre os processos simbólicos – que constituem o cultural – e as formas de produção e distribuição dos bens e serviços: um novo modo de produzir, confusamente associado a um Novo modo de comunicar, transforma o conhecimento numa força produtiva direta. (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 54)

Assim, a imensa diversidade de meios, referências midiáticas e tipos de tecnologias possibilitaram uma midiaticização sem precedentes que tem conquistado audiências variadas e simultâneas. Cada vez mais, se tem valorizado o que vários autores denominam de nova mídia, ou seja, tudo aquilo capaz de transformar a comunicação onipresente, pervasiva, caracterizada pela comunicação multimídia composta pelo celular, pelos aparelhos portáteis aptos a carregar textos, fotos áudios e vídeos para qualquer um e em qualquer lugar. Tudo aquilo que atue nessa aérea em que telecomunicações e mídia convergem toda a comunicação digital possível. Daí o uso da expressão mídia digital como sinônimo de nova mídia. Sob esse aspecto, Caio Túlio Costa (2009) destaca:

A expressão nova mídia não se refere apenas a uma nova maneira de gerar e veicular informação e uma nova interlocução com o público que a consome. Ela abarca inclusive a velha mídia, uma vez que as novas maneiras de fazer e distribuir informação se imiscuíram nas práticas daqueles que veiculam seus conteúdos em suportes tradicionais, incorporando-as, trazendo para si os novos preceitos e uma nova forma de relacionamento com a informação e com o público – interativa, participativa. (COSTA, 2009, p. 16)

Em conformidade com tal ideia, Martin-Barbero (2000) enfatiza uma realidade em que algumas fronteiras se dissolvem ao mesmo tempo em que se erigem outras, refletindo sobre mudanças e rupturas, transições e/ou recomposições que a sociedade tem experimentado no âmbito da comunicação social. Dessa forma, a maneira clássica pela qual as pessoas se comunicam e se informam vem sendo transformada radicalmente. As facilidades tecnológicas influenciam as mudanças no comportamento dos consumidores e isso ajuda a construir o consenso de que se vive em um mundo convergente e interativo. O conteúdo é proliferado assimetricamente através de uma audiência cada vez mais fragmentada, assim como são fragmentadas também as programações da televisão e da internet. As cadeias clássicas de comunicação têm sido frequentemente desrespeitadas. Comportamentos e valores se modificam em meio a esse panorama regido por processos de Convergência.

Nesse contexto de transformações da tecnologia, a Convergência digital tem um importante papel na área da comunicação social na medida em que embasou



tecnologicamente a Convergência das mídias. Assim, abriu-se um campo para o armazenamento, compartilhamento e distribuição de informações utilizadas no relacionamento das pessoas, por meio de computadores e redes telemáticas. Consistindo na agregação dos mais diferentes tipos de ferramentas em um mesmo artefato tecnológico, a Convergência se transforma no carro chefe da sociedade da informação, extremamente ligada a fatores tecnológicos, mas que toma proporções que vão além da tecnologia. Dessa forma, para Alsina (2005, p.62), “los cambios tecnológicos y los sociales están interrelacionados. Esto nos obliga a tener muy en cuenta los efectos sociales de las nuevas tecnologías de la comunicación.”

E tais mudanças podem ser observadas nas reconfigurações dos papéis de vários atores sociais. No campo da comunicação, mais especificamente do jornalismo, a integração das redações, a intensa demanda por informações e a polivalência marcam o perfil do novo profissional. No que se refere às audiências, estas estão mais ativas, exercem maior liberdade quanto a escolha do das informações que desejam consumir, personalizam sua programação midiática assim como também são capazes de gerar e compartilhar conteúdo. Percebe-se que a produção e recepção já não se encontram em polos totalmente opostos, como os modelos clássicos do processo comunicativo.

Com o crescente avanço da tecnologia, o momento agora é de interação e interatividade, de uma comunicação com múltiplos caminhos. Essa modalidade de produção de notícia se expressa pela confluência de meios e tecnologias que permitem a praticamente qualquer indivíduo registrar eventos através de voz, imagens, dados e textos e transmitir esse conteúdo em formatos apropriados para a comunicação de massa. Esse fenômeno assume agora o caráter de embrião de uma ruptura, no modo como a mídia tem se apresentado há três séculos. Gradualmente, o jornalismo vai descobrindo papéis para o cidadão comum, que se apresenta, então, como individual e coletivo, uno e complexo, receptor e/ou produtor de mensagens e informações.

Assim, fatos captados pelo celular, por exemplo, rapidamente são postados na internet e podem ser utilizados nas redações, ou porque foram apanhados por jornalistas que frequentemente usam a internet como fonte, ou porque foram enviados pelo próprio espectador para as redações. Em relação aos telejornais, por exemplo, o telespectador tem participado de forma cada vez mais atuante na produção das reportagens, seja fazendo registros imagéticos de fatos, flagrantes ou problemas de sua comunidade e enviando às emissoras ou postando vídeos na internet. Através de várias tecnologias, esse telespectador, que agora pode ser definido como “multimidiático”, vai trazendo



para o telejornal o advento do chamado jornalismo participativo, em que o receptor, ao invés de apenas consumir a notícia, auxilia em sua produção sugerindo pautas, apurando fatos, registrando e enviando imagens.

É fato, que, como mostra a teoria do agendamento, o jornalismo coloca em pauta os temas que serão discutidos na sociedade. Alsina (2005, p.216) defende que os meios de comunicação têm possibilidade de criar a opinião pública. De acordo com o autor, “Un tema repetido por distintos medios entra en el círculo de atención pública por el efecto de adición o de eco.” Indo além desse pensamento, pode-se afirmar, que atualmente, um tema repetido por distintos públicos entra no círculo de atenção dos meios de comunicação. Percebe-se que a sociedade, através da colaboração facilitada pelas novas tecnologias de comunicação, vem também sendo responsável por um agendamento de temas que a mídia sente-se pressionada a tornar público. A sociedade, assim, vem colocando em pauta os temas que serão discutidos na mídia e conseqüentemente no cotidiano.

Mesmo que a emergência de tal fenômeno seja 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. O jornalismo participativo inaugura mais uma forma de “aparição”, que ocorre quando o cidadão presencia e registra o fato.

O relatório *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*, escrito pelos pesquisadores Shayne Bowman e Chris Willis, do *The Media Center* do Instituto Americano de Imprensa, define o jornalismo participativo como um ato de cidadãos "fazendo um papel ativo no processo de coleta, reportagem, análise e distribuição de notícias e informações". Essa nova maneira do “fazer jornalístico” exige do jornalista capacidade de fazer parte do processo onde não mais existe apenas um comunicador e a massa receptora de informação. Em relação ao jornalismo participativo na TV, por exemplo, o cidadão ainda não possui a autoridade, como na web, de decidir o que vai ou não se tornar notícia. Antes de virar notícia de TV, o material carece de um



filtro, uma espécie de controle de qualidade onde é editado ou rejeitado e nesse gerenciamento, a atuação dos profissionais de jornalismo é imprescindível.

Na sua atuação, o jornalista profissional deve levar em conta que as informações repassadas pelo cidadão comum também são uma espécie de construção de uma realidade social. Daí o desafio do jornalista que, de acordo com Alsina (2005), deve ir além dessa realidade social construída pelo cidadão comum e contextualizar a informação. Nas palavras de Alsina (2005):

El periodista tiene como materia prima de su trabajo la construcción de la realidad social que han hecho las fuentes de la información. Toda persona al ser, por ejemplo, testigo de un acontecimiento da sentido a lo que percibe. Así construye una realidad social, objetiviza el fenómeno observado. Una forma de dar sentido aun fenómeno es contextualizándolo. Así, una fuente puede relatar un robo señalando que “hay muchos inmigrantes no barrio”. Pero el periodista debe ir más allá de la construcción de la realidad social de primer grado que hace la fuente. Lo primero que se pregunta el periodista es si el acontecimiento relatado es noticia, o más concretamente aún, qué de lo relato es susceptible de ser noticia. La fuente pondrá el acento en lo que es importante para ella, sin embargo el periodista tiene otro punto de vista. Se planteará qué puede ser interesante para sus lectores. Esto le obliga a recontextualizar el acontecimiento ya que podríamos encontrarnos que en ejemplo puesto el robo no tiene nada que ver con la inmigración. (ALSINA, 2005, p.256)

O telespectador pode fornecer às redações um material de valor noticiável, porém é do jornalista a decisão de tornar aquele fato público ou não e é também do jornalista a responsabilidade de contextualizar a informação. Assim, diante dos diversos modos de contribuição, cabe ao jornalista redobrar a atenção ao utilizar as informações advindas da população. É preciso constatar, além da veracidade da informação, que interesses a pessoa que enviou tem ao tentar torná-la pública. A fim de exercer o evidente e necessário compromisso com a qualidade e a ética, o jornalista precisa repensar sua atuação diante dessa crescente participação. Isso porque a incipiente trajetória do jornalismo participativo ainda levanta dúvidas de como esse modelo deve ser adotado pelos veículos de comunicação. É fato que o jornalista vai atuar como uma



espécie de filtro do material que chega às redações. A questão é quais critérios serão usados nessa filtragem.

Daí a importância da reflexão desse tema principalmente no que tange às notícias de TV - já que na internet, onde o jornalismo participativo também é intenso, as pessoas publicam as informações diretamente em sites e blogs sem necessariamente haver a intervenção de um profissional. Nesse caso, o jornalista perde sua primazia. Na medida em que as pessoas usam a rede para publicar qualquer tipo de informação; ou quando usam a rede em defesa de seus ideais, o controle já não está com o jornalista. Cabe ao profissional selecionar que tipo de informação poderá utilizar e de que forma irá transformá-la em algo noticiável e de interesse público.

Assim, ao mesmo tempo em que a participação do público traz benefícios para o processo de construção do jornalismo, na medida em que o cidadão muitas vezes está onde o repórter não conseguiu chegar, também levanta questões como a veracidade do material enviado, que vai determinar a prática da apuração e dos produtores da pauta; a relação entre a empresa e o autor “não profissional” do material utilizado; a ética e os critérios com relação à escolha e apresentação do que chega às redações; a avaliação do que é produzido sem o conhecimento total das regras e técnicas jornalísticas; entre outras que influenciam diretamente nas rotinas produtivas dos jornalistas profissionais.

Cabe, então, aos profissionais encontrar quais pontos do fazer jornalístico podem ser compartilhados com o público, que inicialmente era apenas fonte, mas passa a atuar desempenhando papéis de repórteres, cinegrafistas, fotógrafos, produtores. Para Jorge Rocha e Ana Maria Brambilla (2010), nessa troca de papéis ficou a lacuna de uma mediação de informações de que deve ser protagonizada tanto por jornalistas, quanto dos cidadãos leigos. Só assim, haverá um aprimoramento do trabalho do profissional e do aprendizado dos modos de funcionamento da mídia por parte do grande público. O intuito é trazer as audiências para perto, mas controlando o processo editorial à medida que se compartilham as mediações.

Considerações Finais

Assim, no cotidiano da sociedade, o processo de construção do real é um ciclo complexo em que a realidade influencia os meios de comunicação e estes influenciam



os indivíduos que, por sua vez, lançando mão dos conhecimentos (prévios ou adquiridos através dos próprios meios), também influenciam os meios na medida em que participam do processo de produção das notícias. E dessa forma acabam também por construir a realidade social.

Atuando como um construtor e muitas vezes modificador da realidade, o telejornal acaba por provocar na sociedade diversas reações. Uma dessas reações é a participação direta do telespectador, que, por meio de várias tecnologias, passa a atuar no fazer jornalístico. O cidadão comum, que até então era apenas espectador, vem percebendo que ao enviar fatos noticiáveis ao telejornal, eles se tornam temas da agenda social e, principalmente quando se trata de questões de perfil comunitário, há maior eficácia na resolução de vários problemas. É como se o telespectador absorvesse tudo que lhe é oferecido pelo telejornal e agora se sente capaz e à vontade para contribuir com ele. Dessa forma o jornalismo participativo torna-se cada vez mais presente e marca uma das transformações pelas quais a comunicação vem passando na sociedade contemporânea.

O desenvolvimento das tecnologias de Informação e Comunicação possibilitou o surgimento das plataformas digitais conectadas, permitindo troca de informação jamais pensada. Assim, o jornalismo está diante de uma reconfiguração de papéis que exige do jornalista profissional maior atenção no momento de selecionar e divulgar as notícias advindas do público. Isso porque, na construção da realidade social por parte do jornalismo, os profissionais da comunicação devem levar em conta que os fatos enviados pelo cidadão comum também fazem parte de uma realidade construída. Cabe ao jornalista profissional selecionar e contextualizar o conteúdo observando os valores éticos e a relevância social de cada acontecimento que permeia a prática jornalística.

Referências

- ALSINA, R. **La construcción de la noticia**. 2ed.revista e ampliada. Barcelona : Paidós, 2005.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- _____. **O poder simbólico**. 6ed. Bertrand: Rio de Janeiro, 2003.



BOWMAN, S., WILLIS, C. 2003. **We Media**. The American Press Institute. Disponível em <<http://www.mediacenter.org/mediacenter/research/wemedia/>>. Acesso em: Março 2010.

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.

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

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

CORCUFF, Philippe. **As novas sociologias**: construções da realidade social. Bauru: Edusc, 2001.

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.

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

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

SEARLE, John R. **La construcción de la realidad social**. Barcelona : Paidós, 1997.

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

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.