

ARTIGO

# O “JORNALISMO CIDADÃO” E O MITO DA TECNOLOGIA REDENTORA

Copyright © 2014  
SBPjor / Associação  
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

SYLVIA MORETZSOHN  
Universidade Federal Fluminense, Brasil

**RESUMO** - O objetivo deste artigo é suscitar um debate sobre o assim chamado “jornalismo cidadão” ou “jornalismo participativo” e demonstrar, entre outras coisas, o equívoco na simplificação de se apresentar o confronto entre “nós” (cidadãos ávidos por exercer sua liberdade de expressão) e “eles” (jornalistas que tentam preservar seu “privilegiado” papel de informantes). Pretendo, assim, oferecer uma nova perspectiva para a discussão sobre essa aclamada revolução no jornalismo. Se todos nós pudéssemos assumir o papel de jornalistas, o próprio jornalismo seria “naturalizado” ou dissolvido entre nossos afazeres diários. Entretanto, se imaginarmos que esse novo cenário permite transformar a todos nós, potencialmente, em fontes, poderemos verificar que o jornalismo se tornou, de fato, mais complexo. Consequentemente, passa a haver uma demanda por critérios mais rigorosos para a seleção de notícias. O que, em contrapartida, contradiz a lógica do jornalismo em “tempo real”. Mas este já seria um tema para outra discussão.

**Palavras-chave:** Tecnologia. Blogosfera. Jornalismo cidadão.

## EL “PERIODISMO CIUDADANO” Y EL MITO DE LA TECNOLOGÍA REDENTORA

**RESUMO** - El objetivo de este artículo es suscitar un debate sobre el así llamado “periodismo ciudadano” o “periodismo participativo” y demostrar, entre otras cosas, el equívoco existente en la simplificación de presentar la confrontación entre “nosotros” (ciudadanos ávidos por ejercitar su libertad de expresión) y “ellos” (periodistas que intentan preservar su “privilegiado” papel de informantes). Pretendo de este modo ofrecer una nueva perspectiva para la discusión sobre esa aclamada revolución en el periodismo. Si todos nosotros pudiésemos asumir el papel de periodistas, el propio periodismo sería “naturalizado” o disuelto entre nuestros quehaceres diarios. Sin embargo, si imaginamos que ese nuevo escenario nos permite a todos nosotros transformarnos, potencialmente, en fuentes, podremos comprobar que el periodismo, de hecho, se ha convertido en algo más complejo. Consecuentemente, existe ahora una demanda de criterios más rigurosos para la selección de noticias, lo cual, en contrapartida, contradice la lógica del periodismo en “tiempo real”. Pero este sería ya tema para otra discusión.

**Palavras-chave:** Tecnologia. Blogosfera. Periodismo ciudadano.

## “CITIZEN JOURNALISM” AND THE MYTH OF REDEMPTIVE TECHNOLOGY

**ABSTRACT** - The objective of this article is to present a debate on the so called “citizen” journalism or “participatory journalism” and to demonstrate, among other points, the mistaken view of simply presenting a confrontation between “us” (citizens anxious to exercise freedom of expression) versus “them” (journalists trying hard to preserve their “privileged” role of informants). In this manner, I hope to contribute by offering a new approach to this acclaimed revolution in journalism. If all of us could take on the role of journalists, journalism itself would be “naturalized”, or dissolved into daily errands. However, if we imagine a new scenario with the potential to change all of us into sources of news coverage, we might see that journalism has actually become more complex. Consequently, there is a demand for applying more rigorous criteria when selecting news stories. This concept, in turn, contradicts the current logic of “real time” journalism. However, that is a topic for an altogether different discussion.

**Key-words** - Technology, blogosphere, participatory journalism

As facilidades proporcionadas pelas novas tecnologias da comunicação vêm provocando, entre muitas outras, a profecia do fim do jornalismo tal como o conhecemos: munido de um celular com câmera, operando um blog na internet, qualquer um se transformaria em repórter. Uma pequena pausa para reflexão permitiria, entretanto, arrefecer significativamente o entusiasmo diante dessa perspectiva supostamente democratizante – ou, talvez mais precisamente, libertária –, que acena com o ideal do poder pulverizado entre “todos” e esconde ou despreza os mecanismos através dos quais esse mesmo poder se reorganiza nas mãos dos poderosos de sempre, ao mesmo tempo em que desconsidera um aspecto fundamental para sustentar a profecia: o caráter específico da mediação jornalística, que é o que legitima socialmente esse tipo de informação e impõe procedimentos necessários para que se lhe exija a indispensável credibilidade.

Neste artigo, enfatizo a discussão sobre o chamado jornalismo “cidadão” ou “participativo”, procurando demonstrar, entre outras coisas, o equívoco de se apontar um confronto entre “nós” (os cidadãos ansiosos por comunicar livremente) e “eles” (os jornalistas empenhados em preservar discricionariamente seus “privilégios” sobre o poder de informar). Espero, com isso, contribuir para uma reorientação no enfoque sobre essa proclamada revolução no jornalismo, que, longe de se diluir entre as múltiplas atividades do cotidiano – como ocorreria se, de fato, “todos” fôssemos potencialmente jornalistas –, torna-se cada

vez mais complexo diante desse quadro novo que nos transforma a “todos”, potencialmente, em fontes e, portanto, impõe um rigor ainda maior no critério de seleção das informações. O que, por sua vez, é contraditório com a lógica do “tempo real” em que o jornalismo se produz atualmente – mas aí já teríamos de enveredar por um caminho que excede os limites do tema proposto.

## **1 O MITO DA REDENÇÃO PELA TECNOLOGIA**

A primeira questão que se costuma levantar para confrontar o entusiasmo com a tecnologia é a do acesso: de acordo com os dados do Internet World Stats atualizados em 18 de setembro de 2006, 16,7% frequentavam a rede em todo o mundo, com a previsível concentração (69,1% desse total) na América do Norte. Mas digamos que esses índices não sejam tão relevantes, considerando-se a tendência ao crescimento do número de usuários (200,9% em relação ao ano 2000); concentremo-nos no sempre tão recorrente elogio da técnica como elemento de redenção do público.

A remissão à história do rádio é esclarecedora. Na virada dos anos 20 para os 30 do século passado, Brecht entusiasmou-se pelo tema, vislumbrando o potencial transformador da radiodifusão, que teria exatamente essa perspectiva relacional e interativa da internet: o público não seria apenas receptor, mas também emissor. O dramaturgo alemão, porém, formulava sua tese pensando na superação da sociedade burguesa, mas os acontecimentos imediatamente posteriores – a vitória do franquismo na guerra civil espanhola, a Segunda Guerra Mundial e a consolidação do bloco soviético no contexto autoexcludente da guerra fria afastariam o horizonte desse ideal, que ficaria em suspenso com a derrota do “socialismo real” pós-queda do Muro de Berlim e a ausência de alternativas concretas aos modelos existentes ou recém-derrotados.

A valorização do potencial transformador da tecnologia não é novidade: já em 1909 Marinetti, que posteriormente aderiria ao fascismo, fazia o elogio da máquina e da velocidade em seu Manifesto do Futurismo; nos anos 60, McLuhan tornou-se um ícone do admirável mundo da comunicação, à contracorrente dos movimentos da esquerda da época. Hoje é ainda mais fácil ceder a esse discurso, diante da emergência de movimentos sociais sem um núcleo organizador definido, adequado ao desenho de “rede” que a internet representa: parecem feitos um para o outro.

O equívoco está em não perceber que nenhuma tecnologia é capaz de, por si, alterar as relações sociais; pelo contrário, são as relações sociais, a luta política, os conflitos e contradições historicamente determinados que vão conformar a utilização dessa tecnologia. Significa dizer que os novos ambientes tecnológicos reproduzem as relações de força que estão na sociedade. O exemplo do rádio é bem ilustrativo: fora da superação da sociedade burguesa, as promessas revolucionárias do novo meio de comunicação viram-se confinadas a movimentos periféricos de contestação, e a nova tecnologia enquadrou-se nos parâmetros da grande indústria de comunicação então nascente. O mesmo vale para as promessas da internet, cujo potencial mobilizador depende da articulação com projetos políticos que até o momento não demonstraram capacidade de ir além de slogans como o “outro mundo possível”, de concretização, entretanto distante, sem perspectivas de enfrentar o poder do capital. Que é, por sua vez, quem fomenta a pulverização, em seu próprio benefício, na era da “acumulação flexível” (HARVEY, 1993; CASTELLS, 1999), reentronizando a ideologia do *laissez-faire* numa conjuntura radicalmente distinta da dos primórdios do capitalismo industrial.

No campo da comunicação, o “movimento wiki” é a expressão mais evidente dessa tendência: um conjunto de projetos voltado para a produção e disseminação de informações em várias línguas, a partir da colaboração voluntária de qualquer um. A agilidade, característica da internet, marca o processo de edição coletiva de documentos em hipertexto: os conteúdos não precisam ser revisados antes da publicação. O antídoto contra erros ou fraudes decorreria de uma espécie de seleção natural, resultante da colaboração e do confronto de vários autores, que assim zelariam pela qualidade dos documentos.

A principal reserva em relação a esse projeto não diz respeito à credibilidade das informações, como seria razoável supor<sup>1</sup>, mas sim a uma questão de fundo: a ideia de que, tanto na economia como em qualquer outra área, o mercado – isto é, a competição aberta – é que permitirá obter o melhor resultado possível. Malheiros (2005) aponta o problema: não se pode generalizar a ideia democrática de sufrágio universal para todos os atos da vida cotidiana, pois ninguém em seu perfeito juízo decidiria o melhor tratamento médico baseado num referendo de bairro. Há competências específicas que precisam ser reconhecidas e preservadas.

## 2 “PUBLICAR PRIMEIRO E DEPOIS FILTRAR”?

Essa ressalva, que demarca a crítica à fluidez pós-moderna, está ausente das iniciativas associadas ao “espírito wiki” e, previsivelmente, passa ao largo do *We Media*, publicação online do The Media Center em que Bowman e Willis (2003) pretendem demonstrar “como as audiências estão moldando o futuro das notícias e da informação”<sup>2</sup>. Os autores se concentram nas possibilidades de quebra da “hegemonia” da “venerável profissão do jornalista” como *gatekeeper* diante de uma audiência capaz de criar e disseminar notícias e informações. Isso estaria mesmo “alterando a natureza do jornalismo neste novo século”, como afirma no prefácio Dan Gillmor (*in* BOWMAN e WILLIS, 2003, p. vi), um dos maiores defensores do “jornalismo popular, pelo povo, para o povo”<sup>3</sup> (GILLMOR, 2004).

O primeiro exemplo é o movimento decorrente do atentado ao World Trade Center: o congestionamento dos sites mais procurados levaria a outros meios para a busca de informações (e-mails, blogs e fóruns virtuais), o que, segundo os autores, teria estimulado a proliferação do “do-it-yourself journalism”, cuja expressão mais estruturada seriam precisamente os blogs, supostamente responsáveis por “um fenômeno que mostra as marcas de uma revolução – dar a qualquer um com talento e energia a capacidade de ser ouvido amplamente na Web”<sup>4</sup> (BOWMAN e WILLIS, 2003, p. 8).

Destaco a frase para sublinhar um detalhe nada irrelevante: a condição para tornar-se uma referência no meio virtual ou para influenciar o rumo do noticiário não viria, como deveria ser óbvio, “do conhecimento de que os seus autores gozam por razões exteriores à blogosfera, como políticos, comentadores, colunistas etc.” (MOREIRA, 2005), mas da competência e do empenho do indivíduo. Os mistérios da comunicação se confundem, assim, com os mistérios de certas religiões, como nos milagres prometidos pelos pastores evangélicos em troca de fé e donativos: se a graça não foi alcançada, é porque o crente não acreditou suficientemente, nem colaborou à altura.

Bowman e Willis (2003, p. 9) definem o “jornalismo participativo” como “o ato de um cidadão, ou grupo de cidadãos, de desempenhar um papel ativo no processo de coletar, relatar, analisar e divulgar notícias e informações”<sup>5</sup>, de maneira a “fornecer a informação independente, confiável, precisa, ampla e relevante que a democracia exige”<sup>6</sup>. A credibilidade seria um atributo quase natural do cidadão-jornalista, pois, como diz uma fonte<sup>7</sup> citada pelos autores, “o relato da testemunha

ocular vem, em grande parte, do desejo das pessoas de compartilhar suas histórias e publicar a verdade”<sup>8</sup>. E a checagem de informações, outra providência fundamental para assegurar a credibilidade, também seria uma atividade frequente, diante do esforço permanente da comunidade (aquela comunidade envolvida no blog) de descobrir a verdade.

Simples assim. “Deixem a verdade e a falsidade enfrentarem-se; quem já viu a verdade ser derrotada, num embate livre e aberto?”<sup>9</sup>, perguntava John Milton no século XVII, muito antes de Goebbels e do império dos marqueteiros na (tele)política.

Sem considerar esse problema, o elogio do “jornalismo participativo” concentra-se no confronto entre os jornalistas (confinados a procedimentos rígidos e orgulhosos de seu “privilégio” como detentores da informação) e o público (isto é, a audiência), desinteressado, ansioso pela verdade e agora possuidor dos meios para obtê-la e revelá-la. Gillmor (2004), aliás, insiste nesse embate, assumindo a tese – já tantas vezes contestada – de passividade do público no modelo tradicional do broadcast (one-to-many), que tenderia a ser substituído pelo modelo de “thinking network” (many-to-many) característico dos blogs e outras manifestações próprias da internet. Daí também o conceito de “pro-sumers” – “prosumidores”, ou “promidores”, na tradução da declaração de Brown (in KOVACH e ROSENSTIEL, 2003, p. 41), também citada por Bowman e Willis (2003, p. 9) – um conceito formulado por Alvin Toffler em 1980 no best-seller *A terceira onda*, no auge da excitação em torno dos exercícios de futurologia diante do impacto da “revolução tecnológica”, mas que só poderia impressionar quem jamais foi apresentado à dialética.

Como a crítica dirige-se necessariamente ao “poder” dos jornalistas – jamais ao do capital –, não haveria qualquer problema na inversão dos procedimentos elementares para se publicar alguma informação: “A orientação na mídia tradicional é ‘filtrar, depois publicar’. A orientação nas comunidades é ‘publicar, depois filtrar’”<sup>10</sup>. Porque tal procedimento faria parte da própria lógica de autocorreção propiciada pela troca de informações entre esses cidadãos ativos: “redatores submetem suas matérias [aos editores] para serem publicadas ou rejeitadas antes que o público possa vê-las. Membros de uma comunidade, em contrapartida, dizem o que têm a dizer, e o que tem valor é separado do que é medíocre *depois do fato*”<sup>11</sup> (SHIRKY *apud* BOWMAN e WILLIS, 2003, p. 12, destaque meu). Diante das mais elementares regras deontológicas do jornalismo, esse procedimento seria no mínimo um disparate, pois significaria abrir o campo a

todo tipo de boatos e de informações “plantadas”, com as nefastas consequências que todos conhecemos. Mas a ligeireza da afirmação pode ser medida pelo tipo de comparação de Shirky (*idem*): “Se você vai a um jantar, você não pede aos anfitriões que aprovelem suas impressões, de modo que eles lhe digam quais são adequadas para serem ditas, mas é assim que a *broadcast* trabalha diariamente”<sup>12</sup>.

“Publicar, depois filtrar” (“publish, then filter”) é propriamente o postulado do “jornalismo de fonte aberta” (“open source journalism”), em que a comunidade envolvida participa da elaboração da informação, complementando-a ou corrigindo-a – bem de acordo, aliás, com o “método wiki”. Como indica Deuze (*apud* BOWMAN e WILLIS, 2003, p. 35), trata-se de um tipo de jornalismo mais viável em “nichos especializados de mercado”. Seria certamente o caso de substituir o advérbio e dizer que esse tipo de jornalismo seria viável *apenas* nessas condições, que supõem um equilíbrio na qualificação de quem participa desse fórum e implicam um alcance limitado.

Portanto, não faz qualquer sentido generalizar e dizer: “Meus leitores sabem mais do que eu. Isso se tornou quase um mantra no meu trabalho. Esta é, por definição, a realidade para qualquer jornalista, *independentemente do setor em que atue*”<sup>13</sup>(GILLMOR *in* BOWMAN e WILLIS, 2003, p. vi, destaque meu), embora esteja nesse raciocínio a base do argumento para a tal mudança de natureza do jornalismo (de uma “aula” para uma “conversa”, *from a “lecture” into a “conversation”*). A suposta declaração de humildade, a rigor, não se justificaria em nenhuma condição: se os leitores sabem mais que o jornalista, por que precisariam dele? De todo modo, leitores de uma coluna especializada – como a que notabilizou o próprio Gillmor no *San Jose Mercury News* – podem saber mais que o colunista, devido justamente à especialização do tema; fontes também são leitores, e sabem mais que o jornalista – exatamente por isso são fontes; mas o público em geral necessariamente sabe menos, e se quiser informar-se precisará recorrer a algum meio confiável.

Deveria ser evidente: o jornalista é aquele profissional autorizado a estar onde o público não pode estar, e por isso tem direito ao acesso a fontes através das quais pode apurar as informações necessárias à sociedade. Este é nada menos que o status conferido pelo velho conceito de “quarto poder”, que, apesar de problemático – pois mascara a defesa de interesses particularistas em nome do interesse geral –, é o que garante ao jornalista o reconhecimento social de seu papel de mediador.

### 3 FILTRAR PRIMEIRO E DEPOIS PUBLICAR, É LÓGICO...

As regras de utilização do “conteúdo gerado pelo usuário” estabelecidas por duas redes de televisão muito distintas – a recentíssima Current TV<sup>14</sup>, baseada fortemente nesse tipo de colaboração, e a tradicionalíssima BBC – demonstram que o postulado de “publicar, depois filtrar” não é, nem poderia ser, adotado por quem tem um mínimo de consciência sobre as responsabilidades do jornalismo.

Lançada em agosto de 2005 e desde setembro de 2006 associada ao site Yahoo Video, a Current TV (2006), do ex-vice-presidente americano Al Gore, adota o mesmo discurso do “jornalismo participativo”: “Current é uma rede a cabo e por satélite que vem transformando a televisão num diálogo. Volta-se para o que está acontecendo, histórias sobre o mundo real contadas por pessoas de verdade”<sup>15</sup>. “Jornalistas de verdade” não contariam “histórias do mundo real” nem seriam “gente de verdade”? Não é bem assim: “Hoje o negócio do jornalismo está dominado por megacorporações, todas trabalhando de acordo com uma agenda comum. Você muda o canal e vê a mesma história”<sup>16</sup>, diz o ator, diretor e produtor Sean Penn<sup>17</sup> no vídeo de “capacitação” para o cidadão-jornalista, ele mesmo apresentado como tal – como alguém que “foi ao Iraque e ao Irã para ver as coisas em primeira mão e reportá-las” ao público. É sob essa mesma ótica simplificadora – pois valeria a pena indagar aos “jornalistas de verdade” o que significa trabalhar na cobertura de um conflito como o do Iraque – que se faz a defesa da participação do público: contra o “sistema”, “faça você mesmo” (“do it yourself”), bastando para tanto “um arguto par de olhos e um ponto de vista honesto”.

Porém, pelo menos esse assim chamado “jornalismo de verdade” tem o cuidado de alertar que “não basta contar uma boa história ou capturar belas imagens”<sup>18</sup>, porque o que torna esse jornalismo diferente são “as normas, como honestidade, exatidão, equilíbrio e integridade”<sup>19</sup>, sumariamente expostos no Código de Ética<sup>20</sup>, que, entre outras exigências, informa sobre a checagem das fontes utilizadas no material enviado, caso seja selecionado para exibição. Contrariando o elogio do voluntarismo, Sean Penn avisa que, “como jornalista da Current, seu trabalho vai ser avaliado de acordo com normas exigentes”<sup>21</sup>. Logo, não é para qualquer um.

A conclusão é elementar: salvo raríssimas exceções, apenas profissionais estarão qualificados para atender a essas “normas exigentes”. Trata-se, portanto, de uma alternativa para jornalistas independentes,

considerando-se inclusive a remuneração por “pod” – um vídeo de até oito minutos – selecionado (U\$ 500 para os dois primeiros, U\$ 750 para o terceiro e U\$ 1.000 a partir do quarto), e também, provavelmente, uma ótima alternativa para a audiência, embora revestida dessa mistificação em torno do “repórter cidadão” (“citizen reporter”).

As perspectivas da BBC são, previsivelmente, bem distintas: uma rede reconhecida internacionalmente como modelo de jornalismo não poderia basear-se no “conteúdo produzido pelo espectador”, e só em raros casos aceita pagar pelo material recebido<sup>22</sup>. É verdade que a venerável instituição pública britânica não deixa de ceder a um certo apelo publicitário para atrair o público, invertendo o ideal de “quarto poder” – o jornalismo como os “olhos e ouvidos da sociedade” ao estimular o envio de fotos e vídeos: “Notícias podem acontecer em qualquer lugar e a qualquer momento. Queremos que vocês sejam nossos olhos”<sup>23</sup>(BBC, 2006b). Mas é notável a preocupação em estabelecer regras claras e rigorosas a respeito do tipo de colaboração a ser aproveitada. Na newsletter nº 2 sobre Política Editorial, a BBC (2006a) reconhece que as “audiências forneceram material inestimável imediatamente após a ocorrência de fatos jornalísticos muito importantes”<sup>24</sup> – como no caso dos atentados de 7 de julho de 2005, em Londres –, mas ressalta a necessidade de parâmetros como os definidos naquele documento, de modo a garantir “que toda contribuição de terceiros esteja sujeita a avaliação editorial adequada, que essas contribuições sejam feitas de maneira responsável e que, se for o caso, sejam obtidas as devidas autorizações para veiculação”<sup>25</sup>. Uma das primeiras preocupações é “não estimular o público a correr riscos ou pôr em risco outras pessoas para obter material a ser enviado para a BBC”<sup>26</sup>, e esse cuidado inclui uma crítica à própria definição do repórter cidadão:

Há quem classifique as pessoas que enviam vídeos, áudios ou outras colaborações como “jornalistas cidadãos”. É uma definição que pode não ser necessariamente útil porque esses colaboradores não são jornalistas profissionais. A maioria não se sente à vontade descrevendo-se como tal. Em particular, devemos desestimular as pessoas a se referirem a si mesmas como “jornalistas da BBC” ou como alguém que “trabalha para a BBC News” ou para a “coleta de material para BBC News”. Isso poderia levar a uma confusão durante a realização da atividade e poderia expô-las, e às nossas próprias equipes, a riscos adicionais (BBC, 2006a, destaque meu)<sup>27</sup>.

A empresa também declara que não utilizará material obtido de maneira ilegal, desestimula o uso de micro câmeras e micro gravadores – apesar da disseminação dessa tecnologia – por

considerar a necessidade de respeito à privacidade alheia e enfatiza o cuidado com a checagem do material recebido:

Partimos do pressuposto de que devemos procurar aplicar os mesmos critérios para imagens, áudios e vídeos fornecidos por pessoas do público, como fazemos com qualquer outro material que tratamos como jornalistas.

Não devemos acolher automaticamente como bem apurado o material que nos é enviado e precisamos tomar as providências adequadas para checar as informações, quando necessário. Como as ferramentas digitais se tornaram mais acessíveis, também precisamos nos precaver contra boatos e manipulação de fotos.

*Devemos tomar um cuidado especial se suspeitarmos que o material venha de um membro de grupo de lobby ou organização interessados na história, e não de um espectador desinteressado.*(BBC, 2006a, destaques no original)<sup>28</sup>.

#### 4 “JORNALISMO PARTICIPATIVO”: BUSINESS, AS USUAL

A análise de um dos mais festejados exemplos do “jornalismo participativo”, o jornal coreano *OhmyNews*<sup>29</sup>, também pode desfazer alguns mitos em relação ao tema. Comandado por Oh Yeon-ho (2004), um ex-repórter de revistas alternativas na Coreia do Sul e então doutorando em jornalismo na Universidade de Seul, *OhmyNews* foi lançado em 2000 com o objetivo nada modesto de “não apenas reformar a cultura da mídia coreana”<sup>30</sup>, mas “estabelecer um novo divisor de águas na história da imprensa mundial”<sup>31</sup>, “mudando a maneira pela qual a imprensa mundial entende a produção da notícia”<sup>32</sup>. A linguagem bélica do manifesto de lançamento começa no título, “A revolta dos 727 novos guerrilheiros – uma revolução na produção e no consumo da notícia”<sup>33</sup>, e se estende ao longo do texto. A principal “arma” dessa “guerrilha” é a proposição de que “todo cidadão é um repórter” (“every citizen’s a reporter”), o que poderia ser apenas um equívoco, facilmente identificável se confrontarmos a ambição do projeto com a fragilidade da definição do que seria, para Yeon-ho, um repórter: “qualquer um que procura novidades, escreve-as e as compartilha com os outros”<sup>34</sup>. Notícia, portanto, pode ser qualquer coisa – e naturalmente todos estarão sinceramente empenhados em divulgar informações precisas e corretas, já que o desejo “das pessoas” é “compartilhar suas histórias e publicar a verdade” (“to share their stories and publish the truth”)...

Porém não é bem assim: o jornal tem um código de ética e um “acordo do repórter-cidadão”, ambos muito sintéticos, que reproduzem alguns postulados deontológicos da imprensa tradicional e mesmo

condenam, embora implicitamente, uma prática comum – e nunca muito bem discutida – do “jornalismo investigativo”, ao afirmar que o colaborador deve “identificar-se claramente como um ‘repórter-cidadão’ quando estiver realizando alguma cobertura”<sup>35</sup> e “usar métodos legítimos para obter informações e deixar clara às suas fontes a intenção de cobrir uma história”<sup>36</sup>. Porém a identificação, aparentemente, há de ser apenas verbal, porque o colaborador deve comprometer-se a “não imprimir cartões dizendo ser um repórter-cidadão do OhmyNews”<sup>37</sup>. A intenção, mais que a de evitar o uso indevido do nome do jornal em benefício próprio, parece ser a de não se criar qualquer vínculo formal com a empresa, pois “a responsabilidade legal por atos como plágios ou uso não autorizado de material [e] a responsabilidade legal por difamação em artigos são inteiramente do repórter-cidadão”<sup>38</sup>. Ao mesmo tempo, não há qualquer cuidado em esclarecer o colaborador sobre casos de infração legal ou em demovê-lo do empenho em obter informações caso haja risco para si ou terceiros, como vimos que faz a BBC (2006a).

Diante disso, talvez o mais correto seja dizer que essa “revolução na história da imprensa mundial” seja mais propriamente um bom slogan para uma iniciativa empresarial como tantas outras, que apenas tira proveito da agilidade proporcionada pelas novas tecnologias e estimula o público a alimentar o projeto em troca de uma pequena remuneração e do status de “repórter”, ainda que não “profissional”: afinal, o jornalismo é das atividades que mais fascínio exercem no imaginário do cidadão comum – quanto a isso o Super-Homem não nos deixa mentir, a despeito do que diz a BBC. A hipótese de que essa “revolução” não passa de uma jogada de marketing pode ser avaliada por dois detalhes: um, o convite exibido na versão “internacional” do jornal, que saúda o futuro colaborador com um “bem-vindo à revolução na cultura da produção, distribuição e consumo da notícia”<sup>39</sup> e o estimula a “dizer adeus à antiga cultura do jornal do século 20”<sup>40</sup>, mas mantém, no canto direito da página, um link para matérias de um expoente dessa execrável imprensa retrógrada, o *International Herald Tribune*. Outro detalhe é o argumento, evidentemente falso, no texto de lançamento do projeto, sugerindo que o jornal caminharia no sentido contrário ao da mídia estabelecida: “No século XX, uma coletiva do presidente da República era notícia, e as lágrimas derramadas pela pessoa amada não eram. Nós vamos agora recuperar essa outra face das notícias”<sup>41</sup>. Pois Yeon Ho certamente não ignora que, desde que se tornou uma atividade voltada para a “massa”, em meados do século XIX, o jornalismo – ou melhor, o jornalismo dominante, empresarial

– não apenas investe pesadamente na dramatização de historinhas banais do cotidiano, circunscrevendo-as a seu próprio universo, sem inseri-las no contexto político mais amplo, como procura tratar dessa mesma forma as questões políticas.

Como projeto empresarial, não há dúvida do sucesso: nos seis anos de atividade, os “727 guerrilheiros” iniciais saltaram para 40 mil e a redação, então embrionária, passou a contar com 35 profissionais. A versão internacional, em inglês, vem sendo publicada desde 2004, com cerca de 1.300 “repórteres-cidadãos” em aproximadamente 100 países. Em agosto de 2006, Oh Yeon-ho lançou o *OhmyNews Japão*, utilizando metade dos US\$ 10 milhões recebidos do Softbank para seu projeto. De início, conta com mais ou menos 1.000 “repórteres-cidadãos” nessa nova empreitada, e planeja chegar a 40.000 em dois anos<sup>42</sup>.

*Business, as usual* – ou quem sabe seria mais apropriado dizer, parafraseando a expressão que ficou famosa na vitoriosa campanha de Clinton em 1992, “*it’s business, stupid*”. Por isso não pode haver ilusões quanto a essa perspectiva libertária que nivela a competência de todos os cidadãos (pelo menos nesse quesito relativo à tarefa de informar), mas ao mesmo tempo mantém e amplia uma redação profissional: é forçoso reconhecer a permanência dessa abominável divisão de tarefas, em que uns apuram e escrevem e outros editam. Embora talvez a contradição não seja tão grande: a rigor, Yeon-ho diz que todos somos repórteres, não editores.

## **5 “NATURALIZANDO” O JORNALISMO: O SENSO COMUM COMO FONTE DE “VERDADE”**

Transformar todo cidadão em jornalista não é uma aspiração nova, apesar da novidade do conceito: perde-se na memória a origem da confusão entre o exercício do jornalismo e a defesa da liberdade de expressão; além disso, já nos anos 70, Tuchman (1993, p. 88) comentava que, “como os jornalistas não estão rodeados por uma mística técnica, dá a impressão que qualquer pessoa poderia fazer o seu trabalho. Afinal de contas, quase toda a gente é bisbilhoteira”. Na era das redes, do descentramento e do poder pulverizado, fica mais fácil ainda aderir ao lema do “*do it yourself*” para um jornalismo “*as you like it*”: por isso Gillmor (2004) pode confrontar duas epígrafes em seu livro, opondo ao clássico argumento de A. J. Liebling (“a liberdade de imprensa está limitada a quem possui um jornal”)<sup>43</sup> o convite aparentemente libertário do escritor, jornalista e radialista

“alternativo” Wes “Scoop” Nisker (“se você não gosta das notícias... vá à luta e produza-as você mesmo”)<sup>44</sup>.

Não vale a pena lembrar que notícia não é uma questão de gosto, mas de necessidade. Mas vale a pena observar, entre outras coisas, o equívoco de se conferir automaticamente uma valoração positiva à ação de cidadãos comuns em buscar e divulgar informações, sobretudo diante do apelo – tendencialmente crescente, diante da facilidade de acesso à tecnologia digital – à comercialização de imagens na rede: se “quase toda a gente é bisbilhoteira”, é previsível a proliferação de “cidadãos-paparazzi”, empenhados no esforço nem um pouco cívico de correr atrás de celebridades para fazer “*money, money, money now!*”<sup>45</sup>.

Por isso vale a pena detalhar as razões para o que certa vez chamei de “óbvio surpreendente” (MORETZSOHN, 2003), a partir da discussão do contexto em que se formulam essas ideias, e o que elas representam como naturalização do jornalismo, diluído entre as muitas atividades do cotidiano dos cidadãos.

Primeiro, esse estímulo de “sair e produzir suas próprias [notícias]” ignora a evidência de que “as pessoas” – como Gillmor costuma se referir ao público – precisam ganhar a vida em suas respectivas profissões – ou, nos duros tempos que correm, talvez enfrentem a dificuldade maior de tentar conseguir algum meio de sobreviver – e têm de dar conta de seus prosaicos afazeres da vida cotidiana; dificilmente lhes sobriaria tempo para essa tarefa suplementar de produzir notícias<sup>46</sup>.

É algo elementar, que talvez ajude a desfazer a velha confusão recorrente entre o trabalho jornalístico – o exercício de uma profissão que implica a responsabilidade na apuração e divulgação das notícias e exige uma qualificação capaz de dar ao profissional condições de mover-se nesse terreno conflituoso em que tantos interesses disputam o espaço midiático – e o direito constitucional à liberdade de expressão e de comunicação, que é de todos, deve ser incentivado e certamente se amplia significativamente com o acesso às novas tecnologias. Reiterar o caráter profissional do jornalismo – portanto, negar a naturalização dessa atividade no cotidiano – não tem nada a ver com defesa corporativa ou “reserva de mercado”, como a crítica mais ligeira costuma apontar; significa insistir no papel do jornalismo como mediador, o que implica recuperar de forma crítica o referencial do “quarto poder”, desmistificando-o, de modo a apontar o papel necessariamente político dessa mediação. Abandonar esse referencial de credibilidade é abrir as portas à disseminação de todo

tipo de boato, num terreno onde não se exige ou não se tem garantias da identidade de quem informa.

Outras coisas já não são tão óbvias: por exemplo, que o desprezo aos profissionais do jornalismo (essa gente arrogante, privilegiada, elitista) significa a rejeição da própria imprensa como instituição e como referência de credibilidade no trabalho de mediação discursiva. E que a ilusão quanto à possibilidade de eliminar-se essa mediação exercida pelo jornalista indica duas questões de fundo: a primeira, mais evidente, relativa ao esquecimento de que todo discurso implica uma mediação; a outra, a falsa suposição de que, uma vez que o “povo” fale, ele falará com sua “própria” voz. Explicita-se aí o completo desconhecimento dos mecanismos através dos quais o senso comum se forma e se consolida, tendendo, no caso, a repetir as fórmulas aprendidas no convívio cotidiano com a programação televisiva, de modo que o incentivo ao “faça você mesmo” acaba resultando em “faça como a Globo”<sup>47</sup>.

Portanto, o que subjaz ao elogio da ação direta é essa crença ingênua de um retorno ao senso comum como fonte de “verdade”. Rompe-se assim a perspectiva dialética de interação capaz de elevar o senso comum ao senso crítico, na conhecida formulação de Gramsci: qualquer interferência “externa” é vista como uma insuportável tentativa de dominação, de sufocação de uma expressão “naturalmente” autêntica.

## 6 O CIDADÃO “DIGITAL”: AINDA UMA FONTE

Podemos agora retornar à questão essencial, que como sempre é a questão do poder.

A primeira diz respeito ao admirável mundo participativo dos blogs e sua influência na suposta mudança de natureza do jornalismo, “de uma aula para uma conversa”. Seria possível, talvez, imaginar esse diálogo em relação a informações mezinhas do nosso cotidiano. Mas como seria uma “conversa” com os “*decision makers*”? Como seria uma “conversa” com Bush?

Um episódio equivalente ocorrido do outro lado do Atlântico fornece alguns elementos para discussão: em 22 de dezembro de 2005, Loïc le Meur (2005), um dos mais conhecidos blogueiros franceses, entrevistou o ministro do Interior, Nicolas Sarkozy, pouco após os distúrbios protagonizados por jovens descendentes de imigrantes árabes nos subúrbios de Paris. Ao ser criticado, em seu blog, pela postura excessivamente amistosa durante o encontro – em que se gaba de ser

o primeiro *blogueur* a ser recebido por um ministro de Estado – e por haver oferecido um ipod e um livro de sua autoria ao seu entrevistado, o que seria uma falha ética, le Meur responde: “não sou e jamais me apresentei como jornalista”, portanto aquela entrevista não teria por que subordinar-se a “qualquer pseudo-deontologia jornalística”. E continua: “Este é meu blog e aqui eu digo o que quero e discuto com quem quero, não me faço passar por ninguém distinto de mim mesmo. Sou um blogueiro mas também um empresário e minha empresa tem clientes de esquerda e de direita, o que provavelmente explicaria as queixas de quem esperava por questões desconcertantes (...). Fiz perguntas de acordo com minha expectativa e (...) não vejo por que eu seria agressivo com um ministro que me concedeu a honra de me receber, uma vez que não sou nem político nem jornalista”. Quanto à oferta dos presentes, le Meur diz que isso é problema dele e argumenta que agiu às claras, “diferentemente de outros, inclusive certos jornalistas, que oferecem todo tipo de presentes-contrapartida sem o dizer”.

Um bom exemplo da contradição intrínseca à expressão “jornalismo cidadão” é justamente este: le Meur argumenta simplesmente que não é jornalista. Como então aplicar o conceito aos blogueiros? Ou eles serão “jornalistas” apenas quando for interessante, isto é, apenas no que disser respeito a direitos, e não o serão quando se lhes cobrarem os deveres?

Essa questão conduz a outra, de cunho igualmente político: ainda que pudéssemos admitir como boa – e isenta de apelos demagógicos, sobretudo em períodos eleitorais – a hipótese de um ministro de Estado receber um cidadão qualquer em seu gabinete, e ainda que desconsiderássemos a importância daquele ministro em particular, no contexto dos conflitos sociais por que a França acabara de passar, seríamos de todo modo forçados a indagar que critérios levariam à escolha deste ou daquele cidadão “qualquer” para tão privilegiado encontro.

Outra questão fundamental surge quando retomamos a afirmação de A. J. Liebling: “a liberdade de imprensa está limitada a quem possui um jornal”. “Agora, milhões possuem”, dizem Bowman e Willis (2003, p. 47). Milhões, menos os próprios jornalistas, a julgar – para ficar apenas num exemplo – pelos relatos reunidos por Borjesson (2002), reveladores do “mito de uma imprensa livre”<sup>48</sup> e resultado de um esforço através do qual os colaboradores do livro superaram o “risco de perder seus empregos e entrar na lista negra das empresas”<sup>49</sup>.

Por outro lado, esses “milhões” (talvez bilhões) que

possuem um jornal nem sempre serão bem-vindos. Basta ver o uso que forças políticas contrárias ao poder estabelecido fazem da internet: por exemplo, grupos fundamentalistas islâmicos que filmam a decapitação de suas vítimas e divulgam as imagens na rede ou publicam ali seus manifestos ameaçadores. Ninguém se lembra do “jornalismo participativo” diante do massacre de Beslan, que inclusive levou algumas das principais redes de televisão a reconsiderar a propriedade das transmissões ao vivo, não só para poupar os espectadores de cenas chocantes como para se resguardar da eventualidade de os terroristas usarem o poder da imagem ao vivo para impor suas exigências diante de uma audiência perplexa<sup>50</sup>.

As providências dessas redes demonstram a tentativa de manter as rédeas do processo de informação, apesar de nem sempre o conseguirem – o caso Mônica Lewinski, detonado por Matt Drudge, um *blogger* de primeira hora, nada inocente nas suas intenções, foi bem revelador disso. O que não significa dizer que toda e qualquer informação que caia na rede produzirá efeitos: tudo depende das forças políticas interessadas na sua divulgação ou abafamento. Também aqui funciona o processo que Ramonet (1999) chamou de “mimetismo midiático”, em outro ambiente, mas sob as mesmas regras.

Assim, os acenos das empresas de comunicação ao “repórter-cidadão” têm inapelavelmente esse sentido mistificador de sugerir que o “povo” fala, embora não edite. Além disso, representam uma econômica alternativa para obter matéria-prima a partir de uma mão de obra informal, que ao mesmo tempo se comove com a súbita valorização e retribui com sua audiência fiel.

O que nos leva a duas conclusões: a primeira, de que o testemunho do cidadão capaz de lidar com a tecnologia digital ganha mais relevância, porém como fonte a ser adequadamente checada – um processo que se complica ainda mais diante da profusão da oferta; a segunda, de que o jornalismo “as you like it” – isto é, a naturalização do jornalismo – tende à alegoria imaginada por Soler (*apud* PINTO, 2005):

(...) voltemos à figura fascinante do repórter cidadão e concedamos que esta figura está em alta e que em muito pouco tempo grande parte da informação será obtida por eles, por gente que está diante de uma notícia e espontaneamente a fotografa, ou escreve sobre ela e a coloca em seu blog. Agora imaginemos, com ânimo novelístico, (...) que cada cidadão exerce seu direito de se converter em *citizen reporter* e sai todos os dias armado com seu telefone, que também é câmera, disposto a caçar a notícia do dia, e continuemos a imaginar que esta febre

jornalística se estende a todos os habitantes de uma cidade. Em quê se converte a informação quando todos a geram e ninguém a recebe? E, uma vez estendida a febre, os repórteres cidadãos irão todos fotografando qualquer peça de informação, qualquer coisa, porque tudo pode ser notícia, um bueiro destampado, um homem que manca, uma flor murcha, todos os detalhes do dia consignados permanentemente em tempo real, até que a trama chegue a um ponto em que, passo a passo às vinte e quatro horas do dia real, transcorrem, de maneira rigorosamente paralela, as vinte e quatro horas de notícias instantâneas desse dia.

A propósito, Pinto (2005) comenta: “o que, de fato, Soler propõe à nossa reflexão não é tanto o problema da informação instantânea, mas o da informação inútil”. E conclui parafraseando um célebre conto de Borges: “para que serviria um mapa se acaso ele fosse elaborado a uma escala tal que se confundisse com o próprio território?”

## NOTAS

- 1 De acordo com reportagem da revista *Nature* de 15 de dezembro de 2005, a Wikipédia, enciclopédia “livre” e carro-chefe do projeto, apresenta margem de erro semelhante à da tradicional Enciclopédia Britannica.
- 2 No original: “how audiences are shaping the future of news and information”. As traduções deste artigo são da autora.
- 3 No original: “grassroots journalism by the people, for the people”.
- 4 No original: “a phenomenon that shows the markings of a revolution — giving anyone with the right talent and energy the ability to be heard far and wide on the Web”.
- 5 No original: “the act of a citizen, or group of citizens, playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information”.
- 6 No original: “provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires”.
- 7 A fonte citada é John Hiler, co-fundador da WebCrimson, empresa de consultoria de software baseada em Manhattan, e do Xanga.com, um dos maiores sites que hospedam comunidades de blogs (BOWMANE WILLIS, 2003, p. 33-34).

- 8 No original: “eyewitness reporting comes in large part from people’s desire to share their stories and publish the truth”.
- 9 No original: “Let Truth and Falsehood grapple; who ever knew Truth put to the worse, in a free and open encounter?”.
- 10 No original: “The order of things in broadcast is ‘filter, then publish’. The order in communities is ‘publish, then filter’”.
- 11 No original: “Writers submit their stories in advance, to be edited or rejected before the public ever sees them. Participants in a community, by contrast, say what they have to say, and the good is sorted from the mediocre after the fact.”
- 12 No original: “If you go to a dinner party, you don’t submit your potential comments to the hosts, so that they can tell you which ones are good enough to air before the group, but this is how broadcast works every day”.
- 13 No original: “My readers know more than I do. This has become almost a mantra in my work. It is by definition the reality for every journalist, no matter what his or her beat.”
- 14 Nota dos Editores: A Current TV foi lançada em 2005, nos Estados Unidos, como um canal de televisão independente. A proposta inicial era elaborar uma programação baseada em conteúdos gerados pelos espectadores. Em 2013, após sucessivas mudanças na grade programação e nos modelos de produção, a Current TV foi vendida para a rede Al Jazeera, tornando-se o canal Al Jazeera America.
- 15 No original: “Current is a cable and satellite network which is transforming television into a conversation. It’s about what’s going on, stories from the real world told by real people”.
- 16 No original: “Today the business of journalism is dominated by mega corporations all following a common agenda. You change the channel but you get the same story”.
- 17 <http://www.current.tv/make/training?section=journalism>.
- 18 No original: “it’s not enough that you tell a good story or capture beautiful images”.
- 19 No original: “the standards, like honesty, accuracy, fairness and integrity”.

- 20 <http://www.current.tv/make/resources/cj/ethics>
- 21 No original: “as a Current journalist, your work will be measured by a higher standard”.
- 22 <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/advice/video-audioandstills/paymentformater.shtml>
- 23 No original: “News can happen anywhere at any time. We want you to be our eyes”.
- 24 No original: “audiences have provided invaluable material in the immediate aftermath of very important news events”.
- 25 No original: “that all third party contributions are subject to appropriate editorial scrutiny, that requests for contributions are made responsibly and that where relevant we have obtained appropriate consents”.
- 26 No original: “not to encourage the audiences to risk their personal safety or that of others, in order to gather material for submission to the BBC”.
- 27 No original: “Some commentators describe members of the public who send in video, audio or still contributions as ‘citizen journalists’. This may not necessarily be helpful because these contributors are not professional journalists. Most do not feel comfortable describing themselves as such. In particular, we should discourage people from referring to themselves as ‘BBC journalists’ or as ‘working for BBC News’ or ‘gathering material for BBC News’. This could lead to confusion in the field and could expose them and our own crews to additional risks”.
- 28 No original: “Our starting point is that we should aim to apply the same approach to pictures, audio and video supplied by members of the public, as we do to any other material we handle as journalists. We should not automatically assume that the material is accurate and should take reasonable steps where necessary to seek verification. As digital manipulation tools become more accessible, we also need to be on our guard against photo manipulation and hoaxing. Special care must be taken if we suspect that material has been supplied by a member of a lobby group or organization with a vested interest in the story, rather than a disinterested bystander.”
- 29 Nota dos Editores: O jornal “OhMyNews” foi lançado no ano 2000 e é

considerado um dos pioneiros na publicação de artigos produzidos pelos chamados “jornalistas cidadãos”. O site estimulava a atividade dos repórteres amadores, chegando a pagar pelo trabalho de alguns colaboradores. Permaneceu em funcionamento até 2010, quando a participação dos leitores foi completamente desativada. Atualmente, “OhMyNews” mantém em sua estrutura um arquivo com as produções coletivas publicadas até 2010 e atualizações esporádicas sobre jornalismo cidadão. Essas atualizações são realizadas por um pequeno grupo de colaboradores, atuando como curadores de conteúdo.

- 30 No original: “not just reforming the culture of the Korean media”.
- 31 No original: “drawing a new line in the history of the world press”.
- 32 No original: “changing the world press’ basic understanding of how the news is done”.
- 33 No original: “The revolt of 727 news guerillas – a revolution in news production and consumption”.
- 34 No original: “everyone who seeks to take new developments, put them into writing, and share them with others”.
- 35 No original: “plainly identify himself as a ‘citizen reporter’ while covering stories”.
- 36 No original: “uses legitimate methods to gather information, and clearly informs his sources of the intention to cover a story”.
- 37 No original: “not to produce name cards stating that [he or she is] a citizen reporter of OhmyNews”.
- 38 No original: “legal responsibility for acts of plagiarism or unauthorized use of material [and] legal responsibility for defamation in articles lies entirely with the citizen reporter”.
- 39 No original: “welcome to the revolution in the culture of news production, distribution, and consumption”.
- 40 No original: “say goodbye to the backwards newspaper culture of

the 20th century”.

- 41 No original: “In the 20th century, a presidential press conference was news, and tears shed by one’s lover the night before were not. We will now be restoring that lost half of the news”.
- 42 “OhmyNews Japan Debuts” (28 ago. 2006), in [http://english.ohmynews.com/articleview/article\\_view.asp?menu=A11100&no=313808&rel\\_no=1&back\\_url=](http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?menu=A11100&no=313808&rel_no=1&back_url=).
- 43 No original: “freedom of press is limited to those who own one”.
- 44 No original: “If you don’t like the news... go out and make some of your own”.
- 45 Tal é o convite do site Mr. Paparazzi ([www.mrpaparazzi.com](http://www.mrpaparazzi.com)), que incentiva o público a enviar fotos e vídeos com flagrantes de celebridades, de artistas e jogadores de futebol a integrantes do Big Brother do momento. Os apelos pulsam na tela: “enriqueça rápido”, “torne-se um milionário”, “ganhe uma tremenda fortuna”, “ganhe um monte de dinheiro com flagrantes de celebridades” e assim por diante). Não se trata de um site jornalístico, é evidente, mas a prática se aproxima da chamada imprensa de escândalos. Como vimos, empresas que zelam pelo jornalismo de qualidade adotam postura rigorosamente oposta.
- 46 Em conversa com a autora, por e-mail, em 12 de setembro de 2005, o jornalista e professor Manuel Pinto, da Universidade do Minho – que, portanto, está longe de ser um “cidadão qualquer” em termos de qualificação para a discussão da mídia –, diz a respeito do blog (“Jornalismo e Comunicação”, [www.webjornal.blogspot.com](http://www.webjornal.blogspot.com)) do qual é o principal responsável: “É um trabalho difícil de aguentar, visto que o leque de fontes que regularmente rastreio me dariam para um trabalho muito mais abrangente e sistemático se... se... a minha vida fosse essa, se não tivesse mais nada para fazer. Quando olho para este trabalho – que sei ser seguido com atenção nomeadamente pelos jornalistas de diferentes veículos – dou-me conta de que o que distingue esta atividade do jornalismo profissional reside no fato de, precisamente, eu não ter tempo para fazer o trabalho que devia ser feito.

Não apenas na pesquisa e edição de informação, mas também na análise e no comentário. Além do tempo, há a questão não pequena dos recursos, visto que, do ponto de vista do trabalho jornalístico, se torna necessário não apenas pegar ou comentar a informação produzida por outros, mas ir à procura dela, verificá-la, confrontar as fontes, etc. Como é evidente, tendo sido jornalista profissional e editor durante quase dez anos, me pauto pelas exigências do que entendo ser um profissional do jornalismo”.

- 47 Referência à maior rede de televisão brasileira, conhecida por slogans que procuram estabelecer uma relação de familiaridade com o público, como “Globo, a gente se vê por aqui”.
- 48 No original: “the myth of a free press”.
- 49 No original: “risk [of] losing their jobs and being blacklisted in the business”.
- 50 No dia 1º de setembro de 2004, feriado escolar em que tradicionalmente se comemora o “Dia do Conhecimento” na Rússia, um grupo armado de separatistas chechenos tomou uma escola em Beslan, onde já haviam previamente instalado explosivos, mantendo cerca de 1.300 pessoas reféns, entre crianças, pais e professores. O sequestro durou três dias e resultou em centenas de mortos, a maioria crianças. A intensa concorrência das redes de televisão durante a cobertura, com a encarniçada disputa por imagens exclusivas e espetaculares, levou os próprios editores dessas redes a uma autocrítica que se traduziria em decisões contrárias à promessa da informação em “tempo real”: em seu novo guia editorial, publicado em junho de 2005, a BBC, além de outras orientações (como “jamais entrevistar um sequestrador ao vivo” nem “divulgar, ao vivo, vídeos ou áudios produzidos por sequestradores”), determina “uma defasagem durante a transmissão ao vivo de matérias sensíveis, como o cerco a uma escola ou o sequestro de um avião. Isto é particularmente importante porque os desdobramentos são imprevisíveis e nós devemos gravar cenas chocantes, impróprias para transmissão antes de uma cuidadosa edição”(to “install a delay when broadcasting live material of sensitive stories, for example a school siege or plane hijack. This is particularly important when the outcome is unpredictable and we may record distressing material that is un-

suitable for broadcast without careful editing”). (cf. BBC, *Editorial Guidelines*, section 11, “War, Terror and Emergencies”, item “Hijacking, kidnapping, hostage taking & sieges, in [www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/edguide/war/hijackingkidnap.shtml](http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/edguide/war/hijackingkidnap.shtml)). Não se informa, porém, o tempo desse retardamento na transmissão das imagens. Pouco mais de um mês depois do massacre, entretanto, matéria publicada no *Jornal de Notícias* informava que a Sky TV propunha uma defasagem de 20 segundos sem, entretanto, indagar se 20 segundos bastam para que “excelentes jornalistas (...) possam tomar decisões imediatas sobre o que emitir ou não”. (“Sky News estuda atraso de imagens nos directos”, JN, 24 de outubro de 2004)

## REFERÊNCIAS

BBC. “User generated content”, in **Editorial Policy Newsletter nº 2**. <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/newsletter/>. November 2006 (a).

BBC. “**Your news, your pictures**”. IN: [http://news.bbc.co.uk/2/hi/talking\\_point/2780295.stm#yourpics](http://news.bbc.co.uk/2/hi/talking_point/2780295.stm#yourpics). 13 October 2006 (b).

BORJESSON, Kristina (org). **Into the Buzzsaw. Leading journalists expose the myth of a free press**. Nova Iorque: Prometheus, 2002.

BOWMAN, Shayne e WILLIS, Chris. **We Media. How audiences are shaping the future of news and information**. [www.hypergene.net/wemedia](http://www.hypergene.net/wemedia), July 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz & Terra (3 vols), 1999.

CURRENT TV. [www.current.tv.com](http://www.current.tv.com), 2006.

GILLMOR, Dan. **We the Media. Grassroots journalism by the people, for the people**. Stanford: O’Reilly, 2004.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1993

INTERNET WORLD STATS. [www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm)

LE MEUR, Loïc. “**Nicolas Sarkozy, premier podcast vídeo**”, in [http://www.loiclemeur.com/france/2005/12/nicolas\\_sarkozy\\_1.html](http://www.loiclemeur.com/france/2005/12/nicolas_sarkozy_1.html). 25 December 2005.

MALHEIROS, José Vítor. “O método Wiki”, in **Público**, 11 October 2005.

MOREIRA, Vital. “O ‘quinto poder?’”, in **Público**, Lisboa, 23 August 2005.

MORETZSOHN, Sylvia. “Jornalismo, mediação, poder: considerações sobre o óbvio surpreendente”. Artigo apresentado no **I Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo**. Brasília: UnB, 29-30 novembro de 2003.

PINTO, Manuel. “O jornalismo inútil”, in **Jornalismo e Comunicação** (www.webjornal.blogspot.com), 26 August 2005.

RAMONET, Ignacio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis, Vozes, 1999.

TUCHMAN, Gaye. “A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas”, in TRAUQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’**. Lisboa: Vega, 1993, p. 74-90.

WIKIMEDIA. <http://wikimediafoundation.org>

YEON-HO, Oh. “The revolt of 727 news guerillas. A revolution in news production and consumption”, in **OhmyNews**, 19 February 2004. [http://english.ohmynews.com/articleview/article\\_view.asp?no=153109&rel\\_no=1](http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?no=153109&rel_no=1).

**SYLVIA MORETZSOHN** é jornalista e professora da Universidade Federal Fluminense (UFF). É doutora em Serviço Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e mestre em Comunicação pela UFF.

ARTIGO ORIGINALMENTE PUBLICADO EM DEZEMBRO DE 2006.