

Capítulo I – O processo evolutivo da atividade jornalística: A internet como base do jornalismo cidadão.

1.1.Introdução

Neste capítulo propomo-nos a apresentar e descrever o percurso e as condições que conduziram à participação activa do leitor na produção de informações no mundo da comunicação, mostrando os valores importados das ferramentas interactivas, adaptados para as áreas de comunicação. Condições que segundo as nossas abordagens no ponto 1.2, culminariam com o surgimento do chamado Jornalismo Cidadão com novos paradigmas de difusão de informações.

O facto é que os indivíduos andam conectados em redes (Rebillard, 2011). E, nós acreditamos que em tais redes eles desenvolvem conversas, discussões e debates, criando a opinião pública que lhes serve de motor para a construção da inteligência coletiva. Este resultado é apresentado no ponto 1.3.

Portanto, o debate apresentado neste capítulo sobre os conceitos de Jornalismo Cidadão e Participativo e a evolução do *Web* ajudarão a obter noções básicas sobre o procedimento deste fenómeno, embora o terceiro capítulo seja mais clarificador, com enfoque sobre as análises dos *Websites* @Verdade, Olho do cidadão, Kenya Monitor e Mzalendo.

1.2.O processo evolutivo do Web: da gestão de negócios à gestão de informações.

A história do Web começa em 1989 quando Tim Burners-Lee sugere a criação do *Global Hypertext Space* com o propósito de fornecer um espaço comum de informações. Um espaço estático que só era usado para a leitura, unidirecional. E para facilitar o ambiente dos negócios, somente se metiam catálogos que servissem de material de consulta para o usuário (Aghaei, Ali e Farsani, 2012).

Esta unidirecionalidade foi a que caracterizou, por muitos anos e até mesmo nos dias de hoje, os chamados *Médias* tradicionais, ainda que tenham os seus *Websites* disponíveis em linha. Saliente-se que em Moçambique esta prática começa com o jornal Notícias e amplia-se ligado ao surgimento de blogues, cinco anos depois da França, *i.e.*, enquanto na França falamos de 1995, em Moçambique falamos dos anos 2000 (Joanguete, 2011).

Porém, não tardou que este ficasse para a história. Década e meia depois propõe-se uma nova estratégia de fazer negócios tendo em consideração o consumidor. Partiu-se para o *Web 2.0*. Defendido oficialmente em 2004 por Dale Dougherty e torna-se numa grande revolução na

área dos negócios. Aqui já é possível ler e escrever – participação do consumidor. Refira-se que este foi o modelo concebido para negócios de modo a facilitar a interação entre o fornecedor e o consumidor.

E, sem tardar, este modelo é importado pelas empresas mediáticas, mas mais ligado às ferramentas de interatividade e aos avanços tecnológicos no mundo da informática. E, dois anos depois, novos horizontes do *Web* são apresentados – o *Web 3.0*.

John Markoff¹, em 2006, afirmou que a internet evoluía e que a fase interativa e colaborativa na qual se encontra hoje, teria sido resultado de avanços. Ele antevia uma possível 3ª geração *Web* com a ideia de criar uma automação e integração de tantas aplicações AJAX. Um *Web 3.0* que hoje consegue conectar, integrar, analisar e enviar dados ou informações de forma automática e autónoma – inteligência artificial das máquinas, embora programadas e supervisionadas pelo homem. No seu processamento, dados vindos de vários servidores são agrupados e reorganizados em função do sentido, uma criatividade e inovação que encoraja a globalização.

O *Web 3.0* constitui uma nova linha de ação educativa. É a colaboração entre o homem – computador/máquina – homem. As máquinas, a partir de servidores, são programadas e dotadas de inteligência e capacidade para gerir grandes quantidades de dados e informações úteis. Todos os documentos são relacionados pelo sentido. O *Web 3.0* alivia o trabalho demorado e complicado do homem (Rajiv e Lal, 2011). Estes autores apresentam-nos algumas características desta fase.

- (i) A inteligência;
- (ii) A personalização;
- (iii) A interoperabilidade (retoma o *Web 2.0*, o uso de suas ferramentas e aplicações de interatividade e colaboração. Ele é aplicável a quaisquer dispositivo);
- (iv) A virtualização (apresenta uma alta velocidade de internet, permite e facilita a criação de ambientes virtuais 3D; é adaptável a quaisquer línguas de trabalho faz traduções de documentos para todas as línguas naturais, personalizando assim a sua relação com o usuário).

Resumindo, podemos dizer que *Web 3.0* é o tipo de *Web* sobre o qual realizamos as nossas tarefas hoje em dia. Uma internet que corresponde à 3ª geração e que maior parte dos

¹Escritor sénior do New York Times, dedica-se à secção científica. Escreve sobre a tecnologia desde 1976. Fez parte do grupo que ganhou o prémio jornalístico “Pulitzer Prize for Explanatory Reporting”.

Websites de comunicação e informação a usam. A associação das ferramentas aplicáveis ao *Web 2.0* (interação e participação em redes) garante a eficácia. As informações e dados são organizados e localizados em função do sentido e interligações entre si.

E, tratando-se de um processo evolutivo, aventa-se a ideia de um possível *Web 4.0*, ainda que ninguém saiba ao certo como se comportará (Aghai, Ali e Farsani, 2012). Admitir o estágio no qual se encontra o *Web* hoje, é aceitar que ele atingirá uma outra fase pois o homem busca a cada dia estratégias de se livrar das tantas tarefas de gestão de informações e dados, fator da pressão arterial deste mesmo homem.

O Homem, ao apostar pela internet e pelas máquinas, então verá reduzidas algumas tarefas e poderá dedicar mais tempo a outras coisas que pouco tenham que ver com as conexões, como é o caso da família e outras tantas relações sensíveis e que precisam da sua atenção.

Com o *Web 4.0*. pretende-se criar máquinas *experts* na leitura de conteúdos e capazes de tomar decisões. Será ler – escrever – executar – concorrer. Será igual ao cérebro humano. Os homens ao interagir com estas máquinas virão as suas preocupações satisfeitas de alguma forma. Procura-se um momento de substituição na execução de tarefas do homem pelas máquinas inteligentes (*Ibid*).

É com efeito a partir destas condições que, no mundo e em função dos fatores particulares, as empresas de comunicação e de informação partem para o aproveitamento profundo dos ganhos tecnológicos apresentados acima. A título de exemplo, na França devido à baixa do nível do consumo de jornais impressos, as empresas mediáticas partem para o jornalismo praticado diretamente sobre os *Websites*. A África é um outro exemplo de aplicação destes avanços, começados com a criação do *Web 2.0*. Falamos da prática do jornalismo cidadão que além das interações e publicações de informações em tempo real e pela partilha usa plataformas digitais agregando tais qualidades. (*cf.* Capítulo 3 deste trabalho).

1.2.1. O *Web 2.0* – A Interatividade e a colaboração: base para o jornalismo cidadão

“A irrupção das tecnologias digitais e dos novos meios de comunicação confundiu uma grande parte dos nossos comportamentos sociais : a maneira como falamos, escutamos, escrevemos e até como lemos” ou o consumo e mesmo as práticas das comunidades mudaram

(Poulet, 2011:140).

Os jornais impressos estão agora com os graves problemas de asfixia pela multiplicação fulgurante das tecnologias. A audiência está fragmentada e, a digitalização abre oportunidade para uma segunda juventude mediática (*Ibid:55*).

Este modo de pensar, faz-nos acreditar que no seio da sociedade, muitas ou todas as práticas foram obrigadas a mudar a sua maneira de atuação. E, o jornalismo como uma prática social não se exime a tais obrigações. O jornalismo como uma atividade profissional de recolha e difusão de informações não mais podia manter as suas práticas simplesmente sobre o papel, com uma tendência unidirecional. Era preciso encontrar novas formas de fazer o jornalismo.

Na realidade, mais do que falar de novas ferramentas, Poulet fala-nos da importância da internet. Para ele, a digitalização abriu uma nova época de encontros não mais marcados pelos *Mass Médias*, mas sim pelo próprio usuário. Nesta nova época, as informações são dadas em direto e globalizadas (*Ibid:101*). O acesso à informação é imediato e total. Ele não é afetado pelas restrições impostas pela censura (...) As empresas de comunicação não têm mais como esconder as suas informações. Aqui estão os lançadores de alerta, o jornalismo e todos os auxiliados pelas redes sociais (Lejeune², 2012).

Consideramos este fenómeno, o básico para a emergência de novos comunicadores da praça e que disputam a atividade jornalística contra os profissionais. Existem muitas informações a serem conhecidas no momento da sua execução. E, para o Kenya e Moçambique, acoplados à exiguidade de jornalistas profissionais filiados às grandes empresas de comunicação, estão os problemas financeiros seja de produção seja de compra destes impressos. Em África, especificamente no Kenya e em Moçambique, a imprensa passa por enormes dificuldades que as tornam urbana e elitista, sendo por vezes dependentes dos favores dos dirigentes, como fazemos menção no capítulo 2 desta pesquisa. Os grandes *Médias* africanos são por vezes uma decepção para o povo (Banda, 2010; Goldstein e Rotich, 2008).

Contundo, a atitude de “engajamento massivo da população verifica-se devido à irrupção da internet e não se trata de uma sociedade definida somente pela profusão das tecnologias, mas igualmente pelo consumo e produção de conteúdos digitais e pela adaptação aos novos códigos sociais” (Berry e Deshayes, 2010:90).

Estes autores, citados pelo LeMonde.fr reiteram a necessidade de uma participação ativa de todos na criação de espaços de conhecimento. Para eles, o espaço digital foi feito de tal

²Directeur Internet. Expert et Consultant en Stratégie d'innovation. Editeur Région de Paris, France/Technologies et Services de l'information.

maneira que possa ajudar a sociedade em muitos aspetos, como a educação e divertimento. O que quer dizer que se as pessoas criarem um hábito de ir à internet, aos *Wikis*, e aos fóruns especializados, então podem ver satisfeitas as suas necessidades, pois estes funcionam como repositórios que pela qualidade podem ou não engajar a população nos diferentes estatutos sociais. *Dossiers* de qualidade são encontrados nestes espaços de consulta. Muita informação é depositada nestes locais com o objectivo de potenciar o usuário em matérias de luta contra os que praticam o poder. Mas para que isso seja uma realidade, é preciso que a população/sociedade tenha o tempo necessário e esteja motivado tanto para a produção de conteúdos e alimentação destes novos campos. Estes espaços são os denominados espaços colaborativos³

Com o desenvolvimento das TICs, a informação conheceu novas abordagens de informática chamada *informática social* (*Ibid:20*). Trata-se de uma fuga da informática técnica e tecnológica para uma informática baseada na socialização e partilha de informações.

Esta informática social, característica do *Web 2.0*, consiste em adicionar a estes dados operacionais e contextuais de redes de gente (...) um sistema colaborativo (...) que ajuda o cidadão, povo, população a juntar o seu capital social (...) São as redes do conhecimento e de ligações sociais (...) Um investimento sobre a ação cidadã e democrática.

Esta forma de olhar de Berry, e Deshayes faz-nos admitir que nestes novos tempos, o povo não é mais passivo, recetor e consumidor de informações vindas de profissionais. Com o *Web 2.0* podemos ter pessoas engajadas com a causa pública e que dediquem o seu tempo para a produção de informações. Entende-se ainda que os que partem para esta atividade, devem ter consciente as suas intenções.

Os indivíduos organizam-se em grupos com o objectivo de criar redes. Nestas redes, todas as informações, dificuldades ou problemas são conhecidos por todos por meio da partilha/*share/partage*. Uma atitude que ajuda as pessoas a aumentar o seu capital social. Quando pertencemos a certa sociedade, ganhamos o valor ao participarmos ativamente da sua construção, olhando as várias partes que a compõem.

Concordamos que « é cidadão todo aquele que pode governar e ser governado. O cidadão pode informar e ser informado » (Lejeune, 2012:45). Associando estas constatações com o chamamento feito por Berry e Deshayes, concluímos que a existência de indivíduos

³ http://www.lemonde.fr/idees/article/2010/03/30/la-subversion-numerique-par-michel-berry-et-christophe-deshayes_1326463_3232.html

comprometidos com a produção de informações concernentes a aspetos específicos das suas comunidades e grupos sociais significa passar o poder a este mesmo grupo. Eles agora integram o grupo de governantes ao praticar este acto de cidadania e democracia. Grupos de indivíduos ou mesmo pessoas singulares sentem a obrigação de controlar, inquirir, difundir e partilhar tais informações com os outros cidadãos com os quais vivem.

Contudo, fora desta colaboração na produção de conteúdos por parte dos cidadãos. O *Web 2.0* encontra-se ligado a outras ferramentas digitais de partilha e interatividade em tempo real – instantaneidade. Estamos a falar de *Chats, Fóruns, Blogs...* Com o *Web 2.0* temos a conexão entre internautas facilitada. O *Web 2.0* é uma chamada massiva à contribuição e cooperação dos internautas, tal como iremos discutir, nos pontos posteriores, a sua consecução e relação com os conceitos de participação e colaboração.

Atualmente as pessoas não têm a necessidade de se sentar frente a um *écran* para interagir com os outros. O dever colaborativo e participativo são feitos a partir de não importa onde os indivíduos estiverem. Eles devem ter simplesmente disponível um dispositivo de comunicação portátil, conectado por internet, capaz de suportar os novos sistemas de carregamento de conteúdos.

Na indicação dos dispositivos usados para a prática participativa do cidadão, um deles é apresentado como fulcral por ser bastante flexível – o telefone portátil. «O telefone portátil representa atualmente um meio de comunicação e de intervenção fundamental para os movimentos populares e para o ativismo político no mundo inteiro (Castells, 2013:458) ».

É um facto e, como faremos menção no capítulo 2, foi por meio destes dispositivos portáteis (celular, tablettes, iPhones...) que muitos movimentos africanos, exemplo do Kenya e Moçambique, tomaram parte das decisões a eles concernentes ou forçaram os seus dirigentes e governos a mudar ou tomar consciência do desejo popular e das dificuldades nas quais vão mergulhando a cada dia. Foi pelo celular que as pessoas exerceram novas práticas participativas de produção de conteúdos em África, reportando e partilhando informações sobre o dia-a-dia das suas comunidades rurais e urbanas.

São dispositivos que têm disponíveis ferramentas que lhes permitem e facilitam a recolha e difusão de informações que acharem importantes. « A convergência da internet com os meios de comunicação sem fios e a difusão permitem o poder de comunicação e o tratamento de informações de todos os domínios (*Ibid*:104).

Com a emergência do *Web 2.0*, a comunicação foi facilitada. Esta rede de envio e partilha de documentos garante também a interação entre os grupos. Para o autor, tais documentos possíveis de enviar são os textos, áudio, programas e quaisquer outros dados digitais. Esta convergência conduz-nos ao que se chama de Auto Comunicação de massa embora exista ao mesmo tempo ligada à comunicação interpessoal (*Ibid*:101).

Portanto, na descrição histórica deste processo de surgimento do jornalismo cidadão, o académico Nadine Jurrat escreve « Citizen journalism and internet » e procura provar que a questão de jornalismo cidadão nascida do *Web 2.0* é atualmente uma prática que não cessa de crescer. Para ele, esta atitude está intimamente ligada, por um lado, à globalização, a subida de preço dos jornais impressos e à fragilidade dos *Médias* clássicas de oferecer informações satisfatórias ou importantes para toda a sociedade (Jurrat, 2011). Mas questões de epidemias, guerras, crises naturais, Tsunames, atentados bombistas forem determinantes, por outro.

O autor sublinha que a estes fatores adicionam-se os avanços tecnológicos verificados neste mesmo século no mundo inteiro como o fácil acesso à internet, usando celulares, tabletes, iPhones dispendo de câmaras digitais e programas também capazes de digitalizar o som, imagens, fotos, vídeos, o sistema *#hashtag* introduzido pelo *Tweeter*, garantindo a criação de blogues em tempo real.

Sublinhemos que o cenário acima descrito teve repercussões na vida das populações. As pessoas comprometidas com a causa cívica de procura, recolha, tratamento ou não de informações, disseminação e partilha, tinham em vista um objectivo – praticar um ato de cidadania⁴ e gozo da liberdade de expressão e direito à opinião. Os indivíduos que se encontram agora conversando, discutindo assuntos de interesse comum, têm a impressão de estarem ou poderem criar a opinião pública que sirva de base de sustento para ação e reação consciente dos membros quando chamados a atuar em diferentes esferas da vida social – o que designamos por inteligência coletiva, como damos conta no ponto 1.3, abaixo indicado.

1.2.2. O jornalismo cidadão: a inteligência coletiva e a construção da opinião pública.

“Com as liberdades públicas e a democracia, afirmam-se novas exigências – o direito público à informação, (...) a possibilidade de acesso aos factos ou aos eventos da atualidade, recitações e interpretações, opiniões e ou comentários

⁴De acordo com Hervé Broquet e Jonathan Piron em “Être et devenir citoyen” a cidadania corresponde a um termo totalmente jurídico, referente aos direitos e deveres cívicos, políticos e sociais dos membros de uma dada sociedade... um conjunto de qualidades morais indispensável à própria existência do homem. Disponível em linha, capturado a 23 de Julho de 2016.

(Balle, 213:275).

O autor relaciona três elementos na sua abordagem: (i) Liberdades públicas; (ii) Democracia e (iii) Direito à Informação. Uma relação bastante interessante no nosso entender pois transcende as teorias e políticas governativas regiões ou particulares e torna-se num direito universal dos povos, embora a sua implementação tenha que ver com as vontades de cada governo na sua especificidade.

O pensador considera, na nossa interpretação, que as sociedades que optam por políticas governativas democráticas garantem tais liberdades aos povos. Estas liberdades encontram-se intimamente ligadas aos direitos e deveres. E um dos direitos tem que ver com o acesso à informação.

Não se trata de um direito a ser cumprido unilateralmente pelos profissionais de jornalismo, procurando e publicando notícias, com uma importância definida por suas redações, ao público. O direito à informação, como se pode ler no excerto acima, implica participação ativa do ato de cidadania por parte dos usuários. Eles têm direitos iguais aos dos profissionais – o direito a interpretações; o direito a opiniões e a comentários. Não se trata de um direito definido hoje e que se circunscreva simplesmente às elites. É um direito dos povos que também se relaciona com a liberdade de expressão (*Ibid:276*)

De facto, afirmar que o homem tem disponíveis as liberdades é aceitar que ele tem a possibilidade de se juntar aos outros e trocar experiências sobre vários assuntos ou problemas que enfermam a sociedade na qual se insere. Atualmente, as relações entre os indivíduos são rápidas e bem possíveis devido à existência da internet. É a internet que os conecta em função dos objetivos comuns entre si. Isto exige bastante dos governos para que implementem constantemente políticas incentivadoras do uso das NTIC.

E, paradoxalmente, como se poderá ler nos capítulos seguintes, Kenya está muito acima de Moçambique no que tange às taxas de cidadãos que se conectam à internet, no seu dia-a-dia. Porém, provamos também que o Governo de Moçambique está mais comprometido com a disponibilização da internet aos moçambicanos, na ajuda das grandes instituições de comunicação – telefonia móvel, por um lado e a partir da abertura de centros de recursos digitais municipais em quase todo o país, tendo ainda um grande centro de pesquisa em tecnologias para responder a estas necessidades. O Governo de Moçambique, pode-se ler mais abaixo, incentiva as práticas jornalísticas amadoras – o denominado jornalismo cidadão.

E, retomando à questão de conexões, podemos concordar que as “sociedades em rede, funcionando graças à ajuda das novas ferramentas tecnológicas da informação e comunicação digital, têm uma cobertura mundial” (Castells, 2013:55). Estes indivíduos quando se encontram sobre uma rede global, eles representam uma enorme diversidade e diferenças culturais (*Ibid*:69).

Se a existência desses grupos instalados sobre a internet corresponde a uma nova estruturação social, então “a condição para a existência de uma inteligência coletiva é a existência de grupos unidos de possibilidades de interação, permitindo a correlação de seus comportamentos e sua adaptação” (Bonabeau e Theraulaz, 1994:18), o que implica a existência de uma causa comum.

Esta constatação do autor dá-nos a entender que a união dos indivíduos tem em vista um determinado objectivo – o de refletir e discutir sobre quaisquer assuntos ou problemas. Esses objetivos são definidos em função das suas pretensões ou preocupações. Os indivíduos quando integram os grupos têm o objectivo de disseminar as suas ideias e opiniões no seio do coletivo ou mesmo para atualizar os seus conhecimentos e percepções sobre o mundo.

Hoje em dia, existem vários grupos sociais, fechados e abertos onde o indivíduo tem a necessidade de se identificar ou concordar com as suas práticas e de seguida efetuar um *gosto/like*, o que lhe permite comentar e dar o seu ponto de vista. É assim como construímos a inteligência coletiva pela opinião. O indivíduo quando comenta determinados assuntos, isso significa liberdade de expressão – o direito à informação e à opinião sobre os aspetos do seu dia-a-dia.

Realce-se que a inteligência coletiva não implica um simples *gosto/like* sobre os comentários. Ela significa uma colaboração sobre um dado plano intelectual. “Ela ajuda as pessoas na competitividade e sobre o desenvolvimento humano” (Juanals e Max-Noyer, 2010:105).

De facto, os autores insistem sobre a relação preponderante entre o desenvolvimento humano e a possibilidade do crescimento da inteligência coletiva, facto que nos leva concordar com eles porque os atos de construção, invenção ou inovação sobre determinados aspetos ou elementos que compõem o grupo podem ajudar na disseminação de ideias e experiências consistentes, fiáveis e úteis nas suas ações individuais.

Resumindo podemos dizer que os autores apresentam três características principais da opinião pública:

- a) Um produto da autoria particular ;
- b) Uma opinião partilhada por um grande número de indivíduos – opinião comum;
- c) Uma opinião trazida ao conhecimento de todos e sujeita ao julgamento por todos – um relato público.

De facto, estes três elementos implicam-se uns aos outros pois a ideia de opinião pública parte do debate e troca de pontos de vista sobre quaisquer assuntos da sociedade (política, economia, saúde, finanças, desporto, cultura, turismo, *etc.*). Então implica a estruturação, organização de tal sociedade em pequenos grupos de interesse, grupos de indivíduos que militam seja a favor seja contra quaisquer problemas. Cada um dá o seu ponto de vista, a sua opinião em função da sua experiência, capacidade ou conhecimento.

Contudo, este intercâmbio ou troca de opiniões ganha interesse se o fizermos em tempo real, *i.e.*, que os indivíduos façam as suas constatações sobre a realidade, recolham as informações e as disseminem ou partilhem com o grupo. Esta atitude é possível com o recurso à internet e às ferramentas que permitem a interação entre os membros dos grupos. Estas informações depois de consolidadas tornam-se num conhecimento individual ou do grupo, o que chamamos de inteligência coletiva que ajudará no desenvolvimento, onde o indivíduo saberá como se posicionar frente aos problemas da vida quotidiana, exigindo a sua intervenção.

De facto, a inteligência dos indivíduos em diversos grupos ainda que seja com uma afinidade em relação ao conteúdo e à possibilidade de trazer alguns comentários ou dar um ponto de vista, é a garantia da liberdade de expressão onde o indivíduo não somente escuta e lê, mas também produz ou participa da construção do sentido social sobre a realidade que o rodeia.

Com o *Web*, a comunicação ganha novas direções. Se o *Web* pressupõe a existência da internet, novas tecnologias e ferramentas, desejos e novas culturas sociais, então, estamos seguros de que os problemas sociais podem ser conhecidos, o que quer dizer que mesmo os problemas chamados menos importantes na sociedade (Castells, 2013:104). São problemas que somente serão conhecidos quando reportados por cidadãos a partir das suas comunidades. Este novo grupo de repórteres comuns, designados por jornalistas amadores são a base da existência do jornalismo cidadão que a seguir nos propomos a discutir.

1.3.O Jornalismo Cidadão e Participativo.

1.3.1. Perspetivas de definição e relação.

A distinção e conceitualização destes termos torna-se difícil pelo facto de ambos concorrerem para os mesmos objetivos. Contudo, o facto de o seu debate não cessar encoraja-nos a encontrar consensos a partir do que os autores e profissionais de jornalismo pensam que seja esta prática.

Assim, o jornalismo cidadão é concebido como ação ativa de cidadãos ordinários (comuns) nas reportagens jornalísticas, *i.e.*, no lugar dos profissionais. Eles apoiam-se no *Web 2.0* para efetuar interações e comentários, debates, discussões como alternativa de ações impossíveis nos grandes *Médias* (Joyce, 2007). O usuário/audiência ocupa-se da atividade de produção de conteúdos, no lugar de esperar por notícias a serem enviadas pelos grandes *Médias* com o objectivo de fornecer informações aos seus concidadãos sobre o dia-a-dia desta mesma comunidade. Um ato individual de recolha, reportagem, análise e disseminação de informações. Uma prática que ocorre sobre as plataformas digitais de interação e sobre as redes sociais (Dare, 2010/2011). Os conteúdos ou estórias são enviados às plataformas para a sua publicação e partilha sem quaisquer tipos de edições. Este novo repórter não tem o jornalismo como sua principal atividade ou ocupação, porém, exige-se que embora não seja profissional do jornalismo, então envie os seus conteúdos com respeito a pelo menos princípios de decência (Jurrat, 2011).

A partir destes três pensamentos podemos chegar a algumas conclusões bastante explícitas, embora prematura enquanto se não verificar a partir das análises a fazer no capítulo 3 deste trabalho. O consenso que sair daqui servirá de baliza para a prossecução do trabalho.

O jornalismo cidadão compreende-se que seja uma prática cidadã de recolha e publicação de estórias referentes às comunidades, sobre os *Websites* que usam plataformas digitais de interação. Não importa que tipo de informações o cidadão deve enviar porque a sua importância é definida em função da sua comunidade ou grupo ao qual ele pertence e quer que conheça as ocorrências do seu dia-a-dia, por um lado. O jornalismo cidadão implica a existência de cidadãos comuns que se dediquem à recolha de informações e partilhem para suscitar debates, conversas mais abertas de modo a criar a opinião pública, por outro.

Os autores aqui citados vão mais longe ao afirmar que estes novos repórteres não são pagos e não trabalham para os grandes *Médias*. Você encontra-se ao acaso num lugar em que de repente algo acontece e por meio de celular grava um pequeno vídeo e publica – então você é

cidadão repórter. Os indivíduos têm os seus blogues individuais e, é também a partir destes que eles podem enviar as suas informações para a discussão.

O jornalismo cidadão é sinónimo de jornalismo amador. Uma prática que obriga a adoção de novas formas de relacionamento entre o cidadão e os profissionais de jornalismo (Ruellan, 2007). Os que antes eram chamados consumidores, decidem que agora querem passar a produzir informações. As suas opiniões são feitas sobre os próprios blogues e partilhadas instantaneamente, o que retira a anterior tarefa de censura. O *gatekeeper* não tem mais espaço. Os indivíduos além dos blogues usam os fóruns e os *Wikis* para produzir informações úteis às suas comunidades. Trata-se de informações que servem para alimentar grande parte das comunidades, com diversas finalidades – uma ação participativa de produção de conteúdos *Online*. Uma ação cidadã e democrática de produção de informações (Rebillard, 2011).

Pelo que, podemos admitir a existência de uma aparente diferença entre o jornalismo cidadão e o jornalismo participativo ou colaborativo. Tal diferença cinge-se nos seguintes aspetos:

- (i) Jornalismo cidadão implica envolvimento do cidadão comum na recolha e publicação *Online* de informações, ocasionais referentes à sua comunidade;
- (ii) O jornalismo cidadão implica o desejo da audiência de querer mostrar ao mundo o que está a fazer em instantes momentos (ele tira uma foto e com poucas palavras relata o que estiver a acontecer e publica no *whatsapp* com o sistema *#hastag*);
- (iii) O jornalismo cidadão implica complementaridade do jornalismo profissional – o cidadão comum e desconhecido, vivenciando uma situação alegre ou triste, faz um vídeo, tira fotos e faz comentários e ainda publica ou partilha sobre as redes sociais;
- (iv) O jornalismo participativo é também considerado colaborativo pois implica a existência de pessoas engajadas nos seus blogues, na produção de conteúdos e reflexões – liberdade de tecer opiniões sobre determinados factos ou assuntos que ele define como interessantes ao conhecimento dos seus concidadãos. Este cidadão pode publicar ou enviar estas opiniões aos *Websites* interativos para criar debates e reflexões em torno seja do que ele pensa seja do que os outros pensam;
- (v) O jornalismo participativo ou colaborativo implica a existência de *Websites* agregadores de informações, facilitando a circulação e o acesso rápido, *i.e.*, enquanto os profissionais aguardam pela aprovação do chefe de redação ou do editor, aqui as informações confluem aleatoriamente.

- (vi) O jornalismo participativo ou colaborativo envolve atitudes ligadas à produção de conteúdos nos *Websites Wikis* em que um indivíduo comum tem o desejo de divulgar um conhecimento que acha que será usual para os outros. As informações são deixadas *Online* para o benefício das comunidades e ou de quem tiver a possibilidade de se conectar por internet.

Em suma, o jornalismo cidadão combina as práticas acidentais e de advocacia, de recolha e publicação de informações. Ele caracteriza-se pelo envolvimento direto do cidadão, habilidade, oportunidade e direito de produzir e disseminar conteúdos. Com o jornalismo cidadão, o papel e o dinheiro ficam de fora quando se pretende informar. As respostas são à altura e rápidas. “Você está monitorando poder e publicando informações que os grandes *Médias* pensariam duas vezes para o fazer” (Dare, 2010/2011).

O jornalismo cidadão caracteriza-se pelo facto de ser executado por um cidadão repórter ordinário, não pago, no lugar do jornalista profissional. Ele beneficia-se do *Web 2.0*, o que permite aos leitores repórteres e até aos jornalistas profissionais fazer comentários sobre as informações, debater ou discutir soluções. O jornalismo cidadão dá voz aos que nunca seriam ouvidos nos grandes *Médias* e a oportunidade de partilhar os seus pontos de vista, com recurso às plataformas digitais. Coloca um ponto final ao trabalho elitista dos *gatekeepers* que escolhem as informações que acharem importantes para o público. Tem uma maior cobertura e abrangência e permite conhecer os problemas mais correntes.

O cidadão repórter é um indivíduo sem formação académica na área de jornalismo, com vontade de participar da esfera social, apresentando conteúdos ou informações contendo texto, imagem, som e vídeo – um ato de cidadania. Ele relata informações que não teriam visibilidade na esfera pública. Ele tem maior liberdade na produção e disseminação de informações. Ele participa para o enriquecimento e democratização do trabalho do jornalista e das informações porque as suas ações não são sujeitas a nenhuma pressão económica nem política que sufocam os profissionais.

A prática do jornalismo cidadão, como um todo que contempla o jornalismo participativo, veio acabar com os paradigmas clássicos de que o jornalismo somente existe quando uma série de regras, princípios e até dependências são observadas. Estas normas e sistemas são invadidos por novos paradigmas, obrigando os jornalistas e as suas empresas a redimensionarem-se (Charron, 2007).

De facto, os aspetos sociotécnicos, estruturais e infraestruturais não têm mais relevância nesta prática. Para se praticar uma ação jornalística precisa-se mais é de dispositivos e internet e não dos anteriores constituintes desta prática. A produção e difusão das informações não mais dependem das expectativas dos superiores hierárquicos (*Ibid*).

Com o jornalismo cidadão, abandona-se a rotina. Com os novos repórteres, o valor das informações não é mais definido em função da sua estruturação e importância, mas sim eles lançam um conjunto de informações que irão exigir dos redatores novos comportamentos – colaboradores para a ação de verificação das informações.

Se os paradigmas clássicos do jornalismo implicavam uma ação cognitiva do jornalista, o sentido e consciência práticos (Charron e Bonville, 2003), com os novos paradigmas tudo é feito em função da consciência dos cidadãos. Não existem regras a seguir. Eles baseiam-se no livre arbítrio – o garante das suas liberdades e direito à informação.

Importa salientar mais uma vez que a introdução deste tipo de jornalismo, embora significando o maior ganho das liberdades humanas, pode constranger os profissionais. A verdade é que se for esta uma prática que se pretende que seja jornalística, então precisa de dispor de uma linha editorial previamente definida, que as pessoas estejam realmente engajadas e que disponham de tempo suficiente para a sua realização e que com o jornalismo que nós consideramos advir de artigos produzidos a partir de blogues, então consiga-se responder às cinco perguntas clássicas (Venesse, 2012).

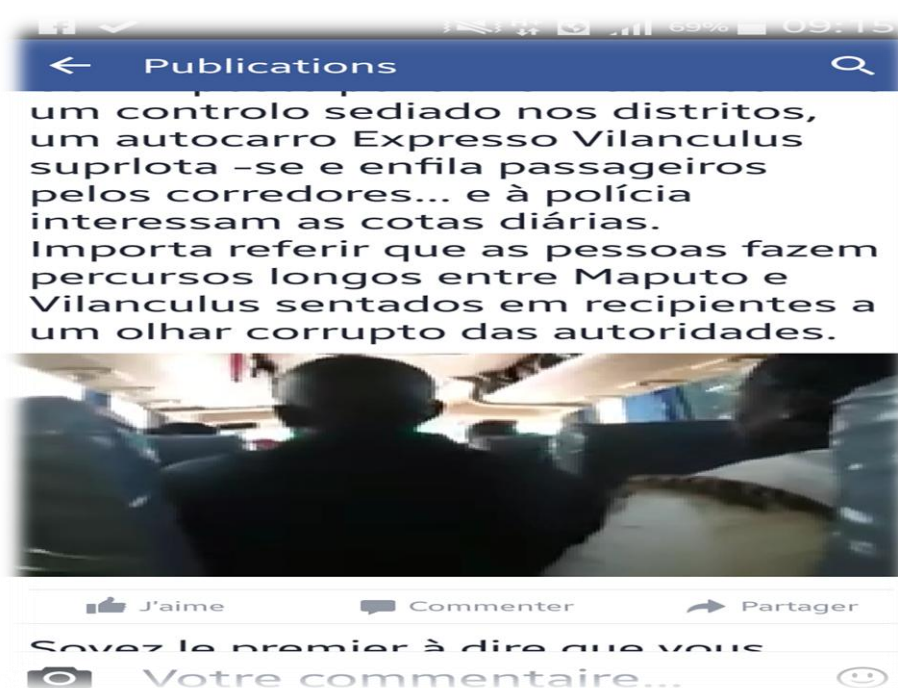
São reservas que pensamos que com a participação inter-relacional das redações destes novos *Websites* com os cidadãos repórteres podem ser ultrapassadas. A ideia é de buscar soluções perante um comportamento que veio para se tornar numa prática habitual. A sociedade mediática precisa de se precaver do futuro e do rumo que o jornalismo está a tomar. A rejeição não será nunca uma saída.

Na abordagem jornalística e na discussão entre o positivismo e o construtivismo jornalísticos, podemos aferir algumas ideias sobre a importância desta nova prática e sua “legitimidade”. É que o jornalismo, qualquer que seja, é uma prática consciente não das regras e esquemas de organização, porém, da responsabilização. As pessoas que se dedicarem desde já à atividade de recolha e difusão de informações sobre os *Websites* devem ter consciente a ideia de que não são os dirigentes dos *Websites* e das plataformas que irão responder por suas histórias. Dali que os anonimatos sejam vistos como constrangimentos quando se pretende responsabilizar as pessoas.

Uma ação jornalística não pode ser a que se preocupa com ações ou factos positivos porque se isso acontecer vai parecer que eles estejam ao serviço dos detentores de poder. É preciso preocupar-se com os factos negativos da realidade, mas garantindo a neutralidade e a objetividade. Que se questiona as consequências da difusão das informações, ainda que verificadas. (Nkot e Moumouni, 2004).

Estão aqui indicadas algumas precauções da ação jornalística amadora. A verificação das informações “não tem grande importância”. É preciso que cada um que se disser engajado nesta prática pense nas repercussões das suas ações. E, o que se constata de facto é que os indivíduos têm isto em vista. Eles, conforme iremos ver nos *Websites* analisados no capítulo 3, procuram difundir informações que irão servir de base para julgar as ações dos seus governantes. Eles preocupam-se bastante com atitudes de incumprimento e irregularidades dos que se encontram numa posição elevada em relação aos seus subalternos. O Jornalismo Cidadão, no geral, é um jornalismo de denúncia.

Então, sendo uma prática que se ocupa de aspetos micro da vida e das comunidades, o jornalismo cidadão deve ser legitimado, relacionado a ações de preparação básica destes novos repórteres não filiados a empresas jornalísticas. É preciso criar condições de maior aproximação entre os repórteres cidadão e as redações dos grandes *Médias* de modo que estes últimos se aproveitem das suas informações como suplementares e aumentar a qualidade no jornalismo. As informações geradas pelos cidadãos repórteres não são editadas. Elas são publicadas em bruto, seguidas de comentários e opiniões conforme se pode conferir no exemplo abaixo:



Embora muitos jornalistas clássicos neguem que esta prática seja mesmo um jornalismo, é consensual que por estarem a tratar assuntos simples e comuns que não tenham espaço

Figure 1 - Actos de denúncia; Fonte: o pesquisador

nem interesse nos grandes *Médias*, este jornalismo ajuda a melhorar a qualidade dos conteúdos e das informações relatadas. E, (Péllissier e Chaudy, 2009) acrescentam que « o Jornalismo Cidadão permite o enriquecimento ou o fortalecimento das informações independentes, fiáveis, precisas e diversas, apropriadas e necessárias para a democracia. O jornalismo cidadão como parte da comunicação “resulta das liberdades humanas, dos modelos democráticos e do progresso técnico do individualismo, da redução da comunicação à expressão e interatividade (...) no seio da sociedade contemporânea não podemos viver sem a informação, intercâmbio, troca, partilha e interação” (Wolton, 2009:31). Se a comunicação significa partilha de informações, opiniões, interação ligadas aos avanços técnicos e informáticos, então o jornalismo cidadão é uma forma de comunicação das populações.

No seio desta prática, o cidadão repórter apoia-se às tecnologias, ferramentas e plataformas para reportar, partilhar e disseminar todos os atos que ele julga importante fazer saber aos outros concidadãos, habitando na mesma comunidade ou não. A comunicação e o jornalismo cidadão constituem ou integram um grande espaço de interação, de opinião e de relações dentro de uma sociedade.

Em relação aos conceitos de jornalismo cidadão utilizados pelos autores selecionados aqui, vários aspetos podem constituir objeto de análise, por exemplo e para começar, a ideia segundo a qual a audiência pode efetuar a censura das informações publicadas pelos próprios cidadãos repórteres, o que nos faz perceber que durante o processo de produção das informações toma-se em consideração o Outro – uma questão de alteridade. Então, este Outro é digno de respeito. O facto de estas informações não serem editadas não implica a falta de qualidade.

Enquanto a redação institucional e formal toma em conta as rubricas *Standards*, com uma cobertura e interesse político das elites, caracterizada por omissões e supressões, censura e falta de espaço nos jornais, crise de tempo e de recursos humanos, no jornalismo cidadão existe um aprofundamento sobre o conteúdo, como se pode ler no terceiro capítulo deste trabalho, nas análises sobre o decurso desta prática no Kenya e em Moçambique em que os cidadãos repórteres recolhem, disseminam e partilham os aspetos considerados menos importantes e deixados de fora pelos grandes médias.

É assim como as populações ditas pobres, desfavorecidas, sem formação nem educação, com uma escrita deficiente podem agora determinar os assuntos de seu interesse e que querem ver abordados pelos grandes *Médias* ou sobre os quais preferem falar, usando a sua linguagem

coloquial e descontraída ou mesmo usando palavras cheias de sensacionalismo em função de suas experiências e estado de espírito de cada internauta em relação ao conteúdo do dia. Os internautas têm um background diferente e escrevam em estilos diferentes, e as suas contribuições desenvolvem o carácter linguístico de partilha, equivalente à linguagem local. Todos usam certo tipo de construções gramaticais, calão, jargão ou abreviações (Crystal, 2001:147).

Refira-se que para o caso de debates são indicados membros moderadores para “assegurar que as conversas não se desviem do objeto de análise ou do conteúdo tratado – *go off-topic*, *garantindo a* liberdade de expressão precavida das liberdades individuais e ao princípio da não ofensa doutrem (*Ibid*:132). Uma ação que permite e facilita a verificação do lado dos *Médias* clássicos quando pretendem tratar os mesmos eventos nas suas páginas.

1.3.2. As categorias do jornalismo cidadão/participativo

Ao admitirmos que o jornalismo cidadão trata de assuntos cívico-sociais, fazendo cobertura de todos os campos do conhecimento humano, aceitamos que ele “aborda problemas sociais relativos à pobreza absoluta, malnutrição, violência doméstica, fome, epidemias e doenças” (Mohan, 2012). A autora faz ainda referência aos problemas mais locais ligados a pequenos eventos (festas de aniversários entre amigos). São, portanto, todos os problemas menos comuns e menos conhecidos. Fora disso, e sobre o ponto macro da nossa análise, (Banda, 2010), avança dois grandes tipos de Jornalismo Cidadão:

- (i) Um Jornalismo Cidadão institucional;
- (ii) Um Jornalismo Cidadão não institucional

Este último tem um carácter individualista e predomina sobre as redes sociais e entre os cidadãos privados. Eles fazem combinações de plataformas para recolher e produzir as informações ou conteúdos. Estes conteúdos são publicados para uma posterior partilha com os restantes membros do grupo com os quais formam comunidades *Online* (para garantir as discussões em fóruns). Enquanto o jornalismo cidadão institucional é completamente formal e bem estruturado. Os jornalistas profissionais podem trabalhar também como *Freelance*, recolhendo informações das sociedades para alimentar os seus *Websites* e empresas.