

Práticas de Jornalismo Amador em Plataformas Interativas: uma revisão bibliográfica¹

Claudia RODRIGUES²

Leonel AGUIAR³

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

A proposta deste artigo é fazer uma revisão bibliográfica das nomenclaturas que definem as práticas jornalísticas que não são realizadas pelo jornalista profissional. Aborda a gênese da *new media* impulsionada pela interatividade e facilidade de se expressar em rede através de plataformas livres e colaborativas que transformam cidadãos em produtores de notícia. Recorre à nomenclatura já cunhada “jornalismo amador” para englobar e, em seguida, discriminar todas as vertentes da mídia digital que se descolam ou não do *mainstream* jornalístico. Discorre sobre singularidades e implicações dessas práticas jornalísticas e os processos de apropriação dessas produções pelas empresas jornalísticas.

Palavras-chave: teorias do jornalismo; jornalismo amador; interatividade; mídia digital; narrativa.

Introdução

A liberdade de criar e publicar na Internet, aliada à interatividade permitida pela web 2.0, impulsionou novas formas de comunicação que extrapolam a esfera das grandes corporações midiáticas ou são por estas apropriadas. Vídeos publicados no *You Tube* e fotos enviadas pelo *Whatsapp* constituem, hoje, parte do material jornalístico veiculado pelas empresas jornalísticas. Além disso, parcela significativa dos materiais informativos feitos por pessoas que estavam presentes em acontecimentos dramáticos são transmitidos diretamente pela Internet, como aconteceu em episódios como a queda das torres gêmeas do *World Trade Center*, o furacão Katrina, a tsunami na Indonésia ou o terremoto em Fukushima, no Japão. Largamente noticiado por testemunhas, essas tragédias transformaram a *web* em fonte de informação: os 20 vídeos mais assistidos tiveram uma audiência de 96 milhões de pessoas e a maioria destas imagens não foi captada por jornalistas profissionais⁴.

¹Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em

² Mestranda do Programa do PPG em Comunicação da PUC-Rio, email: claudia63@gmail.com

³ Doutor em Comunicação (UFRJ) e professor do PPG em Comunicação da PUC-Rio, email: laaguiar@uol.com.br

⁴ Informação do *PEW Research Center*. Disponível em <http://www.journalism.org/2012/07/16/youtube-news/>. Acesso em 08/07/2015.

Nas jornadas de junho de 2013 – os protestos que varreram várias cidades do Brasil –, a cobertura pode ser acompanhada também através do aplicativo *twitcasting* usado por ativistas que foram para as ruas fazer transmissões em tempo real. Bastou a vontade de se expressar, um celular na mão com acesso 3G e a conexão naquela plataforma para que dezenas de cidadãos se transformassem em produtores de informação. A entrada em ação, durante as manifestações, de colaboradores do coletivo midiativista Mídia Ninja – responsável por popularizar o *twitcasting* no Brasil – elevou para 300 mil o pico de visualizações do programa japonês. Algumas imagens foram aproveitadas pelas emissoras de TV.

Como observa o pesquisador americano Henry Jenkins “graças à proliferação e à portabilidade da informática e de telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídia em todos os lugares” (JENKINS, 2008, p. 43). Fundador do grupo de pesquisa “Estudos de Mídia Comparada” do MIT, Jenkins demonstra que “novas” e “velhas” mídias “colidem”, criando convergência. A produção de notícias se cruza com a recepção e, em face da replicabilidade nas redes, o alcance da informação é imprevisível.

O atravessamento do noticiário pela participação do leitor ou da audiência é um fenômeno que acontece antes mesmo da era digital. O célebre vídeo que mostra o assassinato do presidente John Kennedy, em 1963, foi feito por alguém que estava na “plateia”. O advento da Internet facilitou essa aproximação. Os e-mails conectam produtores e receptores (dinâmica que antes ficava restrita à seção de cartas e ligações telefônicas). A possibilidade de participação na elaboração da notícia gerou o termo “*prosumer*” – que funde o polo produtor da informação com o consumidor (BRUNS, 2005).

Dentro do campo aberto pela Comunicação Mediada por Computador (CMC), o jornalismo praticado pelo cidadão vai desde uma simples colaboração ao protagonismo da produção de informação. Dan Gilmor, autor do livro “*We The Media*”, alerta para o fato de que nem toda mídia cidadã faz jornalismo cidadão. São estas singularidades entre as práticas adotadas na *web* que resultam em uma proliferação de rótulos. O leque de denominações engloba jornalismo participativo, jornalismo público, jornalismo cívico, mídia tática ou radical, jornalismo *open source* ou colaborativo e midialivrismo (que deriva do ativismo digital).

A partir desta plêiade de definições, Aguiar e Barsotti (2011) entendem que o termo “jornalista amador” pode definir a produção de conteúdo por quem não é profissional e

evocam as teorizações de Néelson Traquina (2013) no que tange “a cultura profissional enquanto atributo principal de uma profissão” (AGUIAR; BARSOTTI, 2011, p.2).

As notícias são recolhidas e escritas por pessoas cuja ocupação [...] consiste em recolher e escrever notícias. Pode assim dizer-se que os repórteres são especialistas – membros de uma comunidade jornalística que tem as suas tradições, preocupações e formas de fazer as coisas distintas. Inevitavelmente, as notícias refletem o *ethos* especializado da comunidade jornalística e são modeladas pelas suas estruturas e processos mesmo que a intenção das notícias seja falar sobre, e englobar as preocupações gerais do cidadão comum (TRAQUINA, 2013, p.23).

Aguiar e Barsotti destacam que a polifonia de narrativas produzidas pelos amadores pressupõe “produções de sentido sobre a realidade social em disputa nas democracias pelos seus segmentos politicamente organizados” (2011, p. 14). Também questionam até onde estas narrativas conseguem explorar “as brechas do dispositivo midiático” (ibidem).

Partindo da genealogia do jornalismo feito pelo *amateur*, propomos realizar uma revisão bibliográfica a fim de observar as nuances, semelhanças, diferenças e gêneses nas nomenclaturas cunhadas. Além disso, pretendemos aprofundar o tema do jornalismo amador considerando as implicações da atuação do cidadão em ambientes interativos sob a luz das teorias do jornalismo.

Genealogia: dos blogs à comunicação *peer-to-peer*

A evolução da blogosfera funcionou como formador de uma cultura de protagonismo e fonte descentralizada de informação. Essa prática se fortaleceu com os vídeos do *You Tube*, canal lançado em 2005, e se consolida no Facebook, plataforma interativa com mais de 1,4 bilhões de usuários, dos quais 89 milhões no Brasil⁵. Jenkins recorre à historiadora Lisa Gitelman para preconizar que um meio de comunicação é “um conjunto de ‘protocolos’ associados à práticas sociais e culturais que cresceram em torno dessa tecnologia” (JENKINS, 2006, p.41). Essa visão explica a subversão no uso tecnológico de programas e dispositivos.

Neste sentido, o surgimento de programas de compartilhamento de arquivos em *peer-to-peer* – como Napster, Gnutella, KaZaa – incorreu em novos modelos de distribuição e redes de cooperação e autoria (HOLANDA, 2007; MARTINS, 2014). P2P é

⁵ Informação disponível em <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/08/22/Facebook-tem-89-milhoes-de-usuarios-no-Brasil.html>. Acesso em 05/07/2015

um sistema que permite que os usuários interajam diretamente sem a intervenção forte de um intermediário, é a comunicação horizontal, descentralizada em um esquema muitos-muitos (BRUNS, 2003, P.2) . Bruns define veículos *peer-to-peer* como páginas “que facilitam a troca de informação e opinião entre seus usuários, geralmente com mínimo ou nenhuma interferência do site” (BRUNS, p 2003, p.2).

Da equalização de papéis de emissor e receptor resultaria um modelo de trocas bidirecionais e igualitárias entre pares conectados pelas redes telemáticas. Por esta razão, o jornalismo de fonte aberta vem sendo chamado também de jornalismo P2P (BRUNS, 2003; PALACIOS, 2003) em referencia à arquitetura de redes *peer-to-peer*. (HOLANDA, p.61)

O termo jornalismo de fonte aberta foi assim classificado por influência dos *softwares* livres ou *open source* que são disponibilizados sem custo na rede e podem ser modificados porque contém códigos abertos, ou seja, permitem o modelo colaborativo de produção baseado em interações. Brambilla salienta que a aplicação deste conceito gerou a nomenclatura jornalismo *open source* em que as notícias “passam a ser produto de domínio público, tanto na sua elaboração quanto na sua fruição” (BRAMBILLA, 2005a, P.10)

“Você tem uma notícia. Publique seu artigo”, incita o site francês *AgoraVox – Le Media Citoyen*⁶, lançado em 2005. Na origem destas “redes informais de notícias” (MATHESON, 2004, 444), estão o *Slashdot*, site de notícias sobre tecnologia criado em 1997, e o *Independent Media Center (IMC)*, que surgiu em 1999. O premiado *Global Voices*, em dez anos de existência já publicou 88 mil artigos de jornalistas independentes, ativistas, e mídias sociais parceiras e ainda presta ajuda legal. No Brasil, podemos citar como exemplo o site Overmundo – página colaborativa que se propõe a divulgar a cultura brasileira.

O *IMC* despontou ao mostrar a violência policial contra ativistas na contramão da grande imprensa durante o encontro da Organização Mundial do Comércio (OMC), em Seattle, em 1999. “Criar relatos radicais, precisos e apaixonados da verdade”, é sua proposta. A medida do sucesso da cobertura do *IMC* foi a migração do noticiário sobre globalização das páginas de economia para as manchetes principais na grande imprensa, observa Graham Meikle. O *IMC* hoje se espalha por 53 países europeus, 19 na América Latina (incluindo Brasil), nove na Oceania, um no Sul da Índia, quatro no Oeste da Ásia e 52 estados americanos, em páginas que mantêm particularidades (MEIKLE, 2002).

⁶ A Mídia Cidadã. Acesso em <http://www.agoravox.fr/qui-sommes-nous/>. Acesso em 11/07/2015

No Brasil, multiplicaram-se as mídias de cidadãos ativistas especialmente depois das jornadas de junho de 2013 e dos confrontos entre policiais e manifestantes. Grande parte destes coletivos propaga informações em perfis no Facebook mas alguns também têm páginas na Internet como os coletivos Mídia Ninja, Carranca, Mariachi e Jornalistas Livres – que arrecadou, em recente campanha de *crowdfunding* para manter o projeto vivo, R\$ 100 mil de apoiadores⁷.

Como Bruns observa, a ideia de cidadãos ativos nos sites de notícias coloca em cheque a autoridade da grande mídia. A filosofia *D.I.Y.* – *Do it Yourself* ou Faça você Mesmo – está nos slogans “*Don’t hate the media, be the media*”⁸, do IMC e “todo cidadão é um repórter”, do site *OhmyNews* – empresa conduzida por jornalistas que abre espaço para participação do público – os *netizens*⁹. A legitimidade e credibilidade que fazem parte dos códigos deontológicos dos profissionais jornalistas são suplantadas pela disseminação de informação. “Os cidadãos intervêm para cobrir o vazio que acreditam ter sido negligenciado pela imprensa”, atesta (BRUNS, 2005, p.105). Bruns cita Bowman e Willis para explicitar que “a mídia perde o monopólio como cão de guarda” (Ibidem).

Brambilla situa o surgimento do site *OhmyNews* como demarcador das progressivas investidas da mídia *mainstream* em programas de jornalismo colaborativo ou participativo tanto no exterior (por exemplo, BBC e New York Times, que possui a página *The Local*¹⁰) como no Brasil (Terra, G1, Estadão, O Globo, Extra). Colunas como “Eu Repórter”, lançada pelo O Globo em 2006, inspiraram editorias semelhantes nos jornais Extra, O Dia e Zero Hora (BRAMBILLA, 2013a). O *whatsapp* tornou-se outra ferramenta nas mãos dos leitores que podem coproduzir notícias em jornais como Extra e O Globo. Na mídia tradicional, este material amador é filtrado e editado. Nas páginas independentes pode não haver esta mediação, como é o caso do Overmundo.

A participação do cidadão na produção de notícias revelou-se um negócio lucrativo. O *Patch.com* foi comprado pela AOL por R\$ 7 milhões em 2009 com intenção de expandir a veiculação de notícias hiperlocais. No mesmo ano, a MSNBC (*joint venture* entre NBC e Microsoft) decidiu adquirir o site Everyblock (*All the news and talk in your neighborhood*.

⁷ Nem sempre as contribuições são pagas. No site *OhmyNews*, o *cybercash* oscilava entre US\$ de 2,00 a US\$ 20,00 por artigo e o saque só podia ser efetuado quando a quantia atingisse US\$ 50,00, informa Aguiar e Barsotti, citando Brambilla, (2006,p.36). A ausência de pagamento é um fator que gera críticas e o apelido de “exploração 2.0” para o universo do trabalho colaborativo na web.

⁸ “Não odeie a mídia. Seja a mídia”.

⁹ O termo *netizens* mistura *net* à palavra *citizens*.

¹⁰ Acesso em <http://www.nytimes.com/marketing/thelocal/>

*Finally in one place*¹¹) que sobrevive com o auxílio de colaboradores apesar de contar com uma equipe de jornalistas (AGUIAR; BARSOTTI, 2011, p.4).

A abertura da grande mídia à participação do público já não é considerada mais uma escolha e impõe nova postura àqueles que estão nas redações tradicionais decidindo o noticiário (BRAMBILLA, 2013a). O fundador do site *OhmyNews* expõe a aparente fragilidade a que está exposta a profissão do jornalista nos tempos atuais. Para o jornalista Oh Yeon Ho, “repórter é aquele que tem a notícia e que tenta informar os outros”. A afirmativa do sul-coreano nos remete ao conceito do que é notícia que está totalmente imbricado com a práxis do jornalismo apoiada em conceitos como *agenda setting*, valores notícia e critérios de noticiabilidade; e é definida pelos paradigmas da neutralidade e objetividade. (WOLF, 1999; TRAQUINA, 2013).

Mas a concepção de Matthew Arnison, um dos fundadores do *IMC*, ilustra esta visão empoderada adotada por leitores/cidadãos. Mais do que se infiltrar no *mainstream*, o objetivo declarado do *IndyMedia* é promover acesso e visibilidade às causas cidadãs. “A partir deste modelo comunicacional, o conceito tradicional de audiência é refutado, desafiando o leitor/escritor a chegar a suas próprias conclusões vasculhando diversas gamas de estórias” (BRUNS, 2005, p.73-74). Ou, como vimos, tomando as rédeas do processo.

Revisão bibliográfica

São diferentes abordagens, objetivos e práticas que resultam em nomenclaturas singulares. Algumas soam muito similares mas apresentam pequenas particularidades. Os termos não definem, *per se*, aspectos sobre o nível de liberdade e autonomia concedidos aos leitores/cidadãos/repórteres, aspectos estes que vamos abordar nesta revisão bibliográfica que incluirá os seguintes rótulos: jornalismo *open source* ou colaborativo, jornalismo cidadão (o *citizen journalism*); jornalismo participativo, jornalismo *grassroots*, mídia tática (ou radical), jornalismo público ou cívico e midiativismo ou midialivrismo.

Aguiar e Barsotti propõem que todos estes rótulos acima podem ser englobados na definição “jornalismo amador” e destacam que não são práticas¹² restritas a ambientes digitais, uma vez que adotadas em impressos e TVs. Amador é “aquele que se dedica a uma arte ou um ofício por gosto ou curiosidade, não por profissão”, de acordo com o

¹¹ “Todas as notícias sobre seu bairro. Em apenas um local”. Retirado da página <https://www.everyblock.com/> Acesso em 14/07/2015.

dicionário Houaiss de Língua Portuguesa (AGUIAR, BARSOTTI, 2011, p.12). Outra definição empregada é “quem entende superficialmente de algum assunto ou atividade” (Ibidem, p.12). Os autores procuram separar o amador daquele que desempenha a prática enquanto profissão.

Pelas perspectivas das teorias do jornalismo, os integrantes de uma profissão desenvolvem um *ethos* próprio. Desse conjunto de valores e normas deontológicas da cultura profissional dos jornalistas, podemos destacar: a independência e a autonomia dos profissionais em relação aos outros atores sociais; a associação histórica entre jornalismo, a liberdade e a construção da verdade; a objetividade jornalística enquanto procedimento estratégico de produção da informação que visa assegurar a credibilidade epistemológica e a legitimidade social dessa comunidade interpretativa conquistadas perante a sociedade. (AGUIAR, BARSOTTI, 2011, p. 13)

A característica básica do jornalismo *open source* (inspirado nos softwares livres de código aberto) é a permissão que qualquer um publique; “retirar qualquer vestígio de privilégio dos editores no processo de elaboração das notícias” (BRUNS, 2005, p.63) Como definem Foschini e Taddei, é “um estilo de jornalismo feito em sites *wiki*, que permitem a qualquer internauta alterar o conteúdo de uma página” (FOSCHINI;TADDEI, 2006, p. 19). Esta liberdade é permitida em sites como *wikipedia*, *wikinews* mas não predomina em grande parte das iniciativas consideradas *open source* como os sites *OhmyNews*, *IMC* e *Slashdot* ou Mídia Ninja.

Holanda considera que o jornalismo *open source* é a vertente radical do jornalismo colaborativo pois centraliza a produção de conteúdo nas contribuições do público. Foschini e Taddei reforçam esta ideia isolando o jornalismo colaborativo como aquele onde “mais de uma pessoa contribui para o resultado final do que é publicado” – o que pode incluir texto, foto ou vídeo. Brambilla, no entanto, não entende que a moderação esvazie o caráter *open source* de páginas como *OhmyNews*. Gillmor opta por um conceito mais filosófico: o gênero *open source* se distingue menos como um discurso; mais como um diálogo não restrito ao jornalistas, “mas permeado por intervenções de leigos”. (BRAMBILLA, 2005b, P.104)

Brambilla pontua que a intervenção do editor legitima o veículo “sem deixar os interagentes sem voz” (2006c, p. 72). Mesmo com a moderação, Gillmor assinala que o diferencial do *OhmyNews* era a facilidade de publicar. No entanto, o site com sede em Seul (que em 2004 ganhou a versão em inglês *OhmyNews International* devido ao sucesso),

decidiu mudar sua política, em 2010, porque não conseguia realizar a checagem, um de seus “princípios”¹³. A equipe de 52 jornalistas que produzem *hard news*, e cuidava da filtragem, sucumbiu ao volume médio de 225 matérias enviadas por mais de 70 mil cidadãos de diversos países.

O *Slashdot* funciona como site *gatewatching* (publica notícias e compila material relevante de outras páginas) e fórum de discussão onde todos os comentários, réplicas e tréplicas são publicados a partir de moderação randômica. O sistema escolhe, de forma aleatória, participantes mais assíduos para realizarem a mediação durante três dias. (MARTINS, 2006). Por ter consciência do risco de desinformação e manipulação, os criadores do *AgoraVox* trabalham com um comitê editorial que filtra as notícias e seleciona artigos atuais, pertinentes e originais (HOLANDA, 2007, p.45)

Por esta razão, uma das principais preocupações que motivam a tentativa de estabelecer que papéis e poderes os usuários ocupam em relação aos responsáveis diretos pela manutenção destes sites é justamente definir a cargo de quem, com que poderes, e de que forma se exerce esta filtragem nos veículos de fonte aberta. (HOLANDA, 2007, p. 61)

Se a postagem livre de comentários, como ocorre no site *Slashdot*, configura prática colaborativa (BRUNS; MARTINS) para Foschini e Taddei este recurso é característico do jornalismo participativo que acontece depois da publicação da notícia. “Os comentários dos leitores somam-se aos artigos formando um conjunto novo”, explicam os autores. E esse resultado permite, portanto, a efetiva participação do público. Os comentários, na visão de um usuário citado por Bruns “fornecem *insights* muito mais interessantes que o artigo original em si e fazendo mídia estes *producers* dão sentido ao que a mídia veicula” (BRUNS, 2005 ,p. 54).

Jornalismo participativo e jornalismo cidadão são termos que se confundem quando jornais e emissoras estimulam a participação de seus leitores a partir do envio de fotos, vídeos e informação. O jornal O Globo chama de “coprodutores da notícia”¹⁴ aqueles que enviam material através do aplicativo *whatsapp*. Mas quando a participação se transforma em jornalismo, questiona Bruns, para logo em seguida responder

¹³ Disponível em <http://www.digitaljournal.com/article/295823>. Acesso em 14/07/2015.

¹⁴ Disponível em <http://oglobo.globo.com/rio/whatsapp-do-globo-transforma-leitores-em-coprodutores-da-noticia-15849641>. Acesso em 14/07/2015

[...] como Rushkoff escreve ‘interatividade, tanto como alegoria de um relacionamento mais saudável quanto como efetiva tecnologia de autoria amplamente acessível, reduz nossa dependência em narrativas fixas dando-nos as ferramentas e coragem para desenvolver narrativas juntos. (BRUNS, 2005, p. 120)

Um bom exemplo foi a matéria publicada no jornal “O Globo”, sobre jovens moradores de Quintino, Zona Norte do Rio, que criaram carregador de celular alimentado com energia do movimento das pernas. A reportagem foi feita a partir de informação enviada pelos rapazes para o *whatsapp* do jornal¹⁵. Mas cabe ressaltar que pautas desse gênero sempre chegaram ao jornal através de cartas e ligações e, posteriormente, via email. A tecnologia facilitou e, conseqüentemente, estimulou a interação, a participação e maior influência na agenda das emissoras.

No lugar de uma sequência de etapas contidas em modelos clássicos que contemplava uma etapa sobre a outra, de modo consecutivo (pauta, apuração, consolidação, produção e distribuição de conteúdos), temos um processo onde estas categorias permanecem, mas podem ser contempladas como em permanente jogo circunstancial podendo interferir e condicionarem-se mutuamente. (PALACIOS; NOCI, 2008, p. 64)

Na tentativa de precisar o que é jornalismo participativo esbarramos em mais uma confluência ao evocar a descrição de Bowman e Willis (2003, p.9) sobre esta modalidade que configura-se pela “participação de cidadãos na coleta e análise de divulgação de notícias com o objetivo de circular informação independente, abrangente e relevante que a democracia precisa”. Gillmor torna ainda mais tênues os contrastes englobando jornalismo participativo, *grassroots* e cidadão na mesma seara.

O conceito de jornalismo *grassroots* adotado por Foschini e Taddei vai ao encontro das autodefinições de jornalismo cidadão estabelecidas pelo *Indymedia* e por coletivos como Mídia Ninja – considerado um modelo de midialivrisimo (caso que será exposto adiante). *Grassroots* vincula-se à “participação na produção de conteúdo na *web* das camadas periféricas da população, aquelas que geralmente não participam das decisões da sociedade” (FOSCHINI; TADDEI, 2006, p.19). A filosofia por trás do *grassroots*, assinalam os autores, remete à proposta de inclusão das camadas desfavorecidas.

Neste sentido, o jornalismo cidadão e o *grassroots* revelam identidade que os aproxima do jornalismo comunitário ou da imprensa alternativa (ROMANO, MEIKLE,

¹⁵ Disponível em <http://oglobo.globo.com/rio/estudantes-criam-carregador-de-celular-alimentado-com-energia-do-movimento-das-pernas-16681926>. Acesso em 14/07/2015.

PERUZZO). São veículos que atendem a grupos desfavorecidos, respeitam diversidades, são independentes, têm estruturas horizontais, abertas à participação de comunidades e adotam representações e discursos não-hegemônicos (ROMANO, 2010, p. 22). Como esclarece Peruzzo, é uma “contracomunicação” que se nutre do contato com os movimentos populares e da liberdade de expressão com a intenção de veicular “conteúdos diferenciados, servir de instrumento de conscientização e, assim, democratizar o acesso da população aos meios de comunicação” (PERUZZO, 2009, p.132).

As novas manifestações alternativas de comunicação, ao incorporar suportes digitais e interativos em tempo real, engendram não só conteúdos diferenciados a partir de novos olhares tendo em vista a desalienação mas também novos procedimentos de ação na construção e na difusão de mensagens, na socialização de conhecimentos técnicos [...] na criação de códigos compartilhados de conduta e na instituição de novas relações sociais de produção. (PERUZZO, 2009, p. 143)

Em sua página de notícias criada na plataforma *Oximity* em 2014¹⁶, o coletivo Mídia Ninja se apresenta como um instrumento de luta por justiça social e por mudanças políticas, econômicas e culturais. “Vivemos numa cultura *peer-to-peer* (P2P) que permite às pessoas dividirem informação sem os tradicionais mediadores”. “Cidadãos *multimedia* podem gerar sua própria opinião e distribuí-la no mundo virtual”, afirmam.

Para os integrantes do coletivo, a Internet é o meio de “dar visibilidade aos *invisibilizados*”¹⁷. Ivana Bentes define midialivrista como um ativista que não faz a cobertura com a intenção apenas de reportar ou relatar como um “jornalista corporativo”. “Ele é um corpo na multidão e a comunicação é uma forma de organizar e mobilizar, expressar, essa multidão”, estabelece.¹⁸

Parece-nos possível enquadrar o trabalho feito por grupos como *IMC*, Carranca e Mídia Ninja – que tem propostas similares de ação – no conceito de redes de vigilância e solidariedade à distância, defendido por Rousiley Maia. Integram estas redes aqueles que buscam apoio para as causas que defendem, praticam ativismo cívico e denunciam delitos e violações. “A Internet permite estabelecer plataformas de diálogo para que as pessoas

¹⁶ Informação disponível em <https://ninja.oximity.com/partner/ninja/about>

¹⁷ Informação fornecida em entrevista concedida no dia 28/08/2014.

¹⁸ Disponível em

http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5573&secao=447.

Acesso em 15/07/2015

interajam localmente ou transcendam as fronteiras do Estado-nação”, expõe Maia (GOMES; MAIA, 2008, p. 336).

O engajamento em causas cívicas com a pretensão de melhorar a vida do cidadão é o mote do jornalismo público ou cívico, um movimento que despontou nos anos 90 com o intuito de resgatar a credibilidade da imprensa e conseguiu englobar 30 jornais americanos. Inflamados pela intenção de estimular o debate público, os jornalistas objetivavam “assumir papel de “participante justo e conceber o público não como consumidores mas como atores na vida democrática” (TRAQUINA, 2003, p.13). Para isso, passaram a convocar a população para assembleias públicas que confrontavam a população às autoridades (AGUIAR; BARSOTTI, 2011, p.9-10). Este estilo de reportar pressupunha deixar a objetividade de lado o que gerou críticas e questionamentos (ROMANO, 2010).

Indiferentes à questões como objetividade e neutralidade, a mídia tática talvez possa ser compreendida como uma vertente radical do midialivrismo. Eventos podem circunscrever a elaboração de um *website*, a realização de documentário ou ligações telefônicas, a distribuição de jornais ou panfletos (MEIKLE, 2002). Explica Meikle

A mídia tática não tenta se consolidar como mídia alternativa. [...] diz respeito à mobilidade e flexibilidade. [...] Diz respeito a estabelecer campanhas midiáticas dentro da tática de guerrilha, alianças novas e transformadoras. A *Critical Art Ensemble*¹⁹ ilustra a ideia. [...] pode lançar um site hoje, fazer performance em festival, ação de guerrilha na semana seguinte, instalação em museu e, em seguida, produzir jornal. (MEIKLE, 2002, p. 119-120)

As ações dos coletivos Mídia Ninja e Carranca, como de outros menos conhecidos como Vinhetando e Projetação, apontam para a multiplicação de grupos que vem adotando uma prática que se assemelha a mídia tática a partir da publicação, no Facebook, de vídeos, textos, fotos e memes (ideias ou mensagens propagadas no formato de *banners*), e da produção de eventos que retroalimentam suas plataformas *online*, dentro de uma estratégia de guerrilha digital.

Jornalismo e gênese

O jornalismo feito pelo cidadão, incluindo o cívico ou mesmo a mídia tática – suscita questionamentos pela deficiência de objetividade e exatidão (ROMANO, 2010).

¹⁹ Acesso ao site em <http://www.critical-art.net/TacticalMedia.html>

Angela Romano embasa a crítica citando Thomas Chase e Andrew Keen, autor do livro “O Culto ao Amador”. Para o primeiro, priorizar a participação em detrimento da qualidade da produção incorre no risco de se gerar comunicação desvalorizada e a “hegemonia do amador”. Para o segundo, pode minar a influência e sustentabilidade econômica de fontes profissionais que desempenham papel importante na narrativa de histórias e na formação de mitos comuns. (ROMANO, 2010, p. 22)

Em contraponto, o jornalista Davis Merrit percebe no jornalismo um “excesso de negativismo” e a objetividade como atalho para “enquadramentos que apresentam as questões de forma viciada, privilegiando os lados extremos” (TRAQUINA, 2003, 13). Mas Jay Rosen – um dos fundadores do jornalismo cívico – reconhece a importância do caráter objetivo uma vez que com todos “os seus defeitos”, a objetividade assegura “uma verdade desinteressada e o desejo de separar o fazer jornalismo do fazer política”.

Para além da discussão normativa sobre subcategorias do jornalismo, a profusão de nomenclaturas traz à tona uma espécie de reprovação daquilo que, por convenção, se chama jornalismo – e já foi intensamente glamurizado – e revela certa crise de representação. Cabe inferir se estas críticas recaem mais sobre a práxis das empresas jornalísticas ou sobre os ombros de profissionais que exercem um trabalho historicamente vinculado ao interesse público.

Conclusão

O que está embutido em toda a discussão são duas perguntas cruciais: o que é jornalismo e o que é ser jornalista. “Quando o participante se torna ativista?”, argui Merrit (TRAQUINA, 2003, p. 14). Qual o papel do jornalista nas sociedades democráticas (ROMANO, 2010)?

A teoria do *Newsmaking* entende o jornalismo como um dispositivo de construção da realidade, um novo paradigma que se consolidou na década de 70 e compreende a notícia como “construção discursiva” (AGUIAR, 2007, p.1). Meikle observa que um dos desafios das mídias ativistas é construir narrativas que fujam da fórmula disruptiva adotada pela chamada grande imprensa (2002, p.99). Bird e Dardenne apontam que a similaridade na cobertura da mídia *mainstream* deve ser percebida “menos como prova da força de uma reportagem objetiva e mais como triunfo de uma construção narrativa uniformizada”. (MEIKLE, 2002, P. 99).

Palacios chama atenção para o viés midiacêntrico que enfatiza jornalistas e redações como “*locus* privilegiado de análise” e sugere “abandonar a ideia de que os jornalistas controlam todo o processo produtivo, integrando às análises as ações e as visões de mundo de outros atores sociais. Mas pondera, a partir de resultados de pesquisas sobre cibermeios, para o risco da desvalorização do jornalista e do empobrecimento na qualidade da informação. “Sem distinção de qualidade, o jornalismo vai adquirindo as propriedades da água: inodoro, insípido e incolor”. (PALACIOS; NOCI, 2008, 243).

Neveu aponta a transformação dos jornalistas em “trabalhadores da informação” com impacto da convergência (NEVEU, 2010, 40). Poder de verificar fatos com rapidez e analisar as fontes; equilíbrio entre velocidade e precisão; uso de uma ordem de discurso que pode combinar clareza, o uso justo da linguagem e expressão emocional, e o mito do profissional, entretanto são vantagens nítidas nos recrutamentos das empresas segundo FAHMY (Ibidem, 52).

O jornalismo é uma maneira altamente codificada de escrever e falar, com gabaritos e gêneros de trabalhos, a organização retórica (a importância do primeiro parágrafo da matéria, a regra das cinco perguntas-chave). Estas regras da escrita/fala jornalística também organizam o jornalismo como uma linguagem específica, diferente da linguagem e retórica da política, da propaganda ou literatura. (NEVEU, 2010, 32).

A partir da revisão bibliográfica aqui apresentada, procuramos estender a discussão acerca do exercício da profissão do jornalista, na atualidade, ao focar os meandros pertinentes aos diferentes modos de fazer, especialmente frente às rotinas que se beneficiaram das propriedades, facilidades e arranjos propícios nos ambientes digitais interativos e as consequentes implicações no que tange o universo deste ofício nas salas de redação das mídias *offline* e *online*.

Referências bibliográficas

AGUIAR, Leonel Azevedo de. Os valores-notícia como efeitos de verdade na ordem do discurso jornalístico. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30, 2007, Santos. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2007.

AGUIAR, Leonel Azevedo de; BARSOTTI, Adriana. Jornalismo amador: proposta para definir as práticas jornalísticas exercidas pelo público em ambientes interativos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34, 2011, Recife. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2011.

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. *Nosotros, el medio*. The Media Center, 2003. Disponível em <http://www.maestrosdelweb.com/images/2010/10/we_media_espanol.pdf>. Acesso em 13/07/2015

BRAMBILLA, Ana Maria. Jornalismo Colaborativo nas redes sociais: peculiaridades e transformações de um modelo desafiador,. In: PRIMO, Alex (org.). *Interações em rede*. Porto Alegre: Editoria Meridional, 2013a. pp. 257-273

_____. A identidade profissional no jornalismo *open source*. Em questão, Porto Alegre, v.11.n.1, p.103-119, jan-jun. 2005b. Disponível em <<http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/114/72>>. Acesso em 04 jul.2015.

_____. *Jornalismo open source: discussão e experimentação do OhmyNews International*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006c. Disponível em <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp023639.pdf>>. Acesso em 18 jul.2015

BRITTES, Juçara Gorski. A revitalização da esfera habermasiana pela comunicação ciberespacial. In. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37, 2004, Porto Alegre . Anais...São Paulo: Intercom, 2004.

BRUNS, Axel. *Gatewatching: collaborative online news production*. New York: Peter Lang, 2005.

COSTA, Andriolli. Memética, multidão e midialivrisimo: a comunicação pós-mídia de massas. São Leopoldo: IHU On-Line – Revista do Instituto Unisinos, 447, Ano XIV. Disponível em <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5573&secao=447>. Acesso em 15 jul. 2015

FOSCHINI, Ana Carmem; TADDEI, Roberto Romano. *Jornalismo Cidadão: você faz a Notícia*. Overmundo/Coleção Conquiste a Rede, São Paulo, 2006.

FRANÇA, Renan. Estudantes criam carregador de celular alimentado com energia do movimento das pernas: dupla de Quintino, que já construiu robô para resgate em áreas de risco, quer apoio para aperfeiçoar nova invenção. Rio de Janeiro: Globo Online. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/rio/estudantes-criam-carregador-de-celular-alimentado-com-energia-do-movimento-das-pernas-16681926>>. 07 jul. 2015. Acesso em 14 jul. 2015

GILLMOR, Dan. *We The Media*. Sebastopol: O'Reilly Media, 2006

HOLANDA, André. *Estratégias de abertura: o jornalismo de fonte aberta dos casos Indymedia, CMI, Slashdot, AgoraVox, Wikinotícias e Wikinews*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2007_HOLANDA_Andre_Dissertacao_Estrategias%20de%20Abertura.pdf>. Acesso em 18 jul. 2015.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. Lisboa: Editora Aleph, 2008.

MAIA, Rousiley. Redes Cívicas e Internet: Efeitos Democráticos do Associativismo, p. 326-372. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. *Comunicação e Democracia*. São Paulo: Paulus, 2008.

MEYER, J.D. OhMyNews redesigning to become a citizen blog. Canadá: Digital Journal. Disponível em <<http://www.digitaljournal.com/article/295823>>. Acesso em 14 jul 2015.

MATHESON, Donald. *Weblogs and the epistemology of the News*: some trends in online journalism. *new media and society*. Vol 6 (4), pp. 443-468, 2004.

MARTINS, Beatriz. Cooperação e controle na rede: um estudo de caso do *website Slashdot.org*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29, 2006, Brasília, UnB. **Anais...**São Paulo: Intercom, 2006.

MEIKLE, Graham. *Future Active: media activism and the internet*. Australia: Routledge, 2002.

NEVEU, Erik. As notícias sem jornalista. In: *Brazilian Journalism Research*, Brasília, v.6, n1, pp. 29-57, 2010.

PERUZZO, Cicilia. Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. *Revista Galáxia*. N. 17, p. 131-146. jun. 2009. ISSN 1982-2553 Disponível <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2108/1247> >. Acesso em 15 jul.2015

PEREIRA, Fábio Henrique; JORGE, Thaís de Mendonça, Adghirni, Zélia Leal. Metodologia para o estudo de rotinas e identidade do jornalismo on-line. In: PALACIOS, Marcos; NOCI, Javier Diaz (orgs). *Metodologia para o estudo de cibermeios: estado da arte & perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2008.

ROMANO, Angela. American Public Journalism Versus Other International Media Models, pp. 16-32. In: *International Journalism and Democracy – civic engagement models from around the world*. Nova York. Routledge, 2010.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo II: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Editora Insular, 2013.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1992.