

# El periodismo y los “mediadores públicos”

## *La co-producción de noticias*

Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior,  
Fabiana Cardoso de Siqueira,  
Giovana Borges Mesquita,  
Heitor Costa Lima da Rocha.

*Universidade Federal de Pernambuco*

### **Resumen**

*El ciudadano antes eliminado de un debate público articulado por el periodismo ahora va a intervenir y participar más eficazmente en el proceso de co-producción de contenidos para los medios de comunicación, en la función de mediador público. El objetivo es el estudio de este nuevo agente que aparece en la escena periodística a partir de la década de 2000 con el avance de los medios digitales y el acceso a las nuevas tecnologías. No entendemos que el agente pase a desempeñar la función del periodista, al menos en el contexto actual de transición de las tecnologías analógicas a las digitales. Sin embargo, su participación como uno de los protagonistas de la producción de noticias apunta cambios en la manera de hacer periodismo. Así que tenemos la intención de proponer algunas pistas para entender cómo se ha construido esta relación entre los mediadores públicos y los medios de comunicación.*

### **Palabras clave**

Periodismo, co-producción; participación; noticiabilidad; televisión.

### **Abstract**

*The citizen before away from the public debate articulated by journalism will now intervene and participate more effectively in the process of co-production of content for media, acting as public mediator. The goal is to study this new agent that appears on the journalistic scene with more evidence from the 2000s with the advancement of digital media and new technology. We do not understand that this agent passes to act like a journalist, at least in the current context of transition from analog to digital technologies. However, his participation as one of the protagonists of the news production points to changes in the ways of doing journalism. With this in view, we aim to propose some clues to understand how has been built this relationship between the mediators public and the media today.*

### **Key words**

Journalism, co-production, participation, newsworthiness, television.

## **1. Introducción**

Con el avance de los medios digitales, experimentamos un momento en el periodismo que Chaparro (2007) llama una "revolución de las fuentes". Es decir, hombres y mujeres comienzan a dejar de ser "receptores pasivos" de la televisión, la radio y los periódicos para intervenir y participar de una manera más eficaz de la producción de contenidos para los medios de comunicación. Chaparro (2007: 14) señala que las fuentes "se capacitam para produzir acontecimentos noticiáveis. Aprendem a gerar conteúdos e a interferir na pauta jornalística. E transformaram o jornalismo em espaço público dos conflitos em que se movimentam, usando-o para agir e interagir no mundo, à luz dos seus interesses".

Esta nueva práctica, que permite a los ciudadanos a intervenir en el complejo proceso de producción de información como co-productor de noticias, ha ido tomando forma en la sociedad contemporánea. En esta fase se llama periodismo digital de tercera generación, donde los sitios de noticias incorporan otros medios de comunicación y se les asignan hipermediáticos. La interactividad y la hipertextualidad se amplían con la convergencia de los medios y tratan de suplir las demandas de los ciudadanos individualmente. La interactividad proporciona oportunidades de participación en Internet para expresar opiniones, votar, enviar producciones de video o en otros medios de comunicación, si bien que esta libertad esta definida en los límites prescritos por los sitios (Mielniczuk, 2003).

Creemos que el periodismo ocupa un lugar importante en la forma en que los ciudadanos perciben y organizan mentalmente el mundo que les rodea, pero la cobertura de noticias de todos los días todavía se relaciona, como rutina, con el centro de los sistemas políticos y económicos, que en conjunto con los representantes aparatos administrativos del Estado tienen mayores oportunidades de proponer una "agenda política del gobierno" para los medios de comunicación (Vizeu; Mesquita, 2011).

El conjunto de individuos o agentes colectivos dispersos de la sociedad civil no tienen organización suficiente para tener acceso regular al campo periodístico (Gomes; Maia, 2008). Como una actividad profesional, no se dedican al proceso de producción de noticias. Para Traquina (1995), estos grupos necesitan generar sorpresa, choque o cualquier otra forma latente de "agitación" para romper las barreras impuestas por el sistema de producción de noticias.

Sin embargo, con el avance de los medios digitales y un mayor acceso a las nuevas tecnologías, surge la construcción de nuevas relaciones entre actores individuales o colectivos dispersos de la sociedad civil y el periodismo. Eliminados antes del debate público articulado por el periodismo, el ciudadano ahora comienza a interferir en la producción de contenidos para los medios de comunicación. Disputan visibilidad a las fuentes oficiales que históricamente alimentaran la agenda periodística. No entendemos que este actor ejerce el papel del periodista, al menos en el actual contexto social, político y económico que vivimos. Sin embargo, debemos reconocer que adquiere cada vez mayor visibilidad en el espacio de los medios de comunicación (Vizeu; Mesquita, 2011).

En este contexto, el ciudadano deja el lugar de la "audiencia pasiva" para ser un público de comunicación (Saperas, 1993), interfiriendo en la producción de contenidos. El público realiza la función de registro de hechos privados o públicos para remitirlas a diversos medios de comunicación, influyendo en la forma en que se desarrolla el proceso de producción (Vizeu; Siqueira & otros, 2010).

Cuando hablamos de la audiencia es importante aclarar que no nos estamos refiriendo a el número de personas que miran una noticia en particular en los informativos de televisión, sino los ciudadanos, que entendemos que no son pasivos frente a la producción de los medios. Este grupo de hombres y mujeres que forman parte de la comunicación de la audiencia son llamados "mediadores públicos", lo cual comprende a las personas bien informadas, los ciudadanos comunes, etc (Vizeu; Siqueira & otros, 2010). Son ciudadanos que de una u otra forma comienzan a interferir en el proceso de producción de noticias. También vale la pena señalar que estos "mediadores públicos", perteneciendo a la audiencia comunicativa, no se encuentra sólo en las noticias de televisión. El concepto se puede extender también a los periódicos, a los sitios de noticias en Internet y a radio.

Los mediadores son co-productores de las noticias mediante el uso de sus cámaras, teléfonos celulares o cámaras digitales y han estado hablando con los periodistas que trabajan en diversos medios de comunicación (Internet, radio, televisión o periódico) y también con los demás ciudadanos como él. A diferencia de lo sucedido en el pasado, particularmente en la televisión, los co-productores de la información periodística tienen un proceso diario de intervención en la producción de noticias.

Somos conscientes de que la manifestación actual de estos "mediadores públicos" ocurre de una manera más intensa en lo que llamamos los grandes eventos mediáticos: los desastres naturales, ataques terroristas y situaciones de conflicto, debido a su imprevisibilidad. Estos eventos suelen carecer de la presencia de equipos periodísticos en sus primeras etapas. Es necesario estar en el lugar y momento adecuado para capturar una determinada imagen sobre el tema. Son los acontecimientos que Molotch y Lester (1999), cuando hacen una tipología de actos públicos, clasifican como una categoría de eventos que llevan a la ruptura del orden habitual (accidentes).

Los periodistas no siempre están en los lugares, pero los mediadores públicos sí y están equipados con sus aparatos para capturar imágenes, tales como teléfonos celulares con cámara digital integrada. Ejemplos recientes de dicha cobertura por los mediadores con la divulgación pública de los medios de comunicación se produjo en noviembre de 2010, cuando los narcotraficantes aterrorizaron a la población de Río de Janeiro, quemando autobuses y coches. En junio de 2010, cuando las tormentas destruyeron algunas ciudades de Pernambuco y Alagoas, en Brasil, los mediadores también se hicieron públicos. Las imágenes hechas por los ciudadanos, ya sea a través de teléfonos móviles o cámaras, han sido mostradas por los medios de comunicación más importantes del país. Fue posible mirar sitios pocos retratados por los medios de comunicación y fomentar el debate acerca de las situaciones de la indiferencia del poder público.

Dentro de este contexto, buscamos esbozar algunas formas de entender este nuevo fenómeno del periodismo contemporáneo: la relación entre los "mediadores públicos" - co-productores de las noticias - y los grandes medios. Las expresiones que buscan definir esta relación son muy diferentes. Tenemos el periodismo ciudadano, periodismo participativo, periodismo de la red, entre otros. Valores que no son consensuados, pero que designan este momento, donde los hombres y mujeres ya no están sólo recibiendo la noticia, sino también son co-productores, copartícipes de la construcción social de la realidad (Vizeu; Mesquita, 2011).

## 2. El "periodismo ciudadano": "cronistas de la realidad"

Fue con la cobertura de los trágicos acontecimientos realizados por aficionados que, de acuerdo con Allan (2009), el término "periodismo ciudadano" se convirtió en parte de la cultura periodística. Sin embargo, Allan (2009) hace hincapié en que no existe una definición única sobre lo que se llama periodismo ciudadano, pero dice que los esfuerzos pueden tratar de seguir esas ocasiones en que el término aparece en las deliberaciones sobre la situación de "no profesional" en relación con "profesional".

Según destaca Allan (2009), el período inmediatamente posterior al tsunami en Asia meridional, en diciembre de 2004, fue un momento decisivo en que el periodismo ciudadano se ha convertido en una figura prominente en el mundo periodístico. Y añade: "A quantidade notável de filmagem de vídeo amador, fotos instantâneas de celular – muitas das quais foram postadas em blogs e páginas pessoais – sendo feitas por cidadãos comuns que estavam no momento (turistas, em muitos casos) foi largamente reconhecido como uma contribuição única para a cobertura do jornalismo de massa" (Allan, 2009: 18).

En los años después del tsunami, el periodismo ciudadano había logrado su lugar en la cultura periodística, a menudo asociadas a eventos específicos de la crisis por "periodistas no profesionales". Y desde allí llegó a ser descrito de varias maneras como "periodismo popular," "periodismo de código abierto", "periodismo ciudadano", "periodismo super-local", "periodismo de la red", entre otros términos. Pero, como dice Allan (2009), incluso con varias descripciones y la controversia, un hecho que no deja ninguna duda: esta nueva forma de producción de contenidos para los medios de comunicación está transformando los protocolos y las prioridades de el reportaje de la crisis. Sin duda, es un asunto que consideramos importante en la transformación del periodismo, pero que dentro de los límites de trabajo y nuestro objetivo es una investigación para otra ocasión.

Amorim (2009) señala que la confusión conceptual sobre la participación de los ciudadanos en el proceso de producción de noticias no es un fenómeno único de la web, sino también de otros medios de comunicación. El periodismo participativo por lo general aparece como sinónimo de periodismo ciudadano (*citizen journalism*) o el periodismo de código abierto (*open source*). Pero se requiere la definición del periodismo como la práctica de ciudadanos comunes, que no conocen la práctica del periodismo profesional, que mediante el envío de

materiales, especialmente las imágenes de interés periodístico, participan en la construcción de materiales de prensa.

Sin embargo, hay autores como Targino (2009), que no distinguen el periodismo participativo, periodismo ciudadano (*citizen journalism*) y de colaboración o código abierto (*open source*). “Todas essas novas expressões demarcam as distinções entre a *web* tradicional e esta, que se expande como rede social, privilegiando a participação, a colaboração do cidadão e dos grupos sociais à frente da produção de notícias” (Targino, 2009: 59).

### **3. La "participación" en periódicos e internet**

Además de la televisión, los periódicos también ensayan la apertura de canales de "participación", donde el público mediador puede enviar fotos, textos y sugerencias para el orden del día. BBC, CNN, The New York Times, Estadão y O Globo son algunos de los vehículos que están abriendo nuevos canales, especialmente en sus versiones *online*, para recibir el material que puede ser noticia.

Los siguientes ejemplos a continuación muestran un poco cómo algunas empresas de medios de comunicación brasileños articulan estos espacios. Empecemos por Estadão, portal de prensa que desde 2005 tiene el proyecto Fotorepórter, en el que el lector "participa" y puede enviar fotos a través de la web. De acuerdo con las reglas disponibles en la Agência Estado, las imágenes, como noticia, se publican en el portal en sí, llegando a los diarios O Estado de São Paulo, A Tarde. Por otra parte, las imágenes pueden estar disponibles para la venta a través de la comercialización de contenidos de noticias de la Agência Estado, con clientes en Brasil y en todo el mundo. Figuran en las normas que los lectores son recompensados cuando la fotografía es utilizada por la prensa escrita del grupo o comercializados por Agência Estado. En el sitio web, sin embargo, la divulgación es gratuita (Estadão, 2010).

Para "participar" en Fotorepórter, las personas deben rellenar un registro con la cesión de derechos de las fotografías presentadas. En este plazo, el autor de la imagen se desplaza hacia los derechos de los miembros del Grupo a lo largo de su trabajo, permitiendo el uso y la reproducción, total o parcial, por cualquier medio capaz de reproducción, la difusión y la

disponibilidad o cualquier otro material de apoyo que permite la multiplicación de las copias, así como una posible venta y comercialización a terceros, pasando a formar parte del Grupo de miembros, ya sea nacional o extranjero, sin restricciones sobre el número de reproducciones, fijaciones, el tiempo y el territorio y los métodos de uso.

Un año después de salir al aire Fotorepórter, la versión digital de O Globo ha puesto a disposición una sección de I-reportero, que se define por el portal como "una sección de periodismo ciudadano de El Globo, donde los lectores son los periodistas" (O Globo, 2010). En este espacio, los mediadores públicos pueden enviar mensajes de texto, fotos y videos para su publicación en Internet y en la impresión. En las normas de participación de la Eu-repórter se dice que el espacio no es un vehículo para la promoción del trabajo de los periodistas y/o fotógrafos o periodistas independientes, que los textos, fotos, videos y audios deben ser noticias, no artículos de opinión, y la publicación de contenido sujeto a la aprobación por el equipo editorial del sitio de O Globo.

Las normas también indican que el contenido enviado a Eu-repórter puede ser publicado en el sitio web no sólo del Globo, sino también en los diarios O Globo, Extra, Expresso y O Diário de São Paulo. Al igual que en el Estadão, el portal también requiere el acuerdo con la Declaración de Compromiso y Asignación de Derechos de Autor del material producido antes de ser enviado a la versión digital de El Globo.

En el caso de Estadão y O Globo, los canales abiertos para el envío de contenidos generados por los mediadores públicos están en versiones digitales, con la posibilidad de convertirse en noticia en la versión impresa. En Pernambuco, el periódico más antiguo en circulación en América Latina, el Diario de Pernambuco, un Grupo de Asociados también dio cabida a esta "participación" de los ciudadanos en la producción de contenidos a través del portal Pernambuco.com.

Pero a diferencia de Estadão y O Globo, el Diario de Pernambuco ha reservado en la impresión la publicación semanal de una página de contenido propuesto por los mediadores públicos. Están presentes en Vida Urbana, en la página Repórter-Cidadão. Se produce por el personal del periódico, a partir de las sugerencias enviadas por los usuarios del foro de participación en Internet, que está en el aire desde 2007. En impresión, hay espacio para la

foto del lector y notas sobre diversos temas tales como: transporte, alumbrado público, diseño urbano, limpieza urbana y de tránsito.

En otros estados de Brasil, también hay ejemplos de la actuación de los mediadores públicos en los periódicos, en edición impresa y digital. Esto se aplica a Zero Hora, que es uno de los medios de comunicación más leídos de Rio Grande do Sul, parte del grupo RBS (que posee canales de televisión, emisoras de radio, periódicos y portales de Internet en el sur de Brasil). El mediador público está invitado a enviar fotos, videos, textos, fotografías, archivos personales (de viaje), ensayos e incluso poemas.

El Diario de Santa María, que también forma parte del Grupo RBS, alienta la participación de los ciudadanos a través de la sección Fotos do Leitor, como un espacio para complementar la columna de sociales. Además, los periodistas del vehículo llevan a cabo otras acciones que buscan crear la proximidad a los mediadores públicos, como la promoción de concursos de fotos con sus lectores. En estos eventos, las mejores fotos se seleccionan y se destacan en el periódico y en Internet. Las imágenes capturadas por los ciudadanos de actualidades también se utilizan en el periódico y en el portal de Santa María, tales como accidentes, daños causados por el cambio climático, entre otros.

#### **4. Noticias de televisión e internet: el periodismo participativo**

No es nueva la utilización en la televisión de los vídeos realizados por los mediadores públicos. Esto ya ha sucedido antes de la llegada de la era digital, con el apoyo de las cámaras analógicas, tales como VHS. Estos contenidos se ofrecían y eran adaptados al formato de pantalla de la televisión abierta. Sin embargo, este proceso no era simple porque había una necesidad de hacer llegar la cinta a los periodistas para efectuar análisis de imágenes y la conversión. Pero fue con el advenimiento de Internet, de la tecnología digital y equipos para realizar diversas funciones, incluyendo la toma de imágenes, que los mediadores públicos han tenido la oportunidad de participar más activamente en este proceso de coproducción de la noticia.

Hay algunos ejemplos que se pueden señalar de importancia histórica en términos de captación y oferta de contenidos realizados por los mediadores públicos. Esto se aplica a los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001 que se produjeron en la ciudad de

Nueva York, una ciudad turística y visitada por gente de todo el mundo. No sólo los canales de televisión, con sus cámaras profesionales, mostraban lo que estaba ocurriendo en el día de la tragedia. Videos realizados por ciudadanos de diferentes países que muestran los más diversos rincones de la zona cerca de las torres gemelas fueron capturados a través de teléfonos móviles, cámaras digitales y videocámaras. Algunos de estos contenidos se publicaron en Internet, en los informativos de televisión, y fueron editados y se convirtieron en documentales.

El tsunami que azotó Asia en 2004 y causó más de doscientas mil muertes fue otro ejemplo, como se cita anteriormente, en el que hubo muchos casos de co-producción de noticias en el periodismo de televisión. Los "mediadores públicos" han capturado imágenes de olas gigantes y la destrucción causada por ellas en los lugares donde los medios de comunicación han tenido dificultad en conseguir o no poseen una estructura y equipos en el momento en que ocurrieron los hechos.

En 2010, en Haití, el terremoto que devastó el país, dejando muchos muertos y personas sin hogar, también pudo ser seguido por televisión por personas de todo el mundo a través de la lente de los testigos de los hechos. Las cadenas de televisión estaban en el lugar pero había demasiados turistas, soldados y aldeanos que grabaron videos o fotografías de la población que sufría.

En Brasil, durante los últimos diez años creció la participación de los mediadores públicos en el noticiero. Aún no se puede decir que se trata de registros diarios porque no todos los que son presentados son seleccionados por los periodistas, que ven en ellos la utilización de criterios de noticiabilidad (Wolf, 1998). El contenido deberá haber enviado a los requisitos necesarios para ser elegido y publicado como noticia: las evaluaciones de la participación de la fiabilidad de estos videos, la consistencia de la información registrada sobre el tema, entre otros factores.

Más adelante se discute con más detalle otros aspectos relativos a los criterios de noticiabilidad. Ahora, es importante señalar otros ejemplos recientes de que hay una amplia participación de los "mediadores públicos en el País", teniendo cuidado de hacer hincapié en la importancia de los ciudadanos como coproductores de las noticias en el

contexto de los cambios y reconfiguraciones que se han producido en Periodismo. Entre estos hechos, las inundaciones en Río de Janeiro, que tuvieron lugar en abril de 2010, las inundaciones en Pernambuco y Alagoas que se produjeron en junio de 2010 y los conflictos que afectan a traficantes y la policía en Río de Janeiro en agosto y noviembre de 2010.

En agosto, la escena que se puede ver en varios programas de noticias en la televisión fue el tiroteo en Sao Conrado, en la zona sur de Río. En el extracto que se mostró sin cortes por las noticias de Em Cima da Hora (Globo News), incluso se pudo escuchar al mediador dentro del apartamento, pidiendo a su esposa que se calmara y entrando en la cocina, mientras registraba la acción de los bandidos. En noviembre, también se pudieron ver las imágenes tomadas por los mediadores y que aparecen tanto en Internet como en los informativos de televisión, de los coches en llamas y el tiroteo que se produjo en la ciudad de Rio de Janeiro.

Debido a que este es un estudio del periodismo, cuando mencionamos la participación de mediadores públicos en Internet, nos estamos acercando a procesos coparticipativos dentro de los ambientes de los sitios de noticias, organizados por periodistas. Somos conscientes de la importancia de webs como YouTube o Videolog, que son lugares donde los ciudadanos pueden ofrecer directamente sus propios contenidos, pero no son el foco de este trabajo porque no hay un proceso de producción periodística para organizar la publicación de estas imágenes.

Sin embargo, vale la pena señalar que muchos de los videos que son asuntos de interés social y que se publican en sitios como YouTube pueden ser seleccionados y mostrados en las noticias de televisión o en los portales de la web en todo el mundo periodístico, que ayudan a dar detalles de lo que se está mostrando.

## **5. La "revolución de las fuentes"**

Históricamente el acceso privilegiado a la agenda de noticias ha sido disfrutado por fuentes oficiales. Otras fuentes - los movimientos sociales y el ciudadano en general - que están en la periferia de la estructura de poder casi siempre sufren una exclusión sistemática del

debate público articulado por el periodismo. Esta exclusión pone en peligro la representatividad y la legitimidad de la representación simbólica que construye la realidad.

En la tradición de la Teoría de la Programación, Molotch y Lester (1999) señalan como los promotores de la noticia (*news promoters*) la agenda política del gobierno. Periodistas y editores, en la Teoría de la Programación, trabajan con materiales proporcionados por los promotores de la noticia y transforman un conjunto finito de eventos en actos públicos por la publicación o difusión (McCombs, 2006). Por último, están los consumidores de noticias (*news consumers*), que igualmente asisten a ciertos eventos y recursos disponibles para los medios de comunicación y forman de tal modo, en sus mentes, un sentido del tiempo público (Molotch y Lester, 1999).

Sin embargo, vale la pena señalar que los consumidores de noticias ya no son sólo consumidores, como ya hemos comentado, también son co-productores. Se observó un cambio de actitud por parte de los periódicos y canales de televisión, que delante de otros medios de comunicación, buscan fortalecer los vínculos con el ciudadano, que ya no se limita a ver o leer lo que se ofrece, sino también busca el espacio en los medios de comunicación.

En cuanto a la definición de lo que se muestra o publica, Hall (1999) y otros investigadores que forman parte del punto de la teoría estructural observan que, a menudo, los periodistas no son los definidores primarios - y sí secundarios – de las noticias debido a su dependencia de la información estratégica monopolizada por el aparato del Estado y las grandes empresas en el mercado. “Os *media* não criam automaticamente as notícias; melhor, estão dependentes de assuntos noticiosos específicos fornecidos por fontes institucionais regulares e credíveis (...)” (Hall, 1999: 228).

Las oportunidades de surgir informaciones de la periferia de la estructura de poder (los movimientos sociales y ciudadanos), que enriquecen y dan una mayor representación a la esfera pública articulada por el periodismo, sólo se producen en situaciones de crisis, cuando el sistema de sanciones y recompensas de los medios de control sistémico no pueden compensar las expectativas de una mayor legitimidad en las deliberaciones sobre

los temas de interés colectivo. En este caso, aparece en las decisiones que Habermas (1997) llama el modelo de entidades externas.

Por lo general, sin embargo, prevalece en el proceso de formación de opinión y de deliberación sobre los asuntos públicos el modelo de acceso interno, en que los resultados se limitan a la lógica y a los intereses exclusivos de la estructura de poder. Por lo tanto, las decisiones sólo se comunican a la sociedad, sin haber sido precedida por un debate abierto en la esfera pública, como el republicano ideal democrático de autogobierno de los ciudadanos que conforman la sociedad.

Aun cuando el periodismo de investigación o de presión ciudadana sobre los movimientos sociales pueden ser institucionalizados en el espacio público, cuestiones de la estructura de poder - un modelo de movilización, de acuerdo con Habermas (1997) - todavía en general prevalece la lógica de los poderosos intereses privados, porque estos sectores tienen más recursos para movilizar el apoyo y adhesión a sus reivindicaciones.

Sin embargo, llama la atención cómo el hecho de que los ciudadanos y movimientos sociales, cuando pueden acceder a noticias, tienen la capacidad de formar opiniones y la voluntad política para comunicarse acerca de sus reivindicaciones y para obligar a la Legislatura para que se conviertan en leyes y hacer que el Ejecutivo y el Poder Judicial puedan cumplirlas.

De acuerdo con Berger y Luckmann (2004), esto promueve la renovación del espacio público para incluir el periodismo de "las instituciones intermediarias", aquellos que reconocen en todos los ciudadanos el derecho a participar en la construcción de sentido y, en consecuencia, la construcción social de la realidad, lo que reduce la crisis de la tendencia subjetiva e intersubjetiva de sentido alimentada por el sentimiento de alienación y la anomia que tienen lugar en la modernidad.

## **6. Consideraciones finales**

Nuestro objetivo, a través del artículo fue señalar algunos temas y reflexiones sobre la oferta de este nuevo fenómeno en el periodismo que llamamos co-productores de la noticia.

En la relación entre los ciudadanos creemos que la tendencia es que este nuevo agente del Periodismo ocupe más espacio de acción para la democratización de la información. Sabemos que no es una tarea fácil, que pasa a través de marcos normativos en el ámbito de la Comunicación y Periodismo, sin embargo, es un camino de conflictos y tensiones que pueden contribuir para que hombres y mujeres tengan una participación efectiva en la revitalización de la esfera pública. Sin duda, estamos en el inicio del camino, pero es necesario dar los primeros pasos para fortalecer la democracia en Brasil.

Dentro de este contexto, creemos que los ciudadanos excluidos del debate público del periodismo ahora van a intervenir y participar más eficazmente en el proceso de co-producción de contenidos para los medios de comunicación. Hay diversas iniciativas casi a diario en los medios de comunicación. Sin embargo, estas iniciativas plantean algunas cuestiones que son importantes para ser observadas. La primera es que el vehículo se apropia del contenido producido por los mediadores públicos, sobre todo imágenes y videos, cuando los equipos de los periodistas no son capaces de estar en eventos de crisis testigos como los desastres naturales, atentados terroristas, accidentes y situaciones de conflicto, ya que estos contenidos se ajustan a unos criterios de noticiabilidad. Según Traquina (2004), estos criterios de noticiabilidad son el conjunto de valores de noticias, que determinan si un acontecimiento o tema es probable que se convierta en noticias, que debe ser juzgado como digno de ser convertido en noticia, por lo que debe poseer "valor informativo" (*news worthiness*).

En algunos casos, como los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001, hubo periodistas que cubrían los acontecimientos, pero los ángulos inusuales capturado por los ciudadanos fueron elementos diferenciales en la cobertura de la tragedia, una visión que mostró el punto de vista de los testigos y, por lo tanto, aparecieron en los periódicos, televisión e Internet.

En gran parte de los contenidos generados por los mediadores públicos, que se convierten en parte del periodismo de los grandes medios, está presente al menos uno de las noticias-valores que se indican a continuación: la muerte, que de acuerdo con Traquina (2004), "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” y la importancia que refleja la necesidad de informar al público de los eventos que son importantes porque tienen un impacto en la vida de la gente sobre el país y la nación, la notabilidad, que entre otras cosas incluye la cantidad de gente que el evento implica, lo inesperado, que es lo que rompe la expectativa y la sorpresa de la comunidad periodística (Vizeu; Mesquita, 2011).

Según Tuchman (1983), lo inesperado es a menudo un componente de un tipo de evento que clasifica el mega-evento, un evento con enorme interés periodístico que subvierte la rutina periodística. Los periodistas siguen siendo los productores de la información, la constatación de que va en contra de la comprensión de algunos autores que este fenómeno de la producción de contenidos por los ciudadanos es el final del periodismo y representa el inicio de un momento en el que todos son periodistas.

Otro punto importante a tener en cuenta en el momento en que el fenómeno comienza a afianzarse es que el espacio abierto para proponer temas para el ciudadano, en los medios de comunicación, especialmente los periódicos y la televisión, no extienden la discusión a temas político y económico, en los que las posiciones pueden apoyar la formación de la opinión pública o de la propia determinación por el sistema de administración del Estado (Vizeu; Mesquita, 2011).

A pesar de la importancia de estas nuevas relaciones entre los actores individuales o colectivos dispersos de la sociedad civil y el periodismo no debe perder de vista de la discusión, como Deuze (2009), que este tipo de "participación" de los mediadores públicos en la producción de contenidos a los grandes medios se produce en el contexto de un vaciamiento del trabajo asalariado, y en el interés de las compañías de medios que se están apropiando de los voluntarios no remunerados y no necesariamente invierten en la formación y el seguimiento de lo que se produce. Los cambios se reflejan inevitablemente en la práctica periodística y nos obligan a reflexionar sobre diversos temas, que incluyen las relaciones laborales, la ética, el control de la información, por nombrar algunos.

Entendemos que este proceso de co-participación de intermediarios públicos tiene un largo camino para evolucionar, pero nos damos cuenta de que algunos cambios ya están en marcha. El uso de los registros fotográficos y de vídeo de los ciudadanos en el periodismo

permanece centrado principalmente en el caso de una crisis, pero observamos que hay otros intentos de los grandes medios de comunicación para insertar este reproductor en sus procesos de producción en un nuevo contexto. Esto puede ser evidenciado en el uso de imágenes del lector en la parte social y de imágenes que combinan entretenimiento y el periodismo en los informativos de televisión que no lo son, pero que son producidos por los periodistas, como Fantástico, da Rede Globo.

El Fantástico se define por Aronchi Souza (2004) como una revista electrónica y utiliza imágenes de los mediadores públicos en partes como "Bola Cheia e Bola Murcha" y "Vigilantes do Clima". En esta última parte los informes climáticos son elaborados con la ayuda de videos o fotos capturadas por los ciudadanos.

Percibimos que esto es parte del enfoque estratégico, de la lucha por mantener o aumentar el número de espectadores, lectores y los internautas interesados en lo que se presenta por los medios de comunicación. Es a través de estos mecanismos de participación que las compañías de medios buscan establecer esta nueva relación con los ciudadanos. Entendemos que esto sigue siendo un espacio limitado, pero los mediadores públicos por la disponibilidad cada vez mayor de estos contenidos han obligado a los medios de comunicación a cambiarse y adaptarse a este nuevo contexto. Tuvimos la intención de señalar algunos aspectos de este nuevo contexto en el campo del periodismo. Creemos que es un campo de lucha que no debe ser relegado a un segundo plano. Ahora estamos llevando a cabo estudios en este sentido y creemos traer en futuras investigaciones nuevas contribuciones a la comprensión de la relación entre los "mediadores públicos" y los medios de comunicación. Estamos seguros de que las iniciativas de periodismo público son muy importantes, sin embargo, no podemos abandonar el escenario grande es la lucha contra las grandes corporaciones. Es en esta perspectiva que estamos trabajando y vamos a continuar la búsqueda.

## **Referencias**

Allan, S. (2009). Histories of Citizen Journalism, en Allan, S & Thorsen, E. *Citizen Journalism: global perspectives*. New York: Simon Cotle General Editor.

- Amorim, L. (2009). (Tele)jornalismo participativo: novos olhares sobre as notícias de TV. *Intercom* ([www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2048-1.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2048-1.pdf)) (11-11-09).
- Aronchi de Souza, J. (2004). *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. São Paulo: Summus.
- Berger, P. & Luckmann, T. (2004). *Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno*. Petrópolis: Vozes.
- Chaparro, M. (2007). *Pragmática do Jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. São Paulo: Summus.
- Deuze, M. (2009). The future of citizen journalism, en Allan, S. & Thorsen, E. *Citizen Journalism: global perspectives*. New York: Simon Cotle General Editor.
- Estadão (2010). FotoReporter. *Jornal Estado de São Paulo*. ([fotos.estadao.com.br](http://fotos.estadao.com.br)) (20-10-10).
- Gomes, W. & Maia, R. (2008). *Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo, Paulus.
- Hall, S. et al. (1999). A produção social das notícias, en Traquina, N. *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega Editoria.
- Habermas, J. (1997). *Direito e democracia*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- McCombs, M. (2006). *Estabelecendo la agenda: el impacto de los médios em la opinión pública y em conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- Mielniczuk, L. (2003). *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.
- Molotch, H. & Lester, M. (1999). As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos, en Traquina, N. *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega.
- O Globo. (2010). Eu-Repórter. *Jornal O Globo*. ([oglobo.globo.com/participe](http://oglobo.globo.com/participe)) (20-11-10).
- Saperas, E. (1993). *Efeitos cognitivos da comunicação de massa*. Lisboa: ASA.
- Targino, G. (2009). *Jornalismo Cidadão: informa ou deforma?* Brasília, IBICT /UNESCO.
- Traquina, N. (1995). O paradigma do “Agenda Setting”. Redescoberta do poder do jornalismo. *Revista de Comunicação e Linguagens*, Lisboa.

- Traquina, N. (2004). *A tribo jornalística: uma comunidade transnacional*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gili.
- Wolf, M. (1998). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.
- Vizeu, A. E, Siqueira, F. C. et al. (2010). Telejornalismo: lugar de referência, mediadores públicos e espaço público, en *8º Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo*. São Luís, SBPJor. CD-ROM.
- Vizeu, A & Mesquita, G. (2011). O Cidadão como mediador público: um novo agente no jornalismo. *Revista Estudos em Comunicação*. Portugal. ([www.ec.ubi.pt/ec/09/pdf/EC09-2011Mai-17.pdf](http://www.ec.ubi.pt/ec/09/pdf/EC09-2011Mai-17.pdf)) (01-05-2011).