

A Crítica de Mídia e o Papel do Ombudsman na Era Digital: Transformações e Adaptações¹

Bruna MADEIRA²
Prof^a. Ms. Lenize Villaça CARDOSO³
Universidade Presbiteriana Mackenzie

Resumo

Este artigo tem como objetivo discutir sobre as transformações sofridas nos ofícios da Crítica de Mídia e do Ombudsman a partir do contexto era digital, assim como a relevância destas atividades neste cenário e seus desafios futuros. À luz dos pensamentos de estudiosos como Rogério Christofoletti, Caio Túlio Costa e Pollyana Ferrari, que discorrem a respeito da temática, pretende-se demonstrar em quais níveis a adaptação do ofício se dará para que o mesmo continue a legitimar a atividade jornalística agora em plataformas digitais.

Palavras-Chave: Ombudsman; Crítica de Mídia; Jornalismo; Jornalismo Digital

Introdução

O jornalismo, prática social consolidada culturalmente como profissão, desempenha extrema importância dentro das sociedades em todo o mundo: possui o poder de disseminar a informação, legitimando-a perante os cidadãos, atuando como estrutura básica no que tange à formação do espírito democrático, da consciência social e do exercício efetivo da cidadania. O jornal tem como essência a função de abraçar as fragmentações sociais, unindo as diversas formas do pensar e do saber.

A palavra Comunicação é derivada do latim *comuni*⁴, que significa “algo comum”. Desta forma, suas ações vêm contribuindo ao longo dos séculos para o aprimoramento do processo civilizatório, como o jornalista Clóvis Rossi (2000, p.07) nos elucida: “(...) o jornalismo, independente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes”.

Foi possível notar nas últimas décadas, profundas transformações no aspecto das modernizações tecnológicas, suas relações com o desenvolvimento social e como isto se

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Aluna recém graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, email: brunamad2@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie, email: lenize@mackenzie.br

⁴ Fonte da informação: Clóvis Rossi (2000).

refletiu no exercício da prática jornalística de um modo geral. Esse contexto de modernização marca todos os âmbitos da vida moderna. As mídias, em suas diferentes modalidades, encontram agora na web uma facilidade que revela os avanços dos processos de produção, distribuição e consumo massivo da informação. Desta forma, a expansão do seu universo de atuação possibilitou atingir um número cada vez maior de leitores conectados na rede global da sociedade midiaticizada. Tais mudanças estão consequentemente presentes nas relações entre aquele que produz a notícia e aquele que a consome. (CHRISTOFOLETTI, 2010)

A receptividade do leitor, marcada anteriormente pela relativa dificuldade e demora em dar e receber respostas, condição esta imposta pelas mídias tradicionais onde os espaços para debate e reflexão eram praticamente incipientes – o leitor contava com o fax, o telefone e as cartas, meios relativamente lentos para a manutenção de um canal de diálogo - passa a construir-se agora, sob um novo caráter: a participação ativa versus o consumo passivo da informação. Ou seja, a resposta (ou a interação do leitor com a notícia) tem agora o poder do imediatismo, ela se dá em tempo real. A respeito de tais transformações, Don Tapscott (2007) escreve que a palavra que define a sociedade vigente é a participação. Inúmeros conceitos se alteraram ao redor dessa palavra, e o consumo foi um deles. Com a internet, acabou a limitação de produtos de prateleiras, a noção de espaço foi alterada, agora as variações de mercadoria são colossais e as escolhas, infinitas. Ocorreu um aumento na interação entre usuário/consumidor/leitor e empresa. Os dois trabalham juntos agora, para atingir resultados satisfatórios a ambos os “lados”. Consumidores podem dar notas, reclamar, criar novos conteúdos e contribuir para o desenvolvimento de um produto.

Neste cenário de futuro incerto, onde constantes questionamentos sobre a manutenção das atividades de Crítica de Mídia e do Ombudsman como agentes de legitimação do Jornalismo frente às plataformas digitais vêm à tona, encontra-se pautada a discussão primordial que este artigo visa enfatizar. Jornalistas e empresas de mídia buscam consolidar um processo de construção e renovação de identidades que garanta, entre outros aspectos, sua própria existência, baseadas nas necessidades de informação da sociedade e seus cidadãos/leitores.

Todo esse contexto provoca ainda uma visão pessimista sobre as consequências das novas tecnologias de comunicação atuando lado a lado com as denominadas ‘mídias tradicionais’, onde questiona-se o papel do jornalista como mediador, ou seja, o responsável por trazer significado a toda essa narrativa fragmentada, atuando como um curador com o

dever cívico não só de trazer informações ao cidadão como também interpretá-las e analisá-las. Além disso, questiona-se também o papel da imprensa como base de sustento à propagação e monopólio dos processos de construção da informação, já que os usuários produzem conteúdos por si só.

Ombudsman e Crítica de Mídia no Brasil

De acordo com Caio Túlio Costa (2006), em meados da década de 1980, com a redemocratização no Brasil e o amplo acesso à cidadania, a exaltação e concretização das ideias relacionadas aos Direitos Humanos, e a consolidação do Estatuto da Criança e do Adolescente, dentre outras mudanças, os grandes jornais se viram na obrigação de acompanhar tais transformações sociais – lembrando que na época, o jornalismo era interpretado como o “espelho da realidade”- dessa maneira, as empresas de mídia criaram (ou importaram) mecanismos de “vigilância” e revigoramento, buscando dar espaço ao leitor/consumidor através de uma “arena” de colaboração. Tal conceito foi possibilitado e traduzido pela figura do mediador. Houve concomitantemente, uma necessidade crescente em melhorar a qualidade de tudo aquilo o que era produzido em termos de notícia e interesse público, garantindo maior credibilidade aos veículos.

Nasce neste contexto, o Ombudsman como ferramenta interna e há um fortalecimento da atividade da Crítica de Mídia de um modo geral. Costa (2006) conta ainda em sua obra que, originada do Sueco, a palavra designa o “advogado do leitor”, ou o “ouvidor-geral”, ou seja, um jornalista do corpus editorial de um determinado veículo cuja função encontra-se em defender e representar os interesses do leitor frente à tudo o que é noticiado em tal mídia. Em síntese, o Ombudsman avalia a produção e veiculação de conteúdo a partir dos olhos do leitor, criticando o próprio meio para o qual atua. Ele é um crítico interno.

Em paralelo à criação e consolidação do ciberespaço⁵ e a consequente migração das empresas jornalísticas (ou parte delas) para as plataformas em rede, surgem no Brasil os primeiros sites de Crítica de Mídia ainda nos anos 1990. O “Observatório da Imprensa” se consolida nesse novo e desconhecido cenário, tornando-se uma referência ainda em atividade. A prática da Crítica de Mídia (ou *Media Criticism*) ganha agora novos horizontes, apresentando um papel relevante no que concerne a missão de construir um

⁵ Ciberespaço: na definição de Pierre Lévy (2008), grande meio heterogêneo e transfronteiriço baseado na cooperação “anarquista” de milhares de centros informatizados no mundo. É a rede das redes que tem a internet como símbolo.

sentido ao caos causado pelo intenso fluxo de notícias despejados minuto a minuto nas plataformas digitais.

Com o advento da web, já explicado no prólogo, os conteúdos das velhas e novas mídias se tornaram híbridos, constituindo um novo cenário de interação entre tecnologia, indústria, mercado e público, denominado por Henry Jenkins (2015) como “Convergência Digital”. O Diretor do Programa de Estudos de Mídia Comparada do Massachusetts Institute of Technology (MIT) explica que a proposta de convergência não é essencialmente tecnológica, mas cultural. Nas palavras do próprio autor, “A convergência refere-se a um processo, não a um ponto final” (JENKINS, 2015, p. 43). Não apenas a relação entre mídias e indivíduos é modificada conforme o consumo mais complexo, mas a própria produção midiática, uma vez que o acesso à respostas do público permite que os desenvolvedores levem em consideração suas opiniões.

Será que os novos meios interativos (de caráter personalizado, sem limites de espaço, e em tempo real - como o jornalismo online) nos fazem questionar definitivamente a noção de que os mecanismos de legitimação como o Ombudsman e a Crítica de Mídia já não suprem seu papel como filtro de informação e produtor de sentido? Ou, pelo contrário, será que a avalanche de informações disponibilizadas na rede torna ainda mais necessário o trabalho de seleção, interpretação e certificação de fontes realizados pelos mesmos? Como devem atuar e, principalmente, como devem se adaptar?

Enfim, parece oportuno discutir a relevância que estas “ferramentas” jornalísticas possuem hoje para traçarmos um panorama sobre como tais atividades – essenciais ao Jornalismo, sobreviverão (ou não) na rede futuramente.

Web 2.0: a era digital e as consequentes transformações do Jornalismo

Na tentativa de compreendermos a evolução do Jornalismo na internet e todas as suas particularidades, é necessário um mergulho ao passado. Como discorre Pollyana Ferrari (2010), a internet foi concebida em 1969 quando uma organização do Departamento de Defesa norte-americano - denominada Arpa (Agência de Pesquisa e Projetos Avançados) – focada na pesquisa de informações para o serviço militar criou a *Arpanet*, uma rede nacional que garantia comunicação emergencial em caso de um ataque externo aos Estados Unidos. A autora explica ainda que, as novas redes utilizadas para a transferência de arquivos foram surgindo e passaram a oferecer acesso para outras universidades e organizações em todo o país. Enquanto o número de universidades que utilizavam o sistema

e o aumento exponencial dos investimentos se tornavam realidade, outro grupo de pesquisadores criava, concomitantemente, uma rede de abrangência mundial (e popular) que mais tarde viria a se tornar a *World Wide Web* ou a famosa “www”.

À luz dos pensamentos de Pollyana Ferrari (2010), podemos ver que no Brasil, a internet é liberada para uso comercial ainda em 1995. O primeiro site jornalístico brasileiro foi o do Jornal do Brasil, seguido pela então versão eletrônica de O Globo. Os primeiros sites de conteúdos foram criados dentro das empresas jornalísticas – estando atrelados até então aos grandes conglomerados de mídia - como parte de seus mecanismos de veiculação da notícia. O posterior (mas não tardio) surgimento dos portais gratuitos como o “Ig”, por exemplo, atuando junto à expansão da rede de telefonia fixa, contribuiu para que o número de internautas crescesse exponencialmente no país. Ferrari (2010) explica ainda que as empresas midiáticas elegeram o *portal* como modelo de veiculação de conteúdo pela web por diversos motivos, entre eles a possibilidade que a plataforma traz de reunir os leitores ditos “digitais” em grupos interessados por temas em comum, o que acarretou, posteriormente, nos detalhamentos das categorias de conteúdos que foram amplamente exploradas por *hyperlinks*⁶ que formam, na prática, as “sessões” ou as editorias do veículo online. A este respeito, a autora ainda acrescenta:

(...) Pela possibilidade de reunir milhões de pessoas conectadas ao mesmo tempo, os sites do gênero assumiram o comportamento de mídia de massa. A estruturação de um portal exige a organização dos dados e um código visual, tarefas desafiadores o suficiente para deixar de cabelo em pé qualquer jornalista sem experiência na área. (FERRARI, 2010, p.30)

Nasce então o chamado *ciberespaço*, trata-se do espaço dito “virtual” disponibilizado e possibilitado pela tecnologia, onde o potencial da nova mídia se faz presente, tornando-se instrumento essencial para atividade jornalística atual na qual o desafio encontra-se não só (mas principalmente) em três focos: baixo custo de produção, grande abrangência de temas e personificação. A nova plataforma possibilita interação de usuários que utilizam a rede em várias partes do mundo e que podem, a partir de então, conversar e interagir sobre um mesmo assunto simultaneamente. A fusão das telecomunicações junto à informática em uma indústria única de multimídias tornou-se o aspecto da chamada “revolução digital” que os estudiosos da Comunicação mencionados neste artigo tanto enfatizam devido às

⁶ O termo, cunhado em língua inglesa, refere-se aos elementos clicáveis - em forma textual ou por imagem – que levam a outras partes de uma página ou veículo propriamente dito, abrangendo os mais variáveis recursos de interpretação.

consequências que as mesmas impuseram. Nesse sentido, a “Convergência Digital” desmascara a ideia de que as transformações se encontram apenas no âmbito tecnológico, mas trata-se, sobretudo, de um fenômeno com desdobramentos político-sociais que muito dizem a respeito ao futuro das mídias, principalmente jornais e revistas.

A esse respeito, o americano Henry Jenkins (2015, p.325) escreve em “Cultura da Convergência” que para além das repercussões sociais é ainda mais necessário destacarmos os “aspectos civilizatórios” ligados ao surgimento da multimídia, expondo:

A convergência não depende de qualquer mecanismo de distribuição específico. Em vez disso, a convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos de mídia e em direção a relações cada vez mais complexas entre mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima.

Podemos entender a partir da reflexão do autor, que a evolução da web e sua difusão [também] como suporte para a comunicação acabou culminando e determinando novas formas de interação, dinamizando processos e recursos. Ou seja, novas “relações” foram se moldando durante as últimas décadas entre esses importantes atores sociais (o jornalista e o leitor/consumidor), já que a comunicação em rede possibilita ao leitor ser criador e criatura ao mesmo tempo de suas próprias narrativas, embaçando a fronteira entre esses dois elementos que encontram-se agora atuando concomitantemente no ciberespaço. Ainda em consonância com tal pensamento, podemos elucidar que as inovações tecnológicas tiveram um impacto profundo e direto no universo da Comunicação como um todo, e do jornalismo em particular, transformando para sempre o cotidiano da atividade e impondo valores próprios advindos dessa nova “cultura” digital, ou “Cultura da Convergência”.

O consumo da notícia passa a possuir, mais do que nunca, um caráter interativo. Jenkins (2015, p.327) cita ainda que “A maior mudança talvez seja a substituição do consumo individualizado e personalizado pelo consumo como prática interligada em rede”. Os websites alteraram a forma como as pessoas consomem notícias e informações – em plataformas e linguagens (ou códigos) diferentes, a partir do momento em que a era da internet ampliou o poder de narrar e se tornou um meio eficaz de influenciar o outro. Em 2010, a empresa de análise de tráfego online Sysomos⁷, realizou uma pesquisa que forneceu dados referentes ao crescimento do número de blogueiros atuando em rede: o Brasil ocupa

⁷ Fonte disponível em: < <http://colunas.revistaepocanegocios.globo.com/tecneira/2010/07/29/brasil-e-o-4%C2%BA-pais-do-mundo-em-numero-de-blogueiros/>> Acesso em 10 de jul. De 2016.

o quarto lugar no ranking. Tal realidade traduz a forma como as pessoas acessam e interagem com a informação hoje, onde as mesmas são em partes produzidas pelos próprios usuários de forma participativa/colaborativa. Além disso, as novas plataformas possibilitam (ainda) maior proximidade com o leitor ao modificarem a escrita jornalística. Nesse contexto, Mauro de Souza Ventura (2011, p.54) escreve:

A internet com a web 2.0, portanto, é uma mídia interativa que modificou a relação entre fonte emissora e receptora da informação, por ter aumentado a oferta da mercadoria informação, mesmo a públicos-alvo específicos.

O autor explica que o conceito de web 2.0 foi criado pela empresa americana *O'Reilly Media* em 2004, e refere-se à segunda geração (pós web 1.0) de comunidades e serviços oferecidos na internet através de aplicativos baseados em redes sociais e tecnologia da informação (TI). A expressão não se refere, no entanto, à atualização nas especificações técnicas, mas sobre como as mesmas são notadas pelos usuários. O que traduz a ideia da web 2.0 é um ambiente online mais dinâmico, que possibilita que seus usuários colaborem com a organização e produção do conteúdo ali veiculados.

Dentro do universo em rede, alimentar narrativas ficcionais ou traduzir o fato por meio da notícia torna-se uma tentativa de informar dialogicamente uma audiência, ou um público-leitor, que não mais aceita ser sujeito passivo de uma informação dita “linear”, mas atores não propriamente jornalísticos que agem dentro de uma mesma esfera. Como consequência das infinitas possibilidades proporcionadas pelo jornalismo online, o impresso no Brasil sofreu profundos impactos. Nos últimos seis anos por exemplo, oito jornais relevantes foram fechados ou perderam suas versões impressas. De acordo com o projeto Inter-Meios⁸, a receita do meio sofreu uma queda de 11,6% na comparação entre 2013 e 2014. Torna-se possível notarmos então que as possibilidades de poder – aqui retratadas como o ato de informar e deter a informação, estão perdendo centralidade⁹, demonstrando assim, uma das facetas do jornalismo atuando em plataforma online.

Nesse sentido, a figura do jornalista e sua “função social” é colocada em xeque pelo advento da web, visto que as novas tecnologias de informação ampliam as possibilidades de interação e publicação, permitindo que qualquer usuário minimamente capacitado se torne um polo emissor, sem que haja, necessariamente, a mediação jornalística. Novas funções

⁸ Fonte disponível em: < <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2015/07/15/brasil-perdeu-oito-jornais-em-6-anos.html> > Acesso em: 07 de jun. de 2016.

⁹ Jenkins (2010) explica que a chamada “nova mídia” opera sob princípios distintos daqueles que regiam a radiodifusão ou o impresso. Agora, acesso, participação, reciprocidade e comunicação ponto a ponto, em vez de um-para-muitos. Em vista de tais princípios é possível antecipar que a democracia digital será descentralizada.

devem ser resignadas para que o jornalismo sobreviva, ao passo que novas habilidades também foram surgindo: a possibilidade de utilizar diferentes métodos para inteirar-se dos fatos, transmitir informações e manipular dados. A este respeito, Ventura escreve que “(...) não basta mais só atraí-lo [o leitor], mas também conquistá-lo e fidelizá-lo em interações constantes” (2011, p. 59). Podemos informar a respeito desse ponto específico, que no Brasil, vem ocorrendo um aumento da circulação de conteúdo jornalístico online na comparação com os jornais impressos. Em pesquisa divulgada pelo Instituto Verificador de Informação (IVC) em 2015, a média diária de circulação digital do jornal Folha de S. Paulo correspondia a cerca de um terço da média mensal de circulação impressa desse mesmo veículo. Tal “migração” se dá justamente por conta das múltiplas possibilidades que a internet proporciona ao leitor: explorar, compor, recuperar, acessar e interagir com as narrativas de forma customizada. Ou seja, a forma como os usuários utilizam os meios hoje, diz muito a respeito da consolidação que o jornalismo na web vem adquirindo no Brasil.

A atuação do ofício na web

Como consequência da atuação dos sites de notícia no contexto digital, os ofícios da Crítica de Mídia e do Ombudsman adquirem agora novo caráter, procurando corresponder as expectativas e necessidades do leitor. Conforme elucidam Cruz Álvarez e Sánchez Marrón (2011, p. 374), a própria profissão jornalística precisa se adaptar a esse novo cenário da Comunicação, marcado pela “descentralização do poder midiático” e “emergência de manifestações não hegemônicas”.

Apesar da fundamental importância dos mecanismos de vigilância, essa “ migração” do impresso para a web não ocorreu de forma regular no caso do Ombudsman. Os únicos veículos brasileiros que ainda fazem uso de tal ferramenta (no caso o jornal Folha de S. Paulo e O Povo) não modificaram seu modo de atuação propriamente dito ao publicarem na rede - como foi possível constatar a partir de uma análise dos conteúdos disponíveis em seus respectivos websites - funcionando então, como mera extensão das publicações no impresso. Os sites iG e Uol adotaram a ideia na tentativa de adquirir, e posteriormente consolidar, uma instância institucional de defesa dos internautas. No entanto, ambos os canais atuaram por menos de um ano devido às necessidades de cortar custos, conforme mencionado pelo Jornalista Caio Túlio Costa (2016) em entrevista concedida à monografia *A Crítica de Mídia e o papel do Ombudsman na Era Digital*¹⁰. Nesse sentido, cabe

¹⁰ Trabalho de Conclusão de Curso da autora deste artigo. Disponível em:< <http://tede.mackenzie.br/jspui/>> .

mencionar a necessidade intrínseca de uma auto-crítica por parte dos veículos que seja mais eficiente na prática.

Ao passo que o Ombudsman trabalha como crítico especializado representando o leitor com poucas modificações efetivas no que diz respeito as mudanças impostas pela internet, os canais de Crítica de Mídia, representados pelos “Observatórios”, atuam hoje como espaços ainda mais amplos para discussões que avaliam condutas e/ ou possíveis polêmicas instauradas sobre determinadas coberturas e matérias - tendo como principal ferramenta a capacidade de articulação com a sociedade civil, também gozam de efetiva autonomia em relação as instituições públicas e privadas. A Crítica de Mídia busca (também) considerar o papel político dos meios de Comunicação, fazendo da web seu principal facilitador de atuação. Em entrevista concedida à mesma monografia citada anteriormente, Rogério Christofolletti (2016), estudioso de Crítica de Mídia e autor de inúmeros artigos publicados no “Observatório da Imprensa” a respeito da temática, comenta os desafios do ofício na web:

São diversos. Um deles é dar conta da multiplicidade de canais informativos e ainda tentar acompanhar a velocidade dos fluxos de informação. Por outro lado, os meios digitais também contribuem para a crítica de mídia na medida em que permitem o surgimento e manutenção de canais para esse exercício de crítica. Com isso, qualquer um pode ter seu blog sobre crítica de mídia ou analisar os meios em suas redes sociais...

Em suma, a comunicação funciona hoje com uma participação bem mais intensa e efetiva daquelas que a consomem, cobrando que os profissionais jornalistas tenham uma “responsabilidade” muito mais abrangente: além de transmitir um fato, deve produzir também um marco interpretativo para toda essa narrativa fragmentada, que parte concomitantemente do polo gerador e do polo receptor, ou seja, a função do jornalista torna-se imprescindível no sentido de evitar uma “sobrecarga informacional” a partir do gerenciamento do conteúdo noticioso disponível em rede. Há ainda, a mediação urgente e necessária entre o fato e a versão que se faz dele.

Os impactos da internet no jornalismo trouxeram alterações no diz respeito ao próprio mecanismo “interno” de ação e atuação do ofício: o nascimento das edições online incorporou a multimídia na notícia, modificou a escrita jornalística, possibilitou o aparecimento de novos públicos e uma intensa participação do leitor/consumidor, sem esquecer de mencionar ainda os imensos desafios impostos pela velocidade de propagação da notícia bem como a necessidade intrínseca de alimentar esse fluxo minuto a minuto.

Desta forma, os mecanismos de obtenção de informações, pesquisas referentes a determinados assuntos, os contatos com as fontes, o trabalho com novas ferramentas (como o já mencionado *hyperlink*), ou seja, as rotinas de produção de um modo geral, ilustram como se dá o cotidiano jornalístico na web.

Os recentes questionamentos provenientes do uso que se faz das novas tecnologias digitais (tanto por parcela da comunidade jornalística como pelos leitores de uma forma geral) são, por fim, tão atuais quanto necessárias por exigirem um olhar crítico sobre normas de conduta e os preceitos considerados válidos para a atividade, valores que nos permitem aperfeiçoar o jornalismo e sua ética profissional.

Considerações Finais

No Brasil, pesquisas que tratam a temática dos impactos das novas tecnologias sobre os cargos jornalísticos, aqui em particular o Ombudsman e a Crítica de Mídia, ainda são incipientes. Neste sentido, o artigo apresentado tem a intenção de contribuir com as discussões existentes dentro das esferas acadêmicas que trazem o debate a tona. É notório e consensual que a ausência de cargos de Ombudsman é marcada como um traço negativo para a instância jornalística como um todo, além da falta de um “legado social” proporcionado pelo mesmo. Entretanto, esse cenário tende a se modificar rapidamente, tendo em vista que muitos jornais impressos, revistas, emissoras de rádio e televisão, assessorias de imprensa, dentre outros, migraram para a web e fazem agora uso da mesma como plataforma de apoio e/ou complemento para a capacitação e difusão de informações.

Esta realidade inaugurou novos caminhos de comunicação com o público. Neste sentido, sendo o repórter é a figura mais importante do jornal, sua atuação vem passando por uma revolução cujas consequências iminentes se traduzem, entre outros aspectos, na necessidade de adaptação e reinvenção de suas habilidades dentro do contexto digital.

Podemos concluir que: primeiramente há uma evidente e crescente necessidade de readaptação à nova conjuntura colocada em rede. Em segundo lugar, se faz necessária também, a sobrevivência dos mecanismos de vigilância e monitoramento (ou autocrítica, mais propriamente dita) dentro deste ambiente tão difuso e caótico que é hoje a web, como uma tentativa de garantir a qualidade e a credibilidade dos meios de comunicação, além de sua inegável contribuição para o fortalecimento de uma cultura cidadã mais democrática e participativa.

Os meios de comunicação – junto aos seus consumidores, hoje operam a caminho de uma cultura mais participativa, mas não há ainda um consenso sobre as condições nas quais tal participação se dá. É então nesse ponto que encontramos o maior desafio do jornalismo hoje, é justamente nesta “etapa” que se traduz a necessidade de adaptação, devido a inegável vulnerabilidade do jornalista frente ao imenso aumento dos canais de Comunicação nos últimos anos.

Em outras palavras, a mídia deve promover o engajamento e não mais abrir concessões a sua audiência. O livre fluxo da informação, a liberdade de escolha dentro de um universo tão amplo e a livre iniciativa em produzir e consumir notícias devem caminhar no sentido de um alcançarmos um desenvolvimento e uma prosperidade social mais amplos, deixando que o jornalismo cumpra seu papel primordial no que tange ao aprimoramento do processo civilizatório e na concretização de uma sociedade mais justa, livre e independente.

Mario Vargas Llosa (2013, p.47 - 48), vencedor do Nobel, evidencia a crítica ao caráter vazio da notícia e suas frivolidades nos dias atuais quando escreve:

Porque umas consequências de transformar o entretenimento e a diversão em valor supremo de uma época é que, no campo da informação, isso também vai produzindo, imperceptivelmente, uma perturbação subliminar das prioridades: as notícias passam a ser importantes ou secundárias sobretudo, e às vezes exclusivamente, não tanto por sua significação econômica, política, cultural e social, quanto por seu caráter novidadeiro, surpreendente, insólito, escandaloso e espetacular. Sem que isso tenha sido pro proposto, o jornalismo de nossos dias, acompanhando o preceito cultural imperante, procura entreter e divertir informando; assim, graças a essa sutil deformação de seus objetivos tradicionais, o resultado inevitável é fomentar uma imprensa também *light*, leve, amena, superficial e divertida, que nos casos extremos, se não tiver à mão informações dessa índole para passar, as fabricará por conta própria.

A internet de fato restaura a escrita, a leitura e a crítica como atividades centrais da nossa cultura, tornando iminentemente necessária as discussões sobre o futuro da rede ao lembrarmos que a geração contemporânea vive a maior expansão da capacidade expressiva da história da humanidade. No entanto, a vigília se faz necessária no sentido que estamos perdendo tais nuances e superficializando conteúdos – tal fato se dá pela velocidade que as informações se propagam na era digital.

Em relação a necessidade da crítica e da vigilância sobre a multiplicidade da informação e do fazer jornalístico na “Civilização do Espetáculo”, Llosa (2013, p.121) complementa:

O avanço da tecnologia audiovisual e dos meios de comunicação, que serve para contrapor-se aos sistemas de censura e controle nas sociedades autoritárias deveria ter aperfeiçoado a democracia e incentivado a participação na vida pública. Mas teve efeito contrário, porque em muitos casos a função crítica do jornalismo foi distorcida pela frivolidade e pela avidez de diversão da cultura reinante.

Se avaliássemos a tempo a importância do que está em jogo, a rede poderia ver vista como nova forma de renovar profundamente as formas do laço social proporcionadas pela atividade jornalística. Em tempo, ainda nos cabe a reflexão: a partir do momento em que os indivíduos ganham autonomia e certo “poder” ao fazer uso da internet, a imprensa passa a perder sua influência? E caso essa possível descentralização em curso se concretize, como esse fator favorece a democracia de uma forma geral?

Tais questões fortalecem o papel e a importância da atividade jornalística nos dias atuais e demonstram em que sentido ela deverá caminhar: primeiramente podemos citar a função de curadoria, ou seja, interpretação e análise dos fatos - não só a distribuição e veiculação da notícia propriamente dita, que agora já não são suficientes para suprir as necessidades dos leitores/colaboradores dentro da sociedade midiaticizada e altamente complexa - que se faz agora mais importante do que nunca; Em segundo lugar, não menos importante, encontra-se a necessidade do dever cívico de trazer informações úteis aos cidadãos. Nessa perspectiva, questionar, confrontar e principalmente, apresentar novas formas de atuação que forcem um reposicionamento dos atores parecem ser atitudes acertadas diante de um cenário tão indeterminado e com amplas possibilidades. Como bem disse Jenkins (2015, p. 236), “Nenhum de nós sabe realmente como viver nesta época de convergência das mídias, inteligência coletiva e cultura participativa”.

Como conclusão deste artigo, é possível notar que os mecanismos de vigilância ditos “convencionais” – melhor dizendo, Ombudsmans e Críticos de Mídia - sobrevivem na era digital e preenchem ainda a lacuna de uma análise qualificada, crítica e atenta as necessidades dos cidadãos internautas. Ou seja, a atividade da Crítica de Mídia se fortalece, pois se dissemina de forma abrangente e efetiva, permitindo que outros atores (não jornalísticos) sejam atraídos para a arena de debates. Há ainda a possibilidade de uma interpretação mais pessimista no que tange a realidade imposta pela web: que a crítica se

banalize, se torne frágil e vazia – como na visão de Mario Llosa, por exemplo. Mas cabe lembrar sempre que a importância em democratizar oportunidades para valorizar a meritocracia e universalizar condições (dos mais variados caracteres) já foi motivo de receio e diferentes reações em outras ocasiões do curso da humanidade.

Referências

CHRISTOFOLETTI, R (Org.). **Vitrine e vidraça: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo**. Livros LabCom, 2010. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20101103-christofoletti_vitrine_2010.pdf>.

COSTA, C. **Ombudsman: relógio de Pascal**. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

CRUZ ÁLVAREZ, J; SÁNCHEZ MARRÓN, A. WikiLeaks y la ética del nuevo periodismo: origen, desarrollo, consecuencias éticas y perspectivas de un nuevo modelo de periodismo cibernético. In: VILLEGAS, Juan Carlos Suárez. **La ética de la comunicación a comienzo del siglo XXI** – Livro de Actas I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación. Primer Jornada de Jóvenes Investigadores del I Congreso Internacional de Ética Periodística a Principios del Siglo XXI. Sevilla, España: Universidad de Sevilla, Facultad de Comunicación, 29, 30 y 31 de marzo de 2011.

FERRARI, P. **Jornalismo Digital**. 4^a.ed. São Paulo: Contexto, 2010.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2015.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Folha de São Paulo, 2015.

_____. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 2008.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. 10. ed. São Paulo: Brasiliense, 2000.

TAPSCOTT, D; WILLIAMS, A. **Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

VARGAS LLOSA, M. **A Civilização do Espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura**. 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

VENTURA, M. **Processos midiáticos e produção de sentido**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011.