

Jornalismo cidadão no impresso: coautoria, técnica e ética na participação e produção de conteúdo dos leitores nos jornais da RBS em Santa Catarina

Marcelo Barcelos¹

Resumo

Este artigo traz um recorte parcial dos resultados obtidos em pesquisa de Mestrado sobre jornalismo cidadão impresso, que investigou a colaboração nos quatro jornais do Grupo RBS em Santa Catarina: A Notícia, Diário Catarinense, Hora de Santa Catarina e Jornal de Santa Catarina. Sob a problemática e incorporação da participação dos leitores e o produto deste fenômeno, o conteúdo, o pesquisador aponta para um desenho em que a mediação jornalística junto à audiência – em torno da preservação da técnica e ética jornalísticas – se mantém preponderante no propósito de oferecer informação crível e responsável. Porém, agora, não apenas produzida pelos profissionais, mas também pelos amadores, aqui, os leitores.

Palavras-chave: jornalismo cidadão; participação; leitor.

Abstract

This article presents an excerpt of the results obtained in partial master's research on citizen journalism in print, which investigated collaboration in four newspapers of the RBS Group in Santa Catarina: A Notícia, Diário Catarinense, Hora de Santa Catarina e Jornal de Santa Catarina. Under the merger issue and the participation of the readers and the product of this phenomenon, the content, the researcher points to a drawing in which mediation by the journalistic audience - around the preservation of technical and journalistic ethics - remains the predominant purpose of providing information credible and responsible. But now, not only produced by professionals but also by amateurs, here, readers.

Key words: citizen journalism; participation; reader.

¹ Jornalista, mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), professor universitário das Faculdades ASSESC e Senac, assessor de imprensa e analista de social media.

Introdução

As cenas do assassinato do então presidente da Líbia, Muamar Kadafi, em outubro de 2011, gravadas com um telefone celular, percorreram a Internet em segundos e revelaram ao mundo, antes de qualquer jornalista, o desfecho de uma revolução em busca de liberdade política e democracia. A chuva na região serrana do estado do Rio de Janeiro, no primeiro mês de 2011, que provocou a morte de mais de 900 pessoas. O terremoto que atingiu o Chile em 2010, causando a destruição de dezenas de cidades. E o assassinato, flagrado em vídeo, da iraniana Neda Agha-Soltan, nas ruas de Teerã, capital daquele país, em 2009.

O desdobramento e a narração desses fatos – e sua repercussão junto à sociedade e dentro da própria imprensa tradicional – não teriam sido os mesmos se o jornalismo cidadão não fosse praticado. Testemunhados por pessoas que não têm como profissão o jornalismo, mas que, por um determinado instante circunstancial assumem o papel de repórteres, os acontecimentos que chegaram ao conhecimento público, ganharam novas narrativas, angulações, relatos e testemunhos exclusivos de quem estava no lugar certo, na hora certa. Embora boa parte das empresas de comunicação – de médio e grande porte – ainda apresente certa resistência a permitir que seus públicos participem da produção das notícias, é notório que a presença dos repórteres-cidadãos, pouco a pouco, vai se consolidando dentro de portais de notícias, emissoras de televisão, jornais online e, até mesmo, nos veículos impressos, como se discutirá ao longo do texto.

Antes da evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), respaldadas pelas potencialidades de uma sociedade conectada em rede, graças à Internet, a participação de leitores de jornais impressos, por exemplo, era restrita a seções como “Cartas do Leitor” e em editoriais do tipo “Opinião”, destinadas a publicar artigos e crônicas do público e – vale lembrar – através de um diálogo de pouca interação com os jornalistas e redação. Ao abrirmos as páginas dos jornais hoje, percebemos novas “marcas do leitor”, em diferentes segmentos editoriais ao longo do jornal. Com a criação de seções específicas, originárias de canais online dos veículos, como “Leitor-repórter”, “Você-repórter” e “Repórter-cidadão” e devido à facilidade de acesso de ferramentas de tecnologia como hardwares e softwares (computadores, *laptops*, *palmtops*, câmeras digitais, telefonia digital, redes *Wi-Fi* e a mobilidade de informação permitida via dispositivos como *smartphones* e *tablets*), este novo processo de colaboração do público, antes considerado apenas receptor, se potencializou. Fenômeno conceituado de jornalismo cidadão, mas também chamado de jornalismo open source (produção aberta), jornalismo colaborativo, jornalismo participativo e até mesmo jornalismo cívico, o movimento que dá ao cidadão comum o poder de se assumir como repórter – e distribuir informação jornalística –, é um dos mais conflitantes paradigmas do jornalismo na atualidade, a exemplo do que tratam au-

tores como Bowman e Willis (2003); Brambilla (2005); Gillmor (2004). Isso porque as audiências invadem um território até pouco tempo fechado: o da produção das notícias. Embora tenha nascido como uma forma (e intenção) independente e livre de divulgar informações do público para o público, por meio de blogs, sites pessoais e sites de publicação aberta (*wikis*), o modelo acabou sendo apropriado pela imprensa tradicional. É pertinente destacar que a missão do jornalismo cidadão era justamente fugir da leitura dos media, concedendo aos participantes a possibilidade de ser uma nova voz a narrar acontecimentos jornalísticos, distante dos embargos ideológicos, corporativos e editoriais existentes nas redações e nos grandes grupos de comunicação. Simultaneamente ao debate, junto a repórteres e na academia, sobre até que ponto esse tipo de contribuição/colaboração é jornalismo de fato e os limites de atuação dos leitores-repórteres, percebe-se que, em muitos dos jornais impressos o público ganha espaço na participação da produção de notícias. Não só aparece como uma figura reconhecida, mas muitas vezes é identificada e estimulada a participar.

Produção partilhada

Empresas de comunicação, como o Grupo RBS², abriram canais específicos ao conteúdo gerado pelos leitores, e utilizam-no para complementar o noticiário tradicional produzido pela equipe, como demonstramos no capítulo dedicado à análise dos jornais investigados. Lado a lado com reportagens escritas por repórteres profissionais, percebemos a presença do leitor, seja através de um selo indicando que o assunto foi proposto por ele ou em forma de nota, comentário ou, até mesmo, coluna. Por alterar modos de produção e papéis no processo de comunicação e informação contemporânea, a aproximação entre leitor e jornalista é conflitante e polêmica. Levantam-se questões a respeito da legitimidade do leitor para abordar assuntos jornalísticos, levando em conta elementos essenciais ao tratamento da informação jornalística como a isenção, a precisão, o compromisso com a verdade e o domínio da técnica dentro de competências profissionais diluídas e, agora, partidas, servidas à mesa para quem quiser experimentá-las. Afinal, essas tarefas, até então, eram exclusivas do jornalista. à custa de transformações impostas pelo cenário atual, o jornalista tem sido forçado a encarar um redesenho da sua cultura profissional que atinge, obviamente, seu código deontológico, justo em um período em que a formação acadêmica não é mais requisito obrigatório para o exercício da profissão no Brasil, conforme decisão do Superior Tribunal Federal (STF)³. A participação do

² Fundada em agosto de 1957, por Maurício Sirotsky Sobrinho, a Rede Brasil Sul (Grupo RBS) é uma das mais influentes e amplas empresas de comunicação do País. Com atuação e liderança predominantemente nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, o grupo tem oito jornais, sete portais de Internet, 18 sucursais de televisão, além de emissoras de rádios, como a Rádio Gaúcha, Atlântida e Itapema FM, gravadora, uma editora e uma fundação.

³ Em 17 de junho de 2009, os ministros do Supremo Tribunal Federal (STF) votaram pela extinção da obrigatoriedade da exigência do diploma de jornalismo para o exercício da profissão. O tribunal aceitou Recurso Extraordinário, interposto pelo Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (SERTESP), que alegou inconstitucionalidade à exigência do diploma. A justificativa foi que esta condição iria de encontro ao direito constitucional que garante a qualquer brasileiro a sua livre expressão. Comparando jornalistas a cozinheiros, que também não precisam ter diploma de nível superior para realizar

público, em diferentes instâncias na produção jornalística, do flagrante, à apuração e distribuição de conteúdo informativo propõe uma nova receita para fazer jornalismo. Nela, as decisões e a pauta, por exemplo, não são desenhadas somente dentro da redação pelos jornalistas. A audiência também entra na arena deste debate com seu conteúdo, ora produzido espontaneamente e ao acaso, ora obtido após um chamado ou convocação dos veículos por meio de reportagens especiais e/ou seções.

Jornalismo cidadão

O público experimenta uma nova relação tanto com as mídias quanto com o próprio público, com as pessoas com quem divide gostos, planos, ideias e ambições. O usuário da Internet, que até o final da década de 90 acessava sites com o propósito de entretenimento, ao receber informações, virou produtor de conteúdo dentro do conceito da Web 2.0, que pressupõe autoria, participação, autonomia e distribuição de conteúdo. Agora, o público assume o papel de agente que escreve, edita, publica, recomenda, influencia e engaja outros internautas. Essa nova forma de relacionamento entre as pessoas – graças às facilidades de acesso à rede, com aumento da banda larga, e barateamento das Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC), fez com que se alterassem as práticas sociais, mudasse a mídia e a maneira como os antigos receptores agora fazem uso da informação jornalística. Nesta pesquisa, opta-se por usar a nomenclatura “jornalismo cidadão” devido ao fato dessa expressão já ter sido incorporada pela mídia e público participante, além, é claro, de corresponder, conforme a maioria das publicações científicas pesquisadas, à prática de jornalismo por pessoas sem formação exclusiva (TARGINO, 2008). O termo abrange casos em que cidadãos sem formação jornalística passam a agir como repórteres, produzindo e distribuindo notícias em diferentes plataformas de comunicação, sejam canais independentes e pessoais, como blogs, ou como colaboradores de portais de jornalismo ou jornais, online ou impressos. Embora tenha surgido como uma forma independente de divulgar notícias do público para o público, o jornalismo cidadão acabou sendo adotado por muitas das empresas de comunicação em países com as mais diferentes características socioculturais e econômicas, em um modelo híbrido de colaboração.

Mediação e tensão

A aproximação entre leitor e jornalista é conflitante e polêmica. Levantam-se questões do ponto de vista do público, como a competência do leitor para tratar de temas específicos, a isenção, o discurso empregado, a democratização da informação

atividades, o então ministro-relator e presidente do STF, Gilmar Mendes, virou o símbolo de uma luta que não terminou.

e a cidadania. E, de outro lado, cria-se uma tumultuada revisão de papéis, um redesenho da definição da cultura dos jornalistas e suas funções, novos princípios seguidos na seleção e edição de notícias e respostas imprecisas sobre o que realmente se quer, trazendo o leitor para o processo de construção do produto jornalístico. Diante desse cenário, torna-se importante refletir acerca das vantagens e benefícios, regras e fundamentos que regem o jornalismo cidadão; das transformações e das adaptações exigidas pelos veículos para trabalharem com as colaborações do público. A dissertação concentra esforços na análise da presença desse leitor atuante em quatro jornais impressos do Grupo RBS, o maior conglomerado de mídia da região Sul do Brasil. Embora se saiba que os jornais sempre tiveram espaço para publicar o que o leitor tinha a dizer, seja por meio de cartas e/ou artigos, é consenso que a interação e o compartilhamento de informações entre o cidadão comum (o leitor) e os jornalistas e a redação, na atualidade, atinge intensidade inédita na história, movimento que provoca a revisão de papéis antes estabelecidos de forma consolidada e inquestionável. Nesse sentido, conforme Bowman e Willis (2003), a profissão de jornalista realmente não está apenas transformada pela necessidade de domínio das novas tecnologias, mas, principalmente, pelo público consumidor de informação que provoca a mídia. Atualmente, o cidadão tem ao alcance ferramentas e equipamentos, portáteis e fáceis de usar, que os colocam em uma posição de atividade na criação e distribuição de informações, comportamento que gera impacto direto nas rotinas produtivas dos jornais e, conseqüentemente, na qualidade, amplitude e variedade da informação jornalística. (BRAMBILLA, 2005). Diferentes vozes podem atravessar a notícia, por uma série de fatores em evolução: a popularização das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), a queda no preço de computadores e conexões à Internet, espírito de interação de época – que busca fugir da informação atrelada à leitura dos meios de comunicação de massa –, valorização da cidadania, apelo ao discurso libertário e o desejo de livre expressão.

A insatisfação com a qualidade do jornalismo entre a audiência — e entre os próprios jornalistas — não é novidade. Ativistas à direita e à esquerda tradicionalmente denunciam a suposta parcialidade e comprometimento da mídia com interesses comerciais. Leitores especialistas em determinado campo, por outro lado, irritam-se com as imprecisões ou erros flagrantes contidos em reportagens. Até agora, estes grupos tinham apenas o instrumento das cartas, telefones ou publicações caseiras para expressar suas opiniões ou publicar matérias como pensam que estas devam ser. Hoje, podem empreender esforços individuais ou coletivos para produzir suas próprias informações. (PRIMO; TRASEL, 2006, p. 5).

Como se percebe, a existência do jornalismo cidadão está intimamente ligada à evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e, como consequência delas, a uma reviravolta na distribuição do conhecimento. O produtor de conteúdo na Internet, principalmente, pode ser qualquer pessoa que domine técnicas básicas de navegação e saiba operar um computador e que esteja imbuído de um espírito de

colaboração, algo que as TIC despertam cada vez mais na sociedade sem distâncias. (CASTELLS, 2004).

Mas isso, obviamente, não garante que o conteúdo sob o pseudônimo de “jornalístico”, produzido por não-jornalistas terá veracidade, verificação, parcialidade, equilíbrio e atualidade – funções inerentes ao bom jornalismo, como defende Traquina (2004). Mais do que isso. Não pressupõe, muito menos, que esse conteúdo cumpra com um dos principais objetivos do jornalismo: o interesse público. Reside aí, a grande discussão do jornalismo cidadão, como expressam Bertrand Pecquerie, diretor do Fórum Mundial de Editores com sede em Paris, e Larry Kilman, diretor de comunicações da Associação Mundial de Jornais, entidades que, juntas, são porta-vozes de jornais localizados em mais de 100 países. De acordo com esses representantes, a mídia mundial está de olhos bem abertos em torno do rumo que o jornalismo cidadão parece tomar. E os grandes jornais e veículos de comunicação já enxergam essa participação do público como essencial, algo irreversível. Mas é preciso cautela na dose, segundo Pecquerie (2007), principalmente quanto à verificação e confiabilidade das informações geradas. Como o próprio público suspeita da fidedignidade das narrativas elaboradas pelos jornalistas-cidadãos, uma das saídas propostas para a questão seria atribuir aos repórteres-cidadãos a função de produtores de conteúdo complementar ao jornalismo tradicional. Assim, dizem os representantes, os jornalistas profissionais têm sua profissão assegurada, ao mesmo tempo em que recebem colaboração de leitores que estão por todo lugar e que, de alguma forma, poderão ajudar.

Metodologia

A pesquisa de mestrado realizou uma investigação de caráter exploratório (GIL, 1999) e qualitativo a partir da análise das produções encontradas nas páginas dos quatro jornais impressos do Grupo RBS em Santa Catarina, respectivamente: Hora de Santa Catarina, A Notícia, Diário Catarinense e Jornal de Santa Catarina. A ordem foi estabelecida após sorteio aleatório. A partir da ordenação dos jornais, foram analisados textos presentes na pauta do dia, em cadernos e suplementos e em colunas, incluindo fotos, selos e elementos gráficos externos às narrativas textuais. A amostragem, recortada dentro da semana composta (MINAYO, 1993; LAKATOS; MARCONI, 2007), totalizou um *corpus* de 27 edições – em semanas subsequentes completas e ininterruptas de circulação, entre os dias 28 de agosto a 25 de setembro de 2011. Além dessas, foram analisadas outras produções individuais externas ao mês investigado – apontadas por jornalistas no decorrer das entrevistas.

Foram realizadas entrevistas presenciais junto às equipes das quatro redações. Pretendeu-se conhecer como cada veículo percebe e absorve o jornalismo cidadão

– e os diferentes níveis de participação do público – e de que maneira os jornalistas interpretam a participação dos leitores sobre aspectos como: pauta, alertas, ética, técnica, flagrante, produção fotográfica, regras, limites e motivação. Neste artigo, tratamos apenas das impressões fornecidas em torno da ética e técnica.

Ética e Técnica na colaboração

Para a repórter Sâmia Frantz, que atua na editoria de Geral do jornal Hora de Santa Catarina, o público ainda tem dificuldade em produzir conteúdo de boa qualidade na área. É rotineiro o fato de os leitores procurarem a ajuda do jornal para resolver um problema, como um buraco na rua onde moram ou a ineficiência de um serviço público. Porém, produzir notas informativas e ainda fornecer uma imagem do fato, com características informativas, é uma realidade rara, segundo ela. “Até acontece, mas só em situações muito pontuais. Acredito que não seja mais frequente por causa da escolaridade e do baixo nível econômico do nosso leitor” (FRANTZ, 2011), avalia, mencionando que aprova a participação do leitor-repórter. Nesse sentido, ela avalia que, se o cidadão ganha mais espaço e até age como o repórter na função de revelar acontecimento. Nestes casos, o jornalista avança sobre a checagem, que é, para a entrevistada, indispensável. “O leitor pode mandar uma matéria para nós, mas quem irá verificar os dados, editar e equilibrar o texto é o profissional que estudou e tem formação acadêmica. É preciso aprofundar, ampliar” (Id. Ibid.), sentencia. A intenção de provocar no público a ideia de que o jornal deseja conhecer o que pensam os leitores e aquilo que produzem de informação, demonstra, na opinião do editor-chefe, Domingos Aquino, um produto que conversa com a comunidade em diferentes momentos. Logo, tem-se um noticiário partilhado, onde a ética e a técnica dos jornalistas, minimamente, também são absorvidas pelos leitores. “Quando o leitor liga para o jornal ou envia um email sugerindo uma pauta, fizemos todo esforço possível para transformar aquele pedido em matéria ou reportagem. É uma decisão nossa, sim, mas a autoria inicial não é do jornalista” (AQUINO, 2011), explica. Na avaliação do editor, seções específicas como “Tem solução?”, apesar de tratarem de assuntos diretamente ligados ao leitor – evidenciando uma preocupação/desejo individual – na verdade, alcançam a coletividade na maioria das vezes. A motivação pode ser pessoal (o leitor pensa no seu problema), porém o alcance da pauta é maior, afinal, o terreno, a rua ou a deficiência de algum tipo de serviço público não atingem apenas a pessoa interessada em reclamar e pedir a solução do caso usando como meio o jornal.

Quem assume esta tarefa de direcionar as produções e alertas é o editor de Produção. Ele avalia e faz a filtragem se aquela contribuição rende um “Tem Solução?” ou merece uma pauta com selo do leitor. Na seção de Cartas, nosso foco também é no local. Somos um jornal paroquial. Na atualidade, temos de

levar em conta que o jornal não é mais a única praça de informação jornalística. Quando a gente menos espera, está sendo corrigido em um blog. Se você não abre espaço para o público, corre o risco de ficar altista. Sabemos que temos uma soberba. Nutrirmos que nós sabemos o que é melhor para a comunidade. Só isso mudou completamente. Hoje, o leitor escolhe em uma linha industrial o que ele quer ler. Não quer mais ser massa. É claro que não é uma tarefa fácil esta de descer do pedestal e não há como contentar a totalidade. Todos, inclusive eu, tivemos que repensar funções e posicionamento no jornalismo. (Id. Ibid.).

Favorável à atuação do leitor-repórter, o editor-chefe de A Notícia considera determinante a produção amadora principalmente na cobertura complementar de eventos factuais. Cita ocorrência das chuvas como exemplo, quando o público é um importante aliado para situar a redação a respeito de locais onde a reportagem não consegue chegar. Em casos deste tipo, o jornalista admite que, dependendo dos indícios de veracidade que a informação apresenta, a colaboração não precisa ser, necessariamente, checada para publicar no online. Na sequência, depois de publicar online o fato, busca-se a confirmação. “Somos 72 jornalistas aqui. Na rua, temos 500 mil pessoas. Se o nosso leitor testemunhou o caso e produziu conteúdo, não há como renegar. Aliás, não temos como concorrer com os públicos. Temos que abrir canais para receber esse material” (Id. Ibid.), avalia. Responsável pela editoria de Esportes e pela seção “Minha Família é...”, a jornalista Janaina Kalsing avalia como tímida a participação do público na produção de conteúdo esportivo. O mesmo, acrescenta, não acontece no espaço que pode ser considerado a coluna social do leitor, onde aparecem as imagens com homenagens. “Pela facilidade de produção e envio do conteúdo, o público participa mais. O texto é simples e a foto não exige muito do leitor, afinal, trata-se de pessoas conhecidas em momentos particulares. E nós avisamos que se faltar algum dado iremos buscar” (KALSING, 2011), comenta a editora. Ela complementa que, além dos canais tradicionais online e email, os leitores costumam ligar para o jornal para narrar os textos. Cioatto, de A Notícia, também atenta à fragilidade com que os amadores leem os fatos, pecando diante de aspectos éticos. Em flagrantes de acidentes, ele relata ser corriqueiro o leitor apresentar fotos em que aparecem corpos, sangue e cenas que o jornal, por seu caráter editorial não sensacionalista, descarta da sua cobertura. “O público não tem essa percepção. Quer mostrar o que para ele tem mais impacto; o que choca mais independente de haver informações exageradas ou desnecessárias”, descreve. A editora de Cultura do mesmo jornal, Cristiane Schmitz, compreende que a participação dos leitores engatinha, mas avança. Ela considera que o leitor ainda tem dificuldade de entender que pode ajudar a construir o jornal, da pauta à produção de um texto informativo (*hard news*). No entanto, menciona que a abertura de novos canais eletrônicos (como emails e seções no site que chamam à participação) permitiu que os leitores se aproximassem do jornal.

Além disso, a decisão de investir essencialmente na cobertura do noticiário local de Joinville e região mudou o comportamento do público, que se identifica com

a investida no localismo. “A partir deste redirecionamento editorial, os leitores passaram e se ver mais nas páginas de uns cinco anos para cá. E, ao se enxergarem ali, também se deram conta que estamos permitindo a colaboração” (SCHMITZ, 2011), relata. Por ser uma editoria que costuma fechar mais cedo (por volta das 17h), os repórteres iniciam o trabalho pela manhã. E, segundo Schmitz, é o horário em que o público começa a dar os primeiros alertas de pautas do dia, por telefone e email. “A gente faz o filtro tradicional. É uma participação que determina o que o jornal irá tratar na edição do dia seguinte, sem dúvida. Nós desconhecemos muitos assuntos que estão na boca do leitor. Ele nos atualiza” (Id. Ibid.), revela. A entrevistada diz que ainda há confusão quando o leitor decide enviar um conteúdo informativo. Em geral, pensa que terá de pagar para a publicação de um evento ou exposição. “Eu diria que a gente ainda faz um trabalho de educação com o leitor. Porém, percebo que ele está mais antenado. Alguns produtores de eventos culturais, mesmo amadores, já agem como se fosse uma assessoria de imprensa”, diz, comentando que é frequente receber textos estruturados na forma de lide, onde estão dados como datas, locais e valores dos espetáculos.

Os leitores estão aprendendo a se comunicar com a gente. O email está lá nas páginas, mas ainda parece não estar claro que o leitor pode nos contatar. O espaço no qual percebo produção maior é no Anexo Ideias, um caderno amplo que procura valorizar a produção intelectual dos leitores e também temas diversos. Ali, através de artigos, os leitores demonstram suas habilidades ou trazem à tona temas novos para debate. Mas ainda cabe a nós, jornalistas, fazer a seleção. Outro caso interessante, este mais pontual, ocorreu na seção “Caras de Joinville”. Em três personagens seguidos, depois de avisarmos que eles seriam pauta, por conta própria, os leitores produziram os textos a respeito de suas vidas. Foi uma experiência curiosa. É uma ajuda, sem dúvida. Tenho percebido também que as fotos estão melhores, mais bem elaboradas e parecendo menos aquelas imagens que as pessoas tiram para pôr no Orkut. Com a Internet, as pessoas mudaram muito sua forma de se comunicar. A prática diária refina o leitor e o jornal tem estimulado a sua produção. Em um concurso cultural que fizemos há pouco tempo, as fotografias de leitores, de pessoas comuns, eram inacreditáveis. O que temos aprendido é que não se pode subestimar o público. (Schmitz, 2011).

Carolina Spricigo, editora de Opinião, relata que embora o jornal demarque em e-mails as editorias, buscando selecionar o recebimento de conteúdo por temas, os leitores ainda têm dificuldade de enquadrar os assuntos por temas. Ao exemplo de outros jornalistas do veículo, ela recebe no email que leva seu nome e também em opinião@an.com.br colaborações que não se enquadram apenas nas seções de cartas e artigos. “O leitor manda tudo indiscriminadamente aos canais online. Cabe a nós fazer o filtro e direcionar às editorias” (SPRICIGO, 2011), comenta. As barreiras éticas/técnicas que separariam o repórter profissional do público também são reconhecidas pelo editor-chefe do Diário Catarinense, Nilson Vargas. O protagonismo do amador na produção de conteúdo jornalístico é visto com cautela e restrições por ele. Em sua opinião, em um jornal tradicional – gerido por jornalistas formados – a participação dos leitores tem de ter limites bem demarcados. A ideia de o leitor assumir a função do repórter,

do início ao fim em uma produção, é uma realidade romântica, simbólica. “A gente não pode renunciar o nosso papel de aprofundar, contextualizar e verificar as informações. É uma missão. A função do repórter-cidadão que testemunha, do comentarista ou do pauteiro amador é a de somar à equipe” (id. Ibid.), relata. Para ele, mesmo contribuindo na seção leitor-repórter, o público se mantém bastante distante da profissionalidade do jornalista. “Não devemos esperar isto dele (a profissionalização do leitor). Além do mais, temos a competência ética para protegê-lo de si mesmo quando suas informações trazem riscos” (VARGAS, 2011). Jornalista responsável pela coluna “Visor” do DC, um dos espaços que mais recebe contribuição dos leitores – Rafael Martini relata que o profissional da notícia perdeu, na atualidade, o papel de centralizador da informação, função que está delegada a qualquer pessoa, segundo ele, que tenha interesse em divulgar algum fato, inclusive em “primeira mão” ou que venha a dar um “furo jornalístico”. Aponta que, hoje, com as redes sociais e as possibilidades de comunicação e interatividade trazidas pela Internet, a informação de caráter noticioso circula junto às audiências (online e off-line) independente da vontade e do crivo do jornalista. “Mas não podemos comparar uma informação bruta com uma informação tratada, checada e contextualizada. Aí está a nossa função. [pondera]. O jornalista nunca vai perder este papel de fornecer uma notícia com credibilidade” (MARTINI, 2011). A enxurrada de dados e alertas repassados e distribuídos pelos leitores, acredita, faz com que os jornalistas reforcem a necessidade dar tratamento profissional, incluindo aí checagem, edição e apuração complementar, o que confere credibilidade e equilíbrio às notas da coluna. “No entanto, eu não conseguiria trabalhar sem a presença do leitor todos os dias. Hoje é impressionante a força que isso tem. Existem colaboradores que eu chamaria até de profissionais.” (Id. Ibid.), relata Martini. Em A Hora de Santa Catarina, na coluna “Amador Futebol Clube”, a necessidade de edição e readequação do conteúdo amador é considerada indispensável. Por ter criado uma rede de colaboradores e estar frequentemente em contato com os leitores-produtores, o jornalista Michael Gonçalves, autor da coluna, recebe em seu email, quase que todo dia, um resumo das partidas que não pôde acompanhar. Para ter certeza de que o repórter-cidadão agiu com ética e imparcialidade, o jornalista confere a versão que recebeu junto aos clubes, dirigentes e juízes para descobrir se os dados batem ou então foram corrompidos pela opinião pessoal de quem informou. “O cuidado sempre é para limpar o texto, ou melhor, a informação que está li contaminada com paixão e emoção. É bastante comum o colaborador ter uma relação de envolvimento com determinado time, típico de um torcedor”, comenta.

Considerações finais

A partir da emergência e sedimentação do jornalismo cidadão em canais independentes e também apropriado pela mídia tradicional (modelo híbrido), como este

artigo procurou demonstrar, identifica-se a necessidade de repensar o jornalismo como uma prática plural e essencial ao debate do cotidiano, mas que requer diferentes intersecções sociais e mediações para se manter vigente e atual à sociedade em que opera. E, nesse sentido, para assegurar um lugar específico e constituído para o jornalista atuar. Atentos em garantir audiência e preocupados no que ela diz e de que maneira informa (e para quem), os jornais tiveram que dissolver a produção profissional, chamando os leitores para uma colaboração proativa em uma partilha negociada e, por vezes, agendada em seções diárias, como vimos em relatos de jornalistas que confessam “pedir material” aos leitores, inclusive em seções como “Tem Solução?” e “Foto do Leitor”, criadas, justamente, para satisfazer o desejo, aparente, da participação. Uma estratégia clara de “segurar” a audiência pela mão. Ao convocar de maneira imperativa os leitores e dizer isso nas páginas, os jornalistas estimulam que os leitores atuem como coautores do jornalismo em diferentes momentos desde a sugestão de pautas, alertas factuais, narrativas opinativas e informativas e, principalmente, na captura de flagrantes que rompem a ordem social, terreno fértil para produção amadora e que revelam uma potencialidade cidadã, de fato. Constata-se que, muito além de uma mera participação ocasional, os públicos figuram como personagens decisivos na edição, norteando a ação profissional, apontando assuntos de interesse e exigindo que o jornal mostre aquilo que desejam saber, a exemplo do que foi verificado em seções destinadas ao jornalismo hiperlocal, segmento que emerge em jornais diários, antes apenas preocupados em dar conta de cobrir grandes temas. Entretanto, à frente de permissões e negações tradicionais, o jornalista ainda conserva o seu papel determinante ao selecionar, sozinho, o que os leitores irão consumir, fazendo uso de técnicas próprias cristalizadas a partir de uma deontologia protegida. Nesta instância, os públicos ficam do lado de fora. Lá dentro, o “saber sagrado” é legitimado pela profissionalidade, envolta em uma série de ritos, códigos e crenças que conduzem as rotinas produtivas. Não seria exagero dizer que os jornalistas, ao receberem e tratarem o conteúdo amador, emprestam sua profissionalidade ao leitor, na busca pela validação dos fatos. É justamente na empreitada de checar, verificar, complementar e adequar, para a quase totalidade dos entrevistados – o que reflete a defesa dos autores trazidos na pesquisa – que está a salvaguarda para acolher o jornalismo cidadão junto às mídias tradicionais. Sem o rigor da verificação jornalística independente e criteriosa, um dos principais traços da profissionalidade, o jornal estaria colocando em risco credibilidade, fontes e a qualidade da informação prestada ao mesmo público. A rigor, os leitores demonstram, em maioria, pouco distanciamento para narrar com isenção e imparcialidade as notícias, pois usam critérios pessoais, julgamentos e valores cidadãos, de uma ética comum, muitas vezes diferente da dos jornalistas. Estão geralmente motivados por um problema particular ou interesse privado, mas acabam também agindo em prol do interesse público, instintivamente, quando demonstram que direitos civis estão sendo corrompidos, notam rupturas e transgressões e nos momentos em que o estado ignora/negligencia-os.

Referências

BARCELOS, M. **Jornalismo cidadão**: participação do leitor nos jornais impressos de Santa Catarina, dissertação de mestrado da Universidade Federal de Santa Catarina. 2012.

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. **We Media**: How audiences are shaping the future of news and information. Media Center at American Press Institute, 2003. Disponível em: <http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2012.

BRAMBILLA, A. M.. **A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source**. Sessões do imaginário. 2005. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/reconfig.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2010.

BRAMBILLA, A. M. (2006). **Jornalismo open source**: discussão e experimentação do OhmyNews International, dissertação de mestrado da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GILLMOR, Dan. **Nós, os média**. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de A. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2007.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-52, 2006. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>>. Acesso em 14 jul. 2010.

PECQUERIE, Bertrand; KILMAN. **Do Jornalismo Cidadão ao Conteúdo Gerado pelo Usuário**. Departamento de Estado dos EUA – Revista *eJournal USA*. 2007. Vol. 12. N. 12. Disponível em: http://www.america.gov/media/pdf/ejs/mmc_port.pdf. Acesso em 6 fev. 2010.

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