

O Cidadão Como Mediador Público: Um Novo Agente No Jornalismo

Alfredo Vizeu & Giovana Mesquita
Universidade Federal de Pernambuco, Brazil

E-mail: vizeu@hotlink.com.br, giovanamesquita@yahoo.com.br

NAS DEMOCRACIAS MODERNAS, o Jornalismo tornou-se o espaço público dos confrontos discursivos que interessam à cultura e aos processos sociais, na construção do presente (CHAPARRO, 2009). Para o autor, o Jornalismo vive em estado de crise, face a duas constatações inevitáveis: de que o mundo mudou e as transformações são cada vez mais rápidas; e de que práticas e conceitos de épocas recentes passam por grandes mudanças diante das novas tecnologias.

Esse lugar de referência, o Jornalismo, em particular o de televisão (VIZEU, 2008), onde diariamente nos informamos sobre o mundo que nos cerca, tem hoje pela frente uma série de desafios, entre eles, o de lidar com a participação cada vez mais ativa do público na produção das notícias e na agenda da mídia, e com a democratização das formas de acesso ao espaço público midiático.

Quando homens e mulheres começam a deixar de ser “receptores passivos” da televisão, do rádio e dos jornais para interferirem e participarem de uma forma mais efetiva do processo de produção de conteúdos para as mídias surgem inevitáveis hipóteses para o futuro da atividade. Algumas apocalípticas apontando para o fim da atividade jornalística e outras sinalizando novas possibilidades. Por enquanto, apenas hipóteses, que, no entanto não desconsideram o processo de mudança porque vem passando o Jornalismo tradicional.

Essas mudanças se refletem nas rotinas jornalísticas, no papel ocupado tradicionalmente pelo jornalista profissional e nos obriga a pensar sobre várias questões, que englobam relações de trabalho, ética, controle da informação, só para citar algumas.

Mudanças, como define Adghirni (2010), estruturais, ou seja, aquelas suficientemente abrangentes e profundas para alterar radicalmente o modo como determinada atividade é praticada e simbolicamente reconhecida/definida pelos atores. Seguindo esse raciocínio, a autora estabelece três eixos principais

de análise sobre as mudanças estruturais no jornalismo: as mudanças estruturais na produção e apresentação da notícia jornalística, as mudanças estruturais na formação e nos modos de acesso, regulação e controle deontológico do jornalismo e as mudanças estruturais nas relações com os públicos.

As mudanças estruturais nas relações com o público que nos deteremos nesse trabalho diz respeito à entrada desse novo agente no cenário jornalístico - os mediadores públicos - coprodutores da notícia que por meio do uso de suas câmeras, celulares ou máquinas fotográficas digitais vem dialogando com os jornalistas que trabalham em várias mídias (Internet, rádio, jornal ou televisão) e também com outros cidadãos, como ele.

Esse novo agente para nós, no entanto, não desempenha o papel de jornalista, mas ao longo do texto pretendemos mostrar como ele está num embate para ter acesso à pauta jornalística, historicamente constituída por informações das fontes oficiais, ao mesmo tempo em que pode caminhar na direção de ocupar espaço de intervenção no processo de democratização da informação.

“O Jornalismo em mutação”

O poder transformador das tecnologias da difusão resultou no que Chaparro (2009) denomina como a “Revolução das Fontes”, ou seja, essa capacidade de sujeitos institucionalizados gerar conteúdos e interferir na pauta jornalística. Revolução que joga por terra o conceito de fonte-informante, trazendo para o Jornalismo atual, a fonte como produtora dos acontecimentos da atualidade, portanto produtora de conteúdos jornalísticos.

O controle da notícia pertence, hoje, a quem produz os acontecimentos, os fatos, as falas, ou seja, os conteúdos discursivos que o Jornalismo socializa. Tendo “o fato produzido” e a sua notícia como principais ferramentas de ação, as fontes, antigamente passivas, se transformaram em instituições deliberadamente produtoras de conteúdos, por meio de fatos e falas noticiáveis (CHAPARRO, 2009).

A rapidez, as facilidades da difusão instantânea e do acesso à informação fizeram, de acordo com Chaparro (2009), com que o Jornalismo passasse por uma “mutação genética”, mas isso não representa a destruição do Jornalismo. Ao contrário: como espaço público de embates discursivos e lingua-

gem confiável de relato e comentário, o Jornalismo cumpre papel cada vez mais importante nas sociedades democratizadas e nos processos da construção democrática (CHAPARRO, 2009).

Acreditamos que esse novo agente do Jornalismo, que para nós é um co-partícipe na produção de notícias, ocupe cada vez mais espaço de intervenção para a democratização da informação. Mas não temos dúvidas de que isso não é uma tarefa fácil. No entanto é um caminho tensional e de conflitos que pode contribuir cada vez mais para que homens e mulheres tenham uma participação efetiva na revitalização da esfera pública.

As fontes e a cobertura jornalística

Entendemos que o Jornalismo ocupa um espaço importante na maneira com que os cidadãos e cidadãs percebem e organizam mentalmente o mundo ao seu redor, mas a cobertura jornalística diária ainda está relacionada, como rotina, ao centro dos sistemas político e econômicos, que junto com representantes do aparato estatal administrativo têm maiores oportunidades de propor uma “agenda política governamental” aos *media*. Já o conjunto de cidadãos ou os atores coletivos dispersos da sociedade civil não contam com organização suficiente para ter acesso regular ao campo jornalístico (MAIA, 2008). Como argumenta Traquina (1995) esses grupos precisam gerar surpresa, choque ou qualquer forma latente de “agitação” para romper com as barreiras impostas pelo sistema de produção jornalística. E ainda assim continuam dispendo de um espaço mínimo esporádico e sempre desigual nos meios de comunicação (MAIA, 2008).

Com o avanço das mídias digitais e o maior acesso às novas tecnologias, tem-se observado a construção de novas relações entre o cidadão ou os atores coletivos dispersos da sociedade civil e o Jornalismo. Antes excluído do debate público articulado pelo Jornalismo, o cidadão começa agora a interferir no processo de produção de conteúdos para as mídias, disputando visibilidade midiática com as fontes oficiais, que historicamente alimentam a pauta jornalística.

Como dissemos anteriormente, não entendemos que esse ator está desempenhando o papel de jornalista - coletando fatos, classificando-os, sistematizando-os, hierarquizando-os, checando-os a bem não só da credibilidade, mas da

ética pública - mas num movimento, que ensaia passos de rompimento da invisibilidade desses grupos no circuito dos *media*.

Historicamente o acesso privilegiado à pauta jornalística vem sendo usufruído pelas fontes oficiais. As demais fontes - movimentos sociais e o simples cidadão de uma maneira geral - que se encontram na periferia da estrutura de poder sofrem, quase sempre, uma exclusão sistemática do debate público articulado pelo jornalismo. Essa exclusão compromete a representatividade e legitimidade da representação simbólica que constrói a realidade.

Na tradição da Teoria do Agendamento, Molotch e Lester (1999) denominam como os promotores da notícia (*news promoters*), a agenda política governamental. Os jornalistas e editores, na Teoria do Agendamento trabalham a partir dos materiais fornecidos pelos promotores da notícia, transformando um conjunto finito de ocorrências em acontecimentos públicos através de publicação ou radiodifusão. Por fim, há os consumidores de notícia (*news consumers*), que analogamente assistem a determinadas ocorrências disponibilizadas como recursos pelos meios de comunicação social e criam, desse modo, nos seus espíritos, uma sensação do tempo público (MOLOTCH & LESTER, 1999).

Na Teoria Estruturalista, Hall (1999) e outros pesquisadores observam que, quase sempre, os jornalistas não são os definidores primários - e sim secundários - da notícia devido à sua dependência das informações estratégicas monopolizadas pelas autoridades do aparelho de Estado e das grandes corporações do mercado. “Os *media* não criam automaticamente as notícias; melhor, estão dependentes de assuntos noticiosos específicos fornecidos por fontes institucionais regulares e credíveis (...)” (HALL et al., 1999, p. 228).

As oportunidades de surgirem informações da periferia da estrutura de poder (movimentos sociais e simples cidadãos), que enriqueçam e confirmem maior representatividade ao espaço público articulado pelo Jornalismo, em geral, só acontecem, em situações de crise, quando o sistema de sanções e recompensas dos meios de controle sistêmicos não conseguem compensar as expectativas de maior legitimidade nas deliberações sobre as questões de interesse coletivo. Neste caso, verifica-se nas decisões o que Habermas (1997) denomina de modelo de iniciativa externa.

Normalmente, no entanto, o que observamos no processo de formação de opinião e de deliberação sobre questões públicas é o modelo de acesso interno, em que os resultados ficam restritos à lógica e aos interesses exclusivos

da estrutura de poder. Desta maneira, as deliberações são apenas comunicadas à sociedade, sem que tenham sido precedidas de uma discussão aberta na esfera pública, conforme o ideal republicano democrático do autogoverno dos cidadãos que formam a sociedade.

Até mesmo quando o Jornalismo investigativo ou a pressão dos cidadãos nos movimentos sociais conseguem institucionalizar no espaço público assuntos inconvenientes para a estrutura de poder - modelo de mobilização, conforme Habermas (1997) -, ainda assim geralmente prevalece à lógica dos interesses particulares poderosos, já que estes setores possuem muito mais recursos para mobilizar apoios e adesões às suas pretensões.

Contudo, vale ressaltar como significativa a constatação de que os cidadãos e os movimentos sociais, quando conseguem acesso à visibilidade jornalística, têm a capacidade de formar opinião e vontade política a ponto de tornar poder comunicativo as suas reivindicações e obrigar o Legislativo a transformá-las em leis e fazer o Executivo e o Judiciário cumpri-las.

Segundo Berger e Luckmann (2004), isso promove uma renovação do espaço público com a inclusão pelo Jornalismo de “instituições intermediárias”, aquelas que reconhecem no cidadão o direito de participar da construção de sentido e, conseqüentemente, da construção social da realidade, diminuindo a crise subjetiva e intersubjetiva de sentido alimentada pela tendência à alienação e anomia, que se verifica na modernidade. Reservando um lugar especial na contemporaneidade aos meios de comunicação de massa, Berger e Luckmann acrescentam:

...essas instituições desempenham um papel-chave na orientação moderna de sentido, ou melhor, na comunicação de sentido. São intermediadoras entre a experiência coletiva e a individual, oferecendo interpretações típicas para problemas definidos como típicos. Tudo o que as outras instituições produzem em matéria de interpretações da realidade e de valores, os meios de comunicação selecionam, organizam (empacotam), transformam, na maioria das vezes no curso desse processo, e decidem sobre a forma de difusão (Berger; Luckmann, 2004, p.68).

Alguns exemplos de espaços “destinados” aos mediadores públicos na imprensa brasileira

As novas tecnologias associadas à popularização da Internet potencializaram a interatividade, a instantaneidade e a hipermídia possibilitando aos cidadãos comuns essa coparticipação no processo produtivo de notícias para web, televisões e jornais, sobretudo, a partir da década de 90.

Essa prática 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 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, 2003).

Não é de hoje que homens e mulheres não jornalistas sugerem conteúdos para os veículos de comunicação. Isso já acontecia por meio de pautas enviadas por fax, anteriormente por telex, pelas cartas enviadas pelo leitor, por telefonemas para as redações, mas com as facilidades propiciadas pela tecnologia digital há uma aproximação mais forte desse novo agente, que sem desempenhar o papel de jornalista, aproxima-se e amplia a pauta jornalística levando as empresas jornalísticas à “abrirem” espaço para essa participação. Os exemplos são diversos:

Começemos pelo portal do O Estadão, que desde 2005, conta com o projeto Foto Repórter, no qual, segundo o portal, o leitor “participa” podendo enviar fotos pela web. De acordo com as regras disponíveis no Estadão, as imagens, quando de interesse jornalístico são publicadas no próprio portal, podendo chegar às páginas dos jornais O Estado de São Paulo e A Tarde.

Além disso, segundo o portal, as imagens podem ser disponibilizadas para venda, através da Agência Estado que comercializa conteúdo jornalístico, com clientes no Brasil e no Mundo. Constam ainda nas normas que os leitores são remunerados quando a fotografia é utilizada pelos veículos impressos do Grupo Estado, ou comercializada pela Agência Estado. No portal, entretanto, a divulgação é gratuita.

Para “participar” do Foto Repórter, o cidadão deve fazer um cadastro e nele preencher um termo de cessão de direito sobre as fotografias enviadas. Nesse termo, o autor da foto transfere ao Grupo Estado os direitos sobre sua obra, permitindo a utilização e reprodução, total ou parcial, por qualquer meio que permita a reprodução, difusão e disponibilização ou por qualquer suporte material que permita a multiplicação em exemplares, bem como para uma eventual cessão e comercialização a terceiros, tornando-se de propriedade do Grupo Estado, em território nacional ou estrangeiro, sem restrição quanto ao número de reproduções, meios de fixação, prazo e território e formas de utilização.

Um ano depois do Foto Repórter entrar no ar, a versão digital de O Globo passou a disponibilizar a seção Eu-Repórter, definida pelo portal como “a seção de jornalismo participativo de O Globo, onde os leitores são repórteres” (Portal O Globo, 2010). Nesse espaço, os amadores podem enviar textos, fotos e vídeos para publicação na Internet e na versão impressa.

Nas regras de participação do Eu-Repórter constam que o espaço não é um veículo de divulgação de trabalhos de jornalistas e/ou fotógrafos profissionais ou free-lancers, que os textos, fotos, vídeos e áudios devem ser noticiosos, nunca opinativos. Sendo a publicação do conteúdo sujeita a aprovação da equipe de editores do site O Globo. As normas ainda evidenciam que o conteúdo enviado para o Eu-Repórter poderá ser publicado não só no site O Globo, mas também nos jornais O Globo, Extra, Expresso e Diário de São Paulo. A exemplo do Estadão, o portal também exige a concordância com o Termo de Compromisso e Cessão de Direitos Autorais antes do material produzido por amadores ser enviado para a versão digital de O Globo.

No caso do Estadão e de O Globo, os canais abertos para envio de conteúdo gerado pelo amador são nas versões digitais, com possibilidade de ser transformado em notícias na versão impressa. No Estado de Pernambuco, Nordeste brasileiro, o jornal mais antigo em circulação da América Latina, o Diário de Pernambuco, pertencente ao grupo Associados, também abriu espaço para essa “participação” do cidadão na produção de notícias, por meio do portal Pernambuco.com. Mas diferentemente do Estadão e de O Globo, o Diário de Pernambuco reservou na versão impressa, um página semanal para veicular conteúdos propostos pelo cidadão. Vinculada à editoria Vida Urbana do Diário de Pernambuco, a página Cidadão-Repórter é produzida por uma equipe do jornal, a partir das sugestões enviadas pelos usuários do fórum

participativo na Internet, 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.

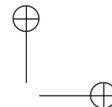
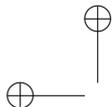
Essas iniciativas, porém, suscitam algumas questões, que são importantes serem observadas. A primeira delas é a de que os veículos se apropriam dos conteúdos produzidos por amadores, principalmente vídeos e fotos, quando as equipes de jornalistas não conseguem presenciar eventos de crise, como desastres naturais, atentados terroristas e situações de conflitos, mas esse conteúdo está sujeito a critérios de noticiabilidade, que segundo Traquina (2004) são o conjunto de valores-notícia, que determinam se um acontecimento, ou assunto é susceptível de se tornar notícia, isto é, ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável, por isso, possuindo “valor-notícia” (newsworthiness).

A maioria desses acontecimentos capturados pelos cidadãos estão dentro de alguns critérios de noticiabilidade, ou seja, aquele conjunto de valores-notícia, que determinam se um acontecimento, ou assunto é susceptível de se tornar notícia. Dentre esses valores-notícia presentes na produção do cidadão não jornalista estão: a morte, que de acordo com Traquina(2004) “é fundamental para a comunidade jornalística e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas do jornal ou nos ecrãs da televisão”; a relevância, que responde à preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque têm um impacto sobre a vida das pessoas sobre o país e sobre a nação; a notabilidade, que dentre outros aspectos inclui a quantidade de pessoas que o acontecimento envolve; o inesperado, isto é, aquilo que irrompe e surpreende a expectativa da comunidade jornalística.

Segundo Tuchman (1980), o inesperado é muitas vezes um componente de um tipo de acontecimento que designa o mega-acontecimento, um acontecimento com enorme noticiabilidade que subverte a rotina jornalística.

Outra característica que deve ser levado em conta nessa produção do não jornalista, substancial para as empresas jornalísticas é que, na maioria das vezes, ela representa o furo ou a exclusividade. E o furo, como observa Traquina (2004), dá maior valor-notícia a um acontecimento.

Os mais recentes exemplos dessa cobertura pelo cidadão, com divulgação na grande mídia aconteceram em novembro de 2010 quando traficantes aterrorizaram a população do Rio de Janeiro ateando fogo em ônibus e carros



de passeio. Em junho de 2010 quando temporais destruíram algumas cidades do Nordeste brasileiro, os mediadores públicos também estavam a postos. Imagens feitas por cidadãos, seja por meio de telefones celulares, ou máquinas fotográficas foram mostradas pelos principais veículos de comunicação do Brasil, trazendo para o noticiário lugares pouco retratados pelos grandes veículos de comunicação e fomentando a discussão sobre situações de descaso do poder público.

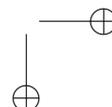
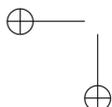
Não estamos desmerecendo essa contribuição desse novo agente, que sem dúvida amplia a pauta dos veículos, mas apenas refletindo sobre quais são os espaços realmente ocupados pelo cidadão nos jornais impressos, na televisão e nas emissoras de rádio, numa tentativa de entender como de fato vem sendo construída essa relação “mediador público - grande mídia”, que tem várias definições como: jornalismo cidadão, participativo, de rede, entre outros termos. Definições que ainda não são consensuais, mas que designam esse momento, onde homens e mulheres começam a deixar de ser “receptores passivos” da televisão, do rádio e dos jornais para interferirem como “fontes”, tendo a possibilidade de serem copartícipes na construção social da realidade.

Outro ponto importante é que quando abre espaço para proposição de temas pelo cidadão não jornalista, os jornais ainda restringem a assuntos como transportes, serviços públicos, sem ampliar a discussão para temáticas políticas, econômicas, em que os posicionamentos possam subsidiar a formação de opinião pública ou a própria deliberação pelo sistema administrativo estatal.

Por fim, como observa Deuze (2009), esse tipo de “participação” do cidadão na produção de conteúdos para a grande mídia ocorre no contexto de um esvaziamento do trabalho assalariado, e no interesse de empresas de comunicação, que estão se apropriando de voluntários não pagos, sem necessariamente investirem em treinamento e monitoração do que é produzido.

Considerações finais

No campo jornalístico, as mudanças propiciadas pela Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), com a forte participação da Internet têm sinalizado novas formas de relação entre as audiências e a mídia, que inevitavelmente se refletem na prática e vem determinando mudanças na prática



jornalística, no processo de produção da notícia e no agendamento das empresas jornalísticas.

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). No entanto, algumas questões já podem ser destacadas dessa relação que se estabelece entre os meios de comunicação e os mediadores públicos, que lançam mudanças no Jornalismo.

Mas, dentro desse contexto não podemos perder de foco que é função do Jornalismo interpretar a realidade social, o dia a dia, para que as pessoas possam entendê-la, adaptá-la ou modificá-la e que a ética e a qualidade da informação são básicos no Jornalismo. Dessa forma a ação desse mediador público deve ser de um agente efetivo de atuação sobre o complexo processo de produção da informação jornalística e do compromisso de qualidade e ética dos jornalistas e das empresas de jornalismo.

O Jornalismo, por sua vez, pode desempenhar um papel importante na discussão pública contribuindo para a mobilização de cidadãos e cidadãs para a discussão de temas relevantes na vida das pessoas. Nesse sentido o mediador público pode contribuir informando os jornais de petições e denúncias da comunidade e/ou dos movimentos sociais feito às autoridades públicas; municiando os jornais de informações sobre decisões judiciais que podem ter impacto social sobre a comunidade e movimentos sociais; denunciando informes ou estudos de opinião, realizados por instituições de investigação social ou institutos de pesquisa, que não representem a realidade; passando para os jornais informações sobre foros ou assembléias de cidadãos que tenham impacto social.

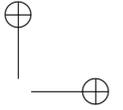
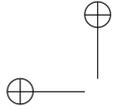
Mas apesar da importância desse cidadão e cidadã, que têm uma ação colaborativa, participativa e de ação em relação ao jornal, a nossa hipótese ainda em estudos, pesquisas e investigações, têm esses homens e mulheres como pessoas que desempenham atividades eventuais. O jornalista neste processo e ainda não há nada nos novos cenários, mesmo nas chamadas redações integradas (SALAVERRIA, NEGREDO, 2008), que indique o contrário é o responsável pela produção da notícia, pela interpretação social da realidade.

Esse cidadão, coprodutor da notícia, não é um funcionário do jornal, mas alguém que fiscaliza e denuncia eventuais deslizes das autoridades do estado e das corporações do mercado e, também, dos próprios jornais. Portanto, ele

deve ter presente que os meios de comunicação estão a seu serviço e não o contrário, mais do que isso deve lutar pela participação efetiva na agenda dos jornais intervindo e tendo voz. Uma vez que a preocupação da imprensa deve ser o interesse público e do público.

Referências

- ADGHIRNI, Zélia & PEREIRA, Fábio. Mudanças estruturais no jornalismo: alguns apontamentos. Anais do VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo-SBPJOR. São Luís, 2010.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade. Petrópolis: Vozes, 1995.
- CHAPARRO, Manuel. Jornalismo: linguagem e espaço público dos conflitos da atualidade. São Paulo, 2009. Inédito.
- DEUZE, Mark. The future of citizen journalism. In: ALLAN, Stuart; THORSEN, Elinar. Citizen Journalism: global perspectives. New York: Simon Cotele General Editor, 2009.
- HALL, Stuart e outros. A produção social das notícias. In: TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega Editora, 1999.
- HABERMAS, Jürgen. Direito e democracia. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- MIELNICZUK, L. Jornalismo na web: um estudo sobre o formato da notícia na escrita hipertextual. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.
- MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999.
- 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://tinyurl.com/ybpdltg>. Acessado em 17/10/2009.



SALAVERRIA, Ramón; NEGREDO, Samuel. *Periodismo integrado : convergência de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona : Editorial Sol 90, 2008.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo – porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 1995.

TUCHMAN, G. *Making News: a study in the construction of reality*. New York : Free Press, 1980.

VIZEU, Alfredo(org). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis:Vozes, 2008.

