

# Crítica de mídia e jornalismo na cibercultura

## Como o *Observatório da Imprensa* vê o papel do usuário no jornalismo da internet

TALES TOMAZ

tales.tomaz@unasp.edu.br

Resumo: Este trabalho pretende identificar o papel que o *Observatório da Imprensa* atribui ao cidadão no jornalismo da internet, diante da possibilidade que o receptor tem, na cibercultura, de ser também emissor. Pretende também traçar um perfil de implicações para o jornalismo de o cidadão atuar como colaborador. Para isso, faz um resgate teórico da cibercultura como categoria de época, da inserção do jornalismo nessa fase social-histórica e da emergência da crítica de mídia, além de uma análise de conteúdo dos artigos do *Observatório* que tratam de jornalismo na internet.

PALAVRAS-CHAVE: crítica de mídia, cibercultura, jornalismo

### Introdução

Cibercultura designa a fase da civilização em que tanto o trabalho, quanto o tempo livre e o lazer estão imersos em um ambiente de predomínio das tecnologias e redes digitais de comunicação (TRIVINHO, 2007, p. 116). O marco, para Eugênio Trivinho (2007), Pierre Lévy (1999) e André Lemos (2002), é a década de 1970. A fusão das telecomunicações com a informática a partir dessa década proporcionou em um único suporte, o computador, a possibilidade de veicular e receber informações através de uma rede digital (LEMOS, 2002, p. 68). Nesse ponto, começa “o processo extensivo e irreversível de informatização das práticas e relações socioculturais, de virtualização dos objetos e corpos e ciberespacialização do território”, demarcando a fase que recebe o nome de cibercultura (TRIVINHO, 2007, p. 138).

Ela se consolida de fato na década de 1990, com o desenvolvimento das redes telemáticas, “principalmente o *boom* da internet” (LEMOS, 2002, p. 16), e com a proliferação das interfaces amigáveis para computadores pessoais (TRIVINHO, 2007, pp. 118-122). Consolidada a cibercultura, ela apresenta um novo meio de comunicação, o ciberespaço, uma rede que conecta todos os seus usuários cujo exemplo mais comum é a *web* (LÉVY, 1999, p. 17).

Até então, predominavam a comunicação massiva e uma rígida separação entre “aqueles que publicam ou estão na mídia e os outros” (LÉVY, 1999, p. 237). Lemos fala em fusão dos papéis do emissor e do receptor na cibercultura (2002, p. 80) e constata que, nela, todo receptor é um “emissor em potencial” (2002, p. 259). Para Lévy, o ciberespaço se transforma em “mercados de informações onde as pessoas se encontram e nos quais a *iniciativa pertence ao demandante*”, e não ao emissor (1999, p. 239). Com essas

características, fica evidente que a posição tradicional de emissor e de receptor na comunicação é significativamente alterada na cibercultura. Os desdobramentos dessa mudança de paradigma podem ser vistos na variedade e quantidade de *sites*, *blogs*, fóruns e comunidades virtuais que conquistam espaço na rede. Podem ser vistos também em sites colaborativos como o YouTube, que armazena vídeos curtos enviados pelos próprios usuários da *web*. É por isso que Lévy vê o ciberespaço em completa oposição aos meios de comunicação de massa, pois concede aos seus usuários – os antigos “receptores” – a possibilidade de interagir de forma estrita e direta com o conteúdo e com o emissor (LÉVY, 1999, p. 203). “(...) Ao contrário da televisão, os consumidores da Internet também são produtores, pois fornecem conteúdo e dão forma à teia” (CASTELLS, 1999, p. 439). Com este contexto, este trabalho pretende fazer uma breve avaliação da inserção do jornalismo na cibercultura, com destaque para seus desafios, e, por meio de uma análise de conteúdo, verificar se o site de crítica de mídia *Observatório da Imprensa* está em condições de monitorar a informação produzida e veiculada na internet.

### **O jornalismo questionado**

Tradicionalmente, o jornalista se acostumou a ser os “olhos” da sociedade, ou seja, a emprestar seu testemunho sobre um fato para aqueles que não puderam estar presentes ou ter acesso às informações sobre o ocorrido (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 79). Borges declara explicitamente que, com essa nova abertura proporcionada pela internet, os profissionais dos grandes veículos de comunicação perderam o “monopólio” da produção de informações:

(...) acabou a exclusividade do jornalista quanto à divulgação de informações. O fluxo da notícia, até então um monopólio de profissionais acostumados à via de mão única da comunicação, passa a ter um novo personagem, desafiando princípios consolidados da estrutura midiática e convidando o jornalista para um curioso debate, por que não, com o seu leitor (BORGES, 2007, p. 43).

Com o fim da primazia do jornalista sobre a informação, Kovach e Rosenstiel reconhecem que “a informação é tão livre que a noção de jornalismo como uma entidade homogênea pode até parecer meio exótica” (2004, p. 40).

É na esteira das possibilidades do ciberespaço que estão surgindo *sites*, *blogs*, comunidades virtuais contando com a interação com o usuário, alguns deles produzidos inteiramente por pessoas comuns, em colaboração e sem qualquer edição jornalística. O ciberespaço facilitou, por exemplo, a proliferação da crítica de mídia através de observatórios de meios. Há, no entanto, outra prática que surge graças às possibilidades do ciberespaço, denominada “jornalismo cidadão”. É necessário analisar o que constitui essa prática e como ela questiona o jornalismo na cibercultura.

O jornalismo cidadão é considerado uma espécie de jornalismo participativo em que o cidadão comum toma a atitude de recolher e divulgar informações independente das corporações de mídia (CARDOSO e ANDRADE, 2006).

Para Foschini e Taddei, a palavra-chave para a prática do jornalismo cidadão é “colaboração” (2006, p. 7). Os dois jornalistas defendem a colaboração dos usuários da internet na apuração das notícias, para o benefício da população como um todo, baseados no conceito da fusão emissor-receptor:

A separação rígida entre os que fazem as notícias e os que recebem as informações desaparece no mundo virtual. Os profissionais da comunicação têm agora milhares de aliados na tarefa de apurar fatos, conhecer novidades, reunir e comentar informações. Qualquer um pode fazer notícia. O modelo tradicional, que distingue os emissores dos receptores da informação, deu lugar à comunicação feita por meio da colaboração (FOSCHINI e TADDEI, 2006, p. 9).

Foschini e Taddei propõem que todos busquem juntos a informação, diferentemente do modelo anterior, em que o jornalista apurava e o leitor consumia.

Embora não use o termo “jornalismo cidadão”, Lévy caracteriza o papel dos usuários no ciberespaço de forma muito semelhante à prática participativa e colaborativa conceituada por Cardoso e Andrade (2006), Foschini e Taddei (2006) e Lasica (2003). Em todos esses, a colaboração parece ser a grande tônica da prática, que se aproveita da fusão entre emissor e receptor para emergir e questionar o jornalismo de mão única. Há exemplos de práticas consolidadas, como o *OhMyNews*. O *site* de notícias sul-coreano tem seus artigos criados pelos próprios usuários, que recebem uma quantia simbólica como pagamento pelos textos publicados. O *site*, que já tem uma versão mundial, o *OhMyNews International*, recebe mais de 15 milhões de visitas diariamente do público sul-coreano (BORGES, 2007, pp. 47-49). Portanto, os meios realmente possibilitam o jornalismo cidadão. No entanto, é preciso refletir um pouco sobre as implicações da colaboração do cidadão para o jornalismo.

Kovach e Rosenstiel são taxativos ao definir que, “no fim, a disciplina da verificação é o que separa o jornalismo do entretenimento, da propaganda, da literatura ou da arte. (...) Só o jornalismo se concentra primeiro em registrar *direito* o que aconteceu” (2004, p. 113, grifo acrescentado). É a “função central do jornalismo” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 114). Os dois jornalistas norte-americanos definem a verificação e o método objetivo como os princípios-chave para o exercício da prática jornalística (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, pp. 113-119).

De acordo com esse padrão, a participação dos usuários no jornalismo – e mesmo o trabalho dos jornalistas profissionais – deve estar intimamente ligada com uma apuração

satisfatória dos fatos, bem como com um método objetivo de apuração e redação das informações. Obviamente, muitos usuários sequer fazem ideia de como apurar uma informação. Com as facilidades tecnológicas de que dispõem, raramente perdem tempo – na concepção desses usuários – para publicar uma informação. Além disso, em virtude da crescente aceleração das práticas sociais na cibercultura (TRIVINHO, 2007), os próprios jornalistas têm sido compelidos a publicar material sem a devida verificação. Como resultado, há um fluxo de informações jornalísticas – ou que se pretendem ser – sem a devida verificação. Kovach e Rosenstiel reconhecem que a metodologia da verificação tem sido enfraquecida muito em razão das facilidades proporcionadas pelo desenvolvimento tecnológico (2004, p. 119).

E para eles, somente a apuração da informação pode melhorar a qualidade das notícias.

O papel da imprensa então, nesta nova era, é trabalhar para responder a outra pergunta: “Onde está o bom material?”. Verificação e síntese se tornam a espinha dorsal do novo papel de guardião do jornalista, ou seja, o de se converter num “fazedor de sentido” (...). (...) Em resumo, a necessidade de verdade é maior, não menor, no novo século, considerando que a presença da inverdade tem sido muito mais prevalente (2004, p. 77).

Nesse contexto, a aceleração da vida humana só pode ser contrabalanceada diante de uma forte crítica teórica. Trivinho (2008) comenta que a melhor maneira de combater as relações de poder que se instauram na cibercultura não é simplesmente negar sua existência e afastar-se. Ao contrário,

A forma de ser e agir mais instigante da dromocracia cibercultural é (...) a própria imersão na ordem da violência tecnológica, com o recurso ativo da crítica teórica como *ethos* estratégico de existência. A crítica teórica é o único instrumento metodológico capaz de politizar as relações intersticiais e dimensões social-históricas aí presentes, sem deixar ileso o *modus operandis* da macroestrutura infotecnológica em que essas relações e dimensões se assentam (TRIVINHO, 2007, p. 106).

A crítica de mídia pode ser uma opção para equilibrar esse ambiente, desde que esteja devidamente qualificada para isso.

### **Crítica de mídia**

A crítica de mídia surgiu a partir de uma demanda de melhorar a qualidade da mídia (emissor) e capacitar a sociedade (receptor) para uma leitura crítica dos seus processos e produtos (CHRISTOFOLETTI e MOTTA, 2008, p. 12). Portanto, é um papel ainda mais

necessário na cibercultura, desde que a crítica de mídia compreenda a natureza da comunicação digital, de interação entre usuários.

O que genericamente se chama de crítica de mídia são os meios para assegurar a responsabilidade da mídia (CHRISTOFOLETTI e MOTTA, 2008, p. 12). O estudo sistemático da crítica de mídia tem como um dos pioneiros o francês Claude-Jean Bertrand, que, em seu livro *Arsenal da democracia* (2002), identificou e classificou os sistemas de responsabilização da mídia (MAS, na sigla em inglês de *media accountability systems*). Para ele, o material noticioso da mídia – comunicação de massa – está melhor do que nunca, mas não o suficiente para cobrir a complexidade da sociedade atual (BERTRAND, 2002, p. 34; BERTRAND, 1999, p. 18). Se há algo de errado com a mídia, alguma coisa precisa ser feita para melhorar sua qualidade. Para ele, é preciso instaurar nos agentes jornalísticos a noção de ética. É a partir dela que se desenvolvem os sistemas de responsabilização da mídia. Bertrand os define como instrumentos para aperfeiçoar o funcionamento da mídia (2002, p. 35; 1999, p. 149). Para ele, são os instrumentos ideais para o controle dos meios de comunicação, pois trabalham com a consciência individual dos atores envolvidos na comunicação mediada (BERTRAND, 1999, p. 149-150).

Como exemplos de sistemas de responsabilização da mídia, Bertrand destaca os códigos de ética, os conselhos de imprensa, as cartas do leitor, os *ombudsman*, as revistas críticas, as escolas de jornalismo, as pesquisas de mídia, entre outros (2002, pp. 36-41; 1999, pp. 155-177).

No Brasil, a forma de crítica de mídia que mais ganha visibilidade são os observatórios de meios (CHRISTOFOLETTI e MOTTA, 2008, p. 12). Assim como Bertrand, Rogério Christofolletti e Luiz Gonzaga Motta deixam claro quais são as duas principais funções dos observatórios: “fiscalizar os veículos e seus profissionais, e alfabetizar midiaticamente o público” (CHRISTOFOLETTI e MOTTA, 2008, p. 12).

Os observatórios procuram analisar sistematicamente os meios e apontar os acertos e os erros de sua cobertura, oferecendo assim uma avaliação para os profissionais da mídia e para a sociedade sobre a qualidade daquilo que é veiculado (CHRISTOFOLETTI e MOTTA, 2008, p. 12).

No Brasil, há iniciativas de crítica de mídia desde 1965, mas a mais consolidada delas é o *Observatório da Imprensa*, entidade civil organizada pelo Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor), da Unicamp (LOURES, 2008, p. 165).

### **O papel do *Observatório da Imprensa* na crítica**

No *Observatório da Imprensa*, jornalistas e cidadãos da sociedade civil acompanham a cobertura da imprensa e escrevem artigos críticos<sup>1</sup> sobre os processos e produtos da mídia. O *site* é dividido em seções, cada uma com um objetivo determinado. Em suas análises sobre o *Observatório*, Braga identificou o perfil de crítica que se faz no *site*. Ele destaca especialmente a influência militante do *OI* em prol de uma nova imprensa, pautada em um “conjunto de valores” do bom exercício da profissão que “com frequência” não são obedecidos (BRAGA, 2006, p. 128). Para o *Observatório*, parece haver uma continuidade entre jornalismo e sociedade, no sentido de que o papel do jornalismo deve ser entendido como um serviço público, um dever, que cada jornalista deve assumir. Por isso Braga define o ponto de vista do *Observatório* como “militante” (BRAGA, 2006, pp. 128-129). De fato, a defesa do jornalismo como um serviço público, uma extensão da sociedade, parece corresponder integralmente ao ideal que o próprio Alberto Dines estabeleceu para o *Observatório* em meados da década de 1990, que era de livrar a imprensa brasileira da “ditadura” do “marketing” (DINES, 2008, p. 7). No *Observatório*, essa prática militante se dá no constante apontamento de erros factuais e estruturais ao longo dos diversos artigos. Apela inclusive para a mudança de práticas que, até então, são consideradas consensuais pela imprensa, sempre com o objetivo de melhor servir à população (BRAGA, 2006, p. 129).

Como Christofolletti e Motta (2008, p. 12) definiram, um dos objetivos dos observatórios é alfabetizar midiaticamente o público. Braga não vê didatismo nas matérias do *OI*, mas reconhece em sua atuação uma “incidência pedagógica difusa sobre o trabalho jornalístico” (2006, p. 130). É interessante a conclusão que Braga chega a respeito da crítica exercida pelo *Observatório da Imprensa*:

Por essa perspectiva, o mote que ladeia o título do jornal, a cada número (“Você nunca mais vai ler jornal do mesmo jeito”) precisa ser reinterpretado. Uma leitura literal sugeriria que o *OI* seria essencialmente dirigido ao leitor comum de jornais e voltado para uma preocupação de “ensinar” a esse leitor a boa leitura crítico-interpretativa para perceber, nas entrelinhas, o significado das notícias e interpretações. O aprofundamento da interpretação faz rever essa hipótese. A discussão não se faz entre profissionais e críticos, de um lado, e leitores, de outro. Parece antes se fazer *entre iniciados* (críticos, militantes – jornalistas ou não), dando-se acesso a esse debate, para que o leitor possa se tornar, ele também, um “iniciado” (2006, p. 131).

Portanto, o *Observatório da Imprensa* é um *site* de crítica de mídia que apresenta um fórum “entre iniciados” que tem o seu acesso franqueado a qualquer leitor, a fim de ingressá-lo também entre os militantes que cobram boas práticas da mídia.

---

<sup>1</sup> Crítica aqui se refere ao sentido amplo do termo, comportando tanto críticas *positivas* quanto críticas *negativas*.

Criado na internet, hoje o *Observatório* conta com uma versão em TV, transmitida pela TV Cultura toda terça-feira, às 22h40, e também com transmissões de rádio. No entanto, é pela internet que o *Observatório* se difundiu e é mais conhecido. Em entrevista a Ângela Loures, o jornalista Mauro Malin, redator-chefe do *site* desde a sua criação e atual consultor editorial, explica porque o meio foi escolhido para abrigar a proposta de crítica de mídia:

“(...) Na Internet, o aparato, que é um desdobramento do serviço prestado pela rede telefônica, serve igualmente para recepção e emissão. Nos outros casos citados [jornal, rádio e televisão], as vias de recepção e de respostas do leitor (telefonema, carta, telegrama) são inteiramente desiguais” (MALIN apud LOURES, 2008, p. 166).

É possível perceber, assim, que as possibilidades abertas pelo ciberespaço estão na raiz da iniciativa de *media criticism* de maior visibilidade no Brasil. Portanto, é razoável concluir que o *Observatório* está plenamente consciente das implicações do ciberespaço para o próprio jornalismo em si. Isso é confirmado pela fala do editor-chefe do *Observatório*, Carlos Vogt, também à jornalista Ângela Loures, que ressalta a necessidade da crítica de mídia na cibercultura. Para ele, experiências de *media criticism* são “imprescindíveis” para manter a ética e a qualidade do material informativo diante da emergência das novas tecnologias (VOGT apud LOURES, 2008, p. 165).

O fato de o *Observatório* institucionalmente reconhecer que o jornalismo é impactado pelas tecnologias da cibercultura é significativo, porque pressupõe que sua crítica tem esse *background*. Portanto, a atuação da crítica de mídia, quando diz respeito à cibercultura, deve levar em conta que o usuário da internet tem a possibilidade de se expressar e que a tendência do jornalismo na internet é ganhar interação.

### **Análise de conteúdo do *Observatório da Imprensa***

Os principais tópicos abordados ao longo deste artigo dão pistas para uma análise do *Observatório*. Primeiramente, o que diferencia o papel do receptor nos meios de comunicação de massa e nos meios digitais é sua capacidade de interação com o meio. Nos meios digitais, próprios da cibercultura, todo receptor é um emissor em potencial (LEMOS, 2002, p. 259). Portanto, uma crítica eficaz – incluindo a crítica de mídia – precisa partir desse ponto e reconhecer a interatividade, ou seja, a condição de emissor-receptor que o cidadão tem na internet. O primeiro e principal objetivo a ser atingido na análise é identificar se o cidadão é mencionado nos artigos que falam sobre jornalismo na internet, e se seu potencial como emissor é reconhecido.

A partir daí, ao reconhecer esse ponto, outras análises são úteis para compreender as implicações que o *Observatório* vê no cidadão atuando como emissor-receptor no jornalismo da internet. A pesquisa busca apreender um posicionamento da crítica quanto a essa prática, se ela é positiva, negativa ou neutra. A colaboração do cidadão na busca e na produção de informações noticiosas surge de uma contestação ao controle da informação por parte do emissor, até então identificado como o jornalista e a empresa jornalística (LÉVY, 1999, p. 188; BORGES, 2007, p. 43). Verificar se a crítica de mídia reconhece uma possível competição entre cidadãos e jornalistas na internet também é importante para construir o quadro de implicações da cibercultura.

Por sua vez, a nomenclatura “jornalismo cidadão” ou sua equivalente, “jornalismo participativo”, também não é consenso. O que é consenso é o que constitui o centro da prática, que é a colaboração de uns com os outros (FOSCHINI e TADDEI, 2006). Identificar o papel do cidadão no jornalismo da internet também passa, portanto, pelo reconhecimento (ou não) da sua prática colaborativa como jornalismo (o que levaria à adoção de nomenclaturas como jornalismo cidadão ou equivalentes).

O método escolhido foi a análise de conteúdo, conforme Herscovitz (2007) e Bardin (1977). O *corpus* é o primeiro semestre de 2008, o que inclui as edições 466 a 491, totalizando 26 edições do *Observatório da Imprensa*. A amostra da população ficou com 36 artigos e a escolha obedeceu a um critério básico: se o artigo trata de jornalismo na internet.

### **O usuário do jornalismo na internet: emissor-receptor ou receptor?**

O primeiro e principal fator analisado nos artigos é a presença/ausência de referências ao cidadão como usuário do jornalismo na internet, e se, quando presente, o cidadão é caracterizado simplesmente como leitor-receptor, obedecendo à lógica dos meios de comunicação tradicionais, ou se é caracterizado como emissor-receptor, conforme a lógica do ciberespaço (LÉVY, 1999).

**TABELA 1: O papel do cidadão no jornalismo da internet**

| <i>O artigo menciona o cidadão como usuário de jornalismo na internet?</i> |         |                        |
|--|---------|------------------------|
| RESPOSTA   | ARTIGOS | PORCENTAGEM APROXIMADA |
| Sim, como emissor-receptor   | 16      | 44%                    |
| Sim, atuando apenas como receptor  | 13      | 36%                    |
| Não  | 7       | 20%                    |



A Tabela 1 mostra os resultados dessa pesquisa no *Observatório*. Aproximadamente 44% dos artigos mencionam o cidadão usuário de jornalismo na internet com as características do emissor-receptor, conforme o paradigma da comunicação na cibercultura. Os artigos que mencionam o usuário, mas tratam-no apenas como receptor, correspondem a 36%. Além desses números, 20% dos artigos sequer mencionam o usuário. Portanto, menos da metade dos artigos reconhecem explicitamente a capacidade de o usuário participar da produção de conteúdo jornalístico.

Muitos artigos reconhecem a possibilidade de o usuário da internet se mover por diversos links e ter mais autonomia para navegar. É o caso do artigo “Por que os jornais valem menos na internet”, da edição 470. Esse artigo contrasta o valor publicitário do noticiário impresso com o valor do online, muito menor. Uma das razões apontadas pelo articulista é o fato de o leitor de impresso ter necessariamente que passar por cada publicidade da página que lê, enquanto na *web*, o usuário é “dono do seu tempo”, podendo navegar “com mais rapidez” e passar “menos tempo diante de cada elemento da informação”, incluindo a publicidade. No entanto, embora lhe atribua certa autonomia, o artigo não cogita a possibilidade de produção de conteúdo por parte desse usuário, o que o caracterizaria como emissor-receptor.

Há também artigos que, conforme Lemos (2002), reconhecem a característica de emissão-recepção fundida da internet para o jornalista, mas não tocam no assunto quanto ao cidadão. É o caso do artigo “A ameaça dos ‘posts pagos’ nos blogs”, da edição 476. O artigo descreve a proposta recebida por um *blog* independente escrito por oito jornalistas esportivos. O autor faz questão de enfatizar o caráter “democratizante” dos *blogs*, mas não menciona a possibilidade de participação do cidadão na produção de conteúdo jornalístico. Ao falar de *blogs*, ele cita aqueles “ligados a entretenimento, feitos sem critérios jornalísticos”, em contraste com os “jornalísticos, feitos por jornalistas”.

O que se percebe nesse e em outros artigos é uma relativa facilidade em reconhecer o usuário da internet como emissor-receptor, mas uma resistência em transpor esse conceito para o campo do jornalismo e admitir a possibilidade de o cidadão colaborar com o processo.

### **Emissor-receptor: implicações do cidadão como portador dos meios**

O primeiro objetivo da pesquisa foi compreender se o *Observatório* atribuía ao cidadão o papel de emissor-receptor no jornalismo da internet. Agora, para identificar as implicações dessa realidade, são pesquisados outros elementos nos artigos que reconhecem o cidadão como emissor-receptor. Conforme a Tabela 2, 37% dos artigos vêem a atuação do

cidadão como emissor-receptor de forma positiva, contra 19% que vêm de forma negativa. Por sua vez, 44% apresentam equilíbrio ao tratar vantagens e desvantagens da prática ou mesmo não se posicionam, mantendo-se neutros.

**TABELA 2: Posicionamento do artigo quanto à participação do usuário no jornalismo**

| <i>A participação do usuário como emissor-receptor no jornalismo da internet tem conotação:</i> |         |                        |
|---|---------|------------------------|
| RESPOSTA  | ARTIGOS | PORCENTAGEM APROXIMADA |
| Predominantemente positiva  | 6       | 37%                    |
| Predominantemente negativa  | 3       | 19%                    |
| Equilibrada/neutra  | 7       | 44%                    |

O que se percebe é que os artigos que reconhecem a possibilidade de participação do usuário ainda não têm um posicionamento claro (ao que tudo indica, tudo é muito novo e ninguém quer se arriscar) ou acham isso positivo. Poucos exercem crítica a essa prática.

A negatividade geralmente está associada à imaturidade do cidadão de lidar com a informação. O artigo “Os que devem explicações”, da edição 468, discute uma questão relativa à *Folha Online* e, em determinado momento, menciona o fórum que o veículo abre em algumas matérias, possibilitando a participação do cidadão na discussão da notícia. O articulista define os comentários como “infelizes” e o fórum como “pobre”, dando uma clara indicação de que os usuários ainda não têm capacidade de debater as notícias com um nível razoável de qualidade.

Já os pontos positivos geralmente estão relacionados à democratização do jornalismo, como é o caso do artigo “A reportagem aberta”, da edição 482. Nela o autor comenta positivamente a idéia de, ao se produzir uma reportagem, disponibilizar o diálogo com as fontes na íntegra, permitindo que “o leitor se aproprie do processo e modifique a reportagem – ou construa outra, com base no material original”.

Mas há também artigos que não falam em democratização da comunicação, mas em aperfeiçoamento do antigo modelo. O artigo “Cyberutopias e jornalismo”, da edição 478, por exemplo, fala que as redes de informação constituídas por cidadãos participativos não “subordinam o mercado, tampouco revogam o mercado: elas o modificam – para melhor. Elas o civilizam”.

A pesquisa prossegue procurando saber se, além de produzir conteúdo, o cidadão ainda compete com o jornalista profissional e/ou com a empresa jornalística pelo mesmo espaço, na visão do *Observatório*.

**TABELA 3: Competição entre cidadãos e jornalistas no espaço jornalístico**

| <i>O artigo vê algum tipo de competição entre o jornalista profissional e o cidadão que produz conteúdo jornalístico?</i> |         |             |
|---|---------|-------------|
| RESPOSTA  | ARTIGOS | PORCENTAGEM |
| Sim   | 6       | 37%         |
| Não   | 10      | 63%         |

Pela Tabela 3, pode-se notar que a maioria dos artigos (63%) não vê competição entre uma prática e outra. Alguns artigos até mesmo enfatizam a complementaridade entre a atuação do profissional e a participação do cidadão, evitando qualquer tipo de competição.

O artigo “Cyberutopias e jornalismo” (edição 478), já referido na Tabela 2, faz questão de deixar claro que o espaço do jornalista continua existindo. Ele afirma que “não há incompatibilidade entre os jornais tradicionais e as ‘novas mídias’”. Em outro trecho, o articulista afirma que, “num mundo em que o cidadão, finalmente, aprendeu a desconfiar da arrogância do (mau) jornalismo, as redações são chamadas a vincular credibilidade e inovação”. Para ele, as redações devem “liderar” nesse ambiente cheio de incertezas por conta da participação do público como produtor de informação.

No entanto, há 37% de artigos que reconhecem algum tipo de competição entre o jornalismo tradicional e o que é produzido por cidadãos. O artigo “A reportagem aberta” (edição 482), também já citado na Tabela 2, fala sobre isso e, ao sugerir a abertura do processo a todos (disponibilizando as entrevistas na íntegra), explica que será possível desmontar o “viés editorial pelo qual o repórter optou na hora de construir seu texto”. Por fim, permitirá que o leitor construa a sua própria reportagem “com base no material original”.

Por outro lado, há artigos que reconhecem essa competição e a enxergam de forma negativa. O artigo “O futuro dos jornais”, da edição 489, aborda a qualidade de iniciativas de jornalismo produzido pelo cidadão e fala que é “discutível” a tese de que o *Huffington Post*, jornal produzido por colaboradores que raramente são jornalistas profissionais, possa vencer os jornais tradicionais. Ele alega que o primeiro precisa do segundo para sobreviver. Não apenas isso, como apresenta duras críticas ao jornalismo produzido fora dos parâmetros tradicionais. Para o articulista,

Jornalistas mais tradicionais tendem a não se impressionar com o estilo de reportagem praticado pelos blogs. O jornalismo de verdade, em especial o investigativo, é caro, não cansam de lembrar; compilação e opinião são baratos. E é verdade: não há nenhum site que gaste o que os melhores jornais gastam em suas reportagens (ALTERMAN, 2008).

A competição, portanto, é vista de forma negativa, já que o jornalismo tradicional estaria perdendo terreno para uma caricatura de jornalismo.

Há ainda artigos que apresentam algum tipo de competição, embora não tenham um posicionamento claro sobre quem será o vencedor. O artigo “A imprensa sobreviverá à internet?”, da edição 491, lança várias perguntas. “Os blogs de notícias reproduzem o jornalismo da grande mídia? O que os blogueiros fazem é jornalismo? Como fica a obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão no espaço-livre da internet?”

Antes de partir para as considerações finais deste trabalho, há uma importante reflexão a ser levantada no cruzamento dos dados da Tabela 2, que identifica o posicionamento da crítica com relação à participação do cidadão como colaborador, e da Tabela 3, que procura indícios de competição entre cidadãos e jornalistas. Apenas 19% dos artigos apontaram a colaboração do cidadão como algo negativo. Enquanto isso, 37% dos artigos (o dobro) admitiram uma competição entre cidadãos e jornalistas na internet. Pode ser que haja uma tendência, entre aqueles que reconhecem o usuário como emissor-receptor, de se valorizar a competição entre cidadãos e jornalistas. Caso contrário, seria de se esperar um número semelhante de artigos admitindo a competição entre jornalistas e cidadãos e considerando a colaboração do cidadão de forma negativa. A explicação para isso pode estar em um sentimento, por parte de articulistas, semelhante ao que Kovach e Rosenstiel (2004, pp. 44-48) expressam: de que o jornalismo tradicional está refém de questões econômicas. Coincide também com o posicionamento de Dines (2008, p. 7), já citado anteriormente, que considera a crítica de mídia como uma ferramenta para combater a “ditadura” do *marketing* na imprensa brasileira. Por outro lado, ainda não se pode afirmar com segurança que esta é uma tendência definitiva, sendo necessário um estudo mais específico para verificar essa hipótese. Além disso, há ainda uma última questão analisada nos artigos que não permite concluir precipitadamente que a colaboração do cidadão seja considerada como algo do mesmo nível do jornalismo tradicional.

A análise procura descobrir se o *Observatório* considera a participação do cidadão na produção de conteúdo como “jornalismo cidadão” ou “jornalismo participativo”.

#### **TABELA 4: Uso da expressão “jornalismo cidadão”**

|  |
|--|
| <p><i>O artigo associa a participação do usuário na produção de conteúdo informativo com a expressão “jornalismo cidadão” ou “jornalismo participativo”?</i></p> |
|--|

| RESPOSTA | ARTIGOS | PORCENTAGEM |
|----------|---------|-------------|
| Sim      | 0       | 0%          |
| Não      | 16      | 100%        |

A Tabela 4 mostra o resultado. Nenhum artigo faz qualquer menção das duas expressões. Embora haja artigos que citem até mesmo iniciativas de jornalismo produzido somente por cidadãos, como é o caso do *Overmundo*, nenhum deles associa a prática às expressões “jornalismo cidadão” ou “jornalismo participativo”. Esse resultado limita as conclusões feitas anteriormente sobre a valorização da competição entre cidadãos e jornalistas. Isso porque, se há realmente uma tendência de se valorizar essa disputa, não houve ainda associação formal com a palavra *jornalismo*.

Pelo menos duas hipóteses para esse fato podem ser arroladas. Uma delas é de que o *Observatório* não considera essas expressões como apropriadas para descrever o processo. A jornalista Ana Brambilla, que escreve constantemente para o *site* de jornalismo cidadão *OhMyNews*, mantém essa posição.

A expressão “cidadão-jornalista” para designar público leigo que atua em espaços colaborativos é absolutamente inapropriada. Assim como “jornalista amador” e similares. Jornalista, por si, identifica um profissional preparado por uma instituição de nível superior. Desse jeito, dizer “jornalista profissional” é uma redundância. O público sem essa formação superior exerce a função de “cidadão repórter”, já que contar histórias é inerente à condição humana. Sem contar que reportagem é uma das tantas atividades desempenhadas por um jornalista. E talvez a única capaz de ser desenvolvida por pessoas sem formação específica no jornalismo. Isso é do senso comum: assim como tem gente que chama “matéria”, “reportagem” e “coluna” de “artigo”, o nome genérico para jornalista é “repórter”, mesmo que o sujeito seja editor (BRAMBILLA, 2007).

Provavelmente é a hipótese que explica a ausência da expressão em artigos que vêm como positiva a participação do cidadão na produção de conteúdo.

Outra hipótese é de que o *site* não considera as participações do cidadão na produção de conteúdo como jornalismo, mas no máximo como colaboração para o processo jornalístico tradicional, exercido por empresas jornalísticas e por jornalistas formados. Esta hipótese deve explicar a ausência dos termos “jornalismo cidadão” e “jornalismo participativo” em artigos que não vêm com bons olhos a participação popular.

No entanto, ambas as hipóteses não são comprovadas e faz-se necessário outro estudo para avaliar exatamente porque as expressões “jornalismo cidadão” e “jornalismo participativo” são rejeitadas.

## Conclusão

Os observatórios de meios se propõem a melhorar a qualidade da mídia e capacitar a sociedade a fazer uma leitura crítica (CHRISTOFOLETTI e MOTTA, 2008, p. 12). Eles reiteram sua responsabilidade, como dispositivos de crítica de mídia, de incentivar boas práticas jornalísticas na cibercultura (LOURES, 2008, p. 165). Diante dos dilemas enfrentados pelo jornalismo nesta fase de novas tecnologias, a própria crítica de mídia precisa conhecer bem o que mudou – o que equivale a entender o papel do público nesta nova fase.

É para saber se a crítica de mídia está preparada para esse desafio que esta pesquisa propôs o objetivo de analisar que papel o *Observatório da Imprensa* atribui ao cidadão no jornalismo da cibercultura, por meio de uma amostragem de todas as edições que falavam sobre jornalismo na internet no primeiro semestre de 2008. Ao que tudo indica, o *Observatório da Imprensa* precisa se preparar melhor para enfrentar os desafios que o jornalismo na cibercultura apresenta. Menos da metade dos artigos analisados continham referências ao usuário como emissor-receptor, ou seja, capaz de interagir com a mídia, colaborar com informações e participar na produção de conteúdo jornalístico. Isso significa que mais da metade do que se escreve no *site* a respeito de jornalismo na internet ainda pensa a prática como se fazia no jornal, na TV ou no rádio. Por isso, a capacidade de a crítica de mídia interferir na lógica do jornalismo da cibercultura fica comprometida.

A pesquisa também se propôs a entender que implicações o *Observatório da Imprensa* vê na atuação do cidadão e os resultados podem ajudar a explicar porque a crítica de mídia, representada pelo *Observatório*, ainda falha em sua abordagem do jornalismo na cibercultura. O que se pode deduzir do material analisado é que ainda há bastante incerteza sobre os rumos do jornalismo diante da colaboração do público. Isso se pode aferir após a pesquisa constatar que 44% desses artigos tinham conotação neutra ou equilibrada, contra 37% com conotação positiva e apenas 19% com conotação negativa. Ao prevalecerem os artigos sem posicionamento definido, fica evidente que não há ainda segurança, por parte do *Observatório*, de fazer afirmações contundentes sobre essa fase do jornalismo.

Os cruzamento dos diferentes dados da pesquisa reforça essa conclusão, porque o fato de haver poucos artigos com conotação negativa e o dobro de artigos que reconhecem o cidadão questionando o controle do jornalista significa que há uma tendência a se considerar essa competição como algo, no mínimo, saudável. Se essa concorrência fosse vista como algo absolutamente ruim, os artigos com posicionamento negativo seriam em número aproximado dos que vêm a competição. Mas, ao mesmo tempo em que aparece essa tendência, não há

nenhum artigo que use a expressão “jornalismo cidadão” ou “jornalismo participativo”, o que pode muito bem significar que a colaboração do cidadão não é vista como jornalismo.

A segunda implicação do cruzamento desses dados é que, entre aqueles artigos que entendem o cidadão como colaborador, o senso de crise do jornalismo deve ser maior. A crise no jornalismo parece estar associada ao enredamento da profissão na lógica capitalista dos grandes conglomerados, pelo menos é o ponto em que Kovach, Rosenstiel e Dines tocam. Pode ser que, ao ver o jornalismo nessa situação, sitiado<sup>2</sup>, a crítica de mídia demonstre sua indignação ao valorizar a competição entre cidadãos e jornalistas. É preciso, ao mesmo tempo, conter a ânsia de generalizar essa afirmação, pois esta não é uma conclusão definitiva. Seria necessário realizar um estudo específico para responder a essa questão. Mas, preliminarmente, o que a análise, combinada com as impressões de jornalistas preocupados com a mídia, sugere é que a crítica de mídia está apostando em uma valorização da colaboração do cidadão para *provocar* o jornalismo tradicional. Provavelmente, a intenção da crítica de mídia nesse caso não seria sancionar a atuação do cidadão, de fato, como jornalismo (por isso não usar “jornalismo cidadão”), mas somente utilizá-la como estímulo para melhorar a qualidade da prática profissional.

Há, portanto, caminhos opostos na avaliação do papel que o *Observatório da Imprensa* atribui ao cidadão no jornalismo da internet. Enquanto no plano geral o *OI* trata mais comumente o cidadão como um receptor de comunicação de massa, sem o potencial para colaborar com o processo jornalístico, em artigos específicos o *OI* parece ver nessa nova fase um potencial emancipatório que não está na colaboração do cidadão em si, mas na possibilidade de essa interatividade fazer o jornalismo profissional reagir. O problema é que, se realmente existe esse objetivo, a ação ainda está muito incipiente, haja vista que a maioria dos artigos sequer trata da possibilidade de o usuário interagir na mídia. Sem essa compreensão adequada, a ação da crítica de mídia fica ainda mais restrita. Para interferir de maneira apropriada na lógica do jornalismo da cibercultura, e melhorar a qualidade da informação disponível, a crítica precisa entender melhor como se dá a comunicação digital.

As implicações percebidas no *Observatório da Imprensa* servem de roteiro para críticas relacionadas com o jornalismo da internet. O mais urgente, neste momento, é que a crítica de mídia como um todo reconheça a realidade da comunicação na internet e passe a lidar com ela. Afinal, o padrão de qualidade da prática jornalística, como Kovach e Rosenstiel ressaltaram (2004, p. 119), está em queda devido principalmente às facilidades tecnológicas.

---

<sup>2</sup> Jornalismo sitiado é uma expressão que se usa para dizer que os interesses econômicos estão determinando o que a imprensa deve cobrir ou não.

Sem admitir que o usuário realmente pode – no sentido de ter os meios – colaborar com a produção de conteúdo, a crítica de mídia será de pouca relevância para responsabilizar o jornalismo que aponta no horizonte, muito mais interativo e menos rígido. Sem responsabilizar os meios, há pouca garantia de que seus agentes mantenham altos padrões de informação. A informação de qualidade por ficar dispersa em meio a tanta banalidade e inverdade. E sem imprensa de qualidade, a democracia está em sério risco.

### Referências bibliográficas

ALTERMAN, Eric. “O futuro dos jornais”. In: **Observatório da Imprensa**, edição 489, 30/06/2008. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=489JDB007#>>. Acesso em 12/11/2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Martins Fontes, 1977.

BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Bauru: Edusc, 1999.

\_\_\_\_\_. **O arsenal da democracia – Sistemas de Responsabilização da Mídia**. Bauru: Edusc, 2002.

BORGES, André. “Blog: uma ferramenta para o jornalismo”. In: FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia – As novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia – Dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

BRAMBILLA, Ana. “Anotações de jornalismo colaborativo”. 2008. Disponível em <<http://anabrambilla.com/blog/2007/08/28/anotacoes-de-jornalismo-colaborativo/>>. Acesso em 12/11/2008.

CARDOSO, Marcelo Herondino; ANDRADE, Rafael. “Modelos para jornalismo cidadão e uma análise do cenário brasileiro”. In: **Verso e Reverso**, ano XX, 2006/2, número 44. Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Disponível em <<http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=8&s=9&a=67>>. Acesso em 12/11/2008.

CARVALHO, Avery Milton Veríssimo. “Notas da vigilância”. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério; MOTTA, Luiz Gonzaga (orgs.). **Observatórios de mídia – Olhares da cidadania**. São Paulo: Paulus, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e terra, 1999.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. “Ver, olhar, observar”. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério; MOTTA, Luiz Gonzaga (orgs.). **Observatórios de mídia – Olhares da cidadania**. São Paulo: Paulus, 2008.



CHRISTOFOLETTI, Rogério; MOTTA, Luiz Gonzaga. **Observatório de mídia** – Olhares da cidadania. São Paulo: Paulus, 2008.

FOSCHINI, Ana Carmen; TADDEI, Roberto Romano. **Jornalismo cidadão – Você faz a notícia**. 2006. Disponível em <<http://www.overmundo.com.br/banco/conquiste-a-rede-jornalismo-cidadao-voce-faz-a-noticia>>. Acesso em 12/11/2008

GENTILLI, Victor. “Reflections on the right to information based on citizenship theories”. In: **Brazilian Journalism Research** – Journalism theory, research and criticism – vol. 3, n. 1 (jan./jun. 2007). Brasília: Faculdade de Comunicação: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo/SBPjor, 2007.

HERSCOVITZ, Heloísa Golbspan. “Análise de conteúdo em jornalismo”. In: BENETTI, Márcia; LAGO, Cláudia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo** – O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração editorial, 2004

LASICA, J.D. “What is participatory journalism?” In: **Online Journalism Review**. Disponível em <<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>> Acesso em 12/11/2008.

LEMOS, André. **Cibercultura** – Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LOURES, Ângela. “Pequena história da crítica de mídia no Brasil”. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério; MOTTA, Luiz Gonzaga (orgs.). **Observatórios de mídia** – Olhares da cidadania. São Paulo: Paulus, 2008.

MOTTA, Luiz Gonzaga. “Crítica de mídia: da resistência civil ao desenvolvimento humano”. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério; MOTTA, Luiz Gonzaga (orgs.). **Observatórios de mídia** – Olhares da cidadania. São Paulo: Paulus, 2008.

TRIVINHO, Eugênio. **A dromocracia cibercultural** – Lógica da vida humana na civilização mediática avançada. São Paulo: Paulus, 2007.