



## Representação do Amadorismo na Desconfiguração do Jornalismo<sup>1</sup>

Dayane Késia Alves da SILVA<sup>2</sup>

Luiz Adolfo de ANDRADE<sup>3</sup>

Universidade do Estado da Bahia, Juazeiro, BA

### RESUMO

Este artigo se propõe a analisar a *fanpage* do “Guarujá Alerta”, hospedada no site de relacionamento *Facebook*, especificamente no caso de Fabiana Maria de Jesus, que foi linchada no litoral Paulista, após ser confundida com um retrato falado, publicado nesta *fanpage*. Essa análise será realizada principalmente a partir da leitura do “Culto do Amador” de *Andrew Keen*, que mostra como a sociedade está cada vez mais se tornando amadora e os prejuízos que isso pode causar. Nessa perspectiva tentaremos compreender e descobrir se o caso da página do “Guarujá Alerta” se enquadra as definições de *Keen*.

**PALAVRAS-CHAVE:** Amador; Jornalismo; *Facebook*; Guarujá Alerta; Fabiana Maria.

### INTRODUÇÃO

A *cibercultura* é um fenômeno proposto por Pierre Lévy nos anos 80, esse fenômeno tem modificado hábitos sociais, ritmos de produção, práticas de consumo cultural, na distribuição da informação e novas relações.

A cibercultura é o conjunto tecnocultural emergente no final do século XX impulsionado pela sociabilidade pós-moderna em sinergia com a microinformática. Esse processo de tecnologias e processos sociais ditam hoje o ritmo das transformações sociais, culturais e políticas neste início de século XXI. As mudanças são enormes e aconteceram em muito pouco tempo. (LEMOS, LÉVY. 2004, P 21-22)

Depois desse fenômeno, em 2004 passamos a utilizar mais uma ferramenta tecnológica que nos possibilitou uma interação ainda maior no meio virtual, a *Web 2.0*.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

<sup>2</sup> Graduada do 6º semestre do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e Mídias do DCH III UNEB, e-mail: dayanekesiaas@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho, Professor do curso de Jornalismo em Mídias da UNEB, Vice Coordenador do programa de Pós - Graduação em Educação, Cultura e Territórios Semi-Áridos, e-mail: luizadolfoandrade@gmail.com



A Web 2.0 é a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo. A Web 2.0 refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços Web, linguagem Ajax, Web syndication, etc.), mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador. (PRIMO, 2007)

E quase concomitantemente nascia o Facebook que acabou se tornando um exemplo de interatividade da *Web 2.0*, um site de relacionamento que está entre os maiores, com mais de 1,23 bilhões de usuários ativos pelo mundo. No Brasil essa rede já atinge mais de 76 milhões de usuários, perdendo o posto de primeiro lugar apenas para os EUA.

O Facebook reivindica ter 1,23 bilhão de usuários ativos, que utilizam a rede social ao menos uma vez ao mês, o que equivale à população da Índia, o segundo país mais populoso do mundo depois da China. Entre os usuários, 76,8% se conecta através de um aparelho móvel, como um 'smartphone', e 61,5% acessam a rede todos os dias. (UOL, 2014).

Na junção das possibilidades da *cibercultura*, *Web 2.0* e *Facebook*, e na facilidade que essas ferramentas possibilitam que a produção de notícias passou a ser um atividade desenvolvida não só por jornalistas, como também por pessoas comuns que se consideram aptas à desenvolver esse trabalho. Para Heinrich (2011) os participantes, individualmente é um elo complicado na rede de informações, o que compõe também o jornalismo em rede.

Dessa forma a interação se tornou cada vez maior, a criação de conteúdo online também vem aumentando e a qualidade vem caindo. Cada vez menos se conhece a origem, responsável e credibilidade do assunto. Uma das áreas mais afetadas são os profissionais jornalistas onde surgem novos páginas de notícias administradas por amadores, a este exemplo do "Guarujá Alerta", nosso objeto de estudo. Utilizaremos como estudo de caso essa *fanpage* que é abastecida de informações onde não passam por nenhum tipo de averiguação para constatar a credibilidade e que são conduzidas por pessoas que não se responsabilizam pelo conteúdo que os mesmos veiculam nas redes.

Tais mudanças sociais também provocaram mudanças na área da informação/comunicação.



A realidade que os conceitos das ciências sociais procuram expressar refere-se às transformações técnicas, organizacionais e administrativas que têm como ‘fator-chave’ não mais os insumos baratos de energia – como na sociedade industrial – mas os insumos baratos de informação propiciados pelos avanços tecnológicos na microeletrônica e telecomunicações. (WHERTHEIN, 2000, p.71)

É constatada a importância de compreender o porquê dessa temática para se entender o quanto prejudicial pode ser a sociedade uma página de notícias administrada por não profissionais da área e a importância do jornalismo para a sociedade.

### **O Guarujá Alerta**

O Guarujá Alerta foi criada em 2012, depois que o administrador (que não foi identificado por motivos de segurança) foi assaltado. A *fanpage* se autodenomina como uma página de fatos, “acontecimentos, notícias, reclamações e sugestões de moradores e turistas de Guarujá”, município brasileiro do estado de São Paulo.

A página ficou conhecida nacionalmente depois de ter veiculado o retrato falado de uma mulher que segundo o administrador realizava rituais de magia negra com crianças sequestradas, e no dia 3 de maio de 2014 moradores do bairro Morrinhos no Guarujá espancaram Fabiana Maria de Jesus, 33 anos, por confundir-lá com a mulher do retrato falado.

### **REVISÃO LITERARIA**

Na produção jornalística há um fenômeno chamado *agenda setting* que determina a seleção de notícias que vão ser veiculadas. Com a chegada da rede mundial de computadores, a agenda de notícias jornalísticas vem sendo alterada.

É um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá" (Barros Filho, 2001, p. 169)

O jornalismo tem como dever manter a sociedade informada dos acontecimentos diários, é preciso utilizar uma série de fatores para levar ao leitor as informações que mais se adequam ao seu universo de acordo com os critérios de noticiabilidade. Os



estudos sobre newsmaking, mais particularmente o *gatekeeper* permitem pensar como a escolha da notícia é feita.

Nesta teoria o processo de informação de produção da informação é concebido com uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem que passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é, o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. Se a decisão for positiva, a notícia acaba por passar pelo “portão”; se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa que a notícia não será publicada, pelo menos nesse órgão de informação. (TRAQUINA, 2005, p 150)

Com as inovações tecnológicas, a agenda de notícias jornalísticas vem sendo alterada, o que antes era um agendamento feito da redação para o público, com o advento da sociedade informacional esse agendamento vem se transformando. “Com a chegada da rede mundial de computadores, a agenda de notícias de um site jornalístico passou a ser determinada por um número cada vez maior de pessoas.” (RODRIGUES apud FROSSARD e MALINI, 2009, P. 7)

Este artigo foi embasado teoricamente no livro *O Culto do Amador* de Andrew Keen, um dos pioneiros na primeira revolução da internet nos anos 90, criou o site de música digital o *audiocafe.com*, onde pretendia que clássicos musicais fossem ouvidos em todos os lugares por meio de computadores e celulares, mas constatou que não seria bem assim e que todos poderiam produzir conteúdo *online*. Depois da decepção ao “Admirável mundo novo 2.0” (Keen) de investidor ele passou a crítico desta nova revolução da web nos anos 2000.

O autor afirma que todas as pessoas são criadoras de conteúdo online o que acaba destruindo fontes tradicionais como empresas jornalísticas.

A simples posse de um computador e de uma conexão com a internet não transforma uma pessoa num bom jornalista, assim como o acesso a uma cozinha não faz de ninguém um bom cozinheiro. Mas milhões de jornalistas amadores pensam que faz. De acordo com um estudo realizado em julho de 2006 *pele Pew Internet and American Life Project*, 34% dos 12 milhões de blogueiros nos Estados Unidos consideram que seu “trabalho” online é uma forma de jornalismo. Isso equivale a milhões de jornalistas inábeis, despreparados, não remunerados e desconhecidos – um crescimento de mil vezes entre 1996 e 2006 – vomitando (des) informação no ciberespaço. (KEEN, 2007, P. 48)

Os “jornalistas cidadãos” na voz do grande defensor dessa prática, Dan Gillmor, autor do militante *We the Media* acreditam que o noticiário deveria ser uma conversa entre cidadãos comuns e não uma pré seleção imposta ao público, mas Keen afirma que a responsabilidade jornalística é informar e não conversar.



Pierry Lévy e André Lemos também falam sobre o advento da desconfiguração jornalística por parte da *Web 2.0*, redes sociais e seus amadores no livro “O futuro da internet” demonstrando em pesquisas a situação do Brasil que apresenta um forte crescimento nas redes sociais e quanto mais isso acontece mais o verdadeiro texto jornalístico é desvalorizado.

Uma pesquisa do *IBOPE/NetRatings* de junho de 2008 chamou a atenção para o atual impacto de redes sociais no Brasil. O estudo faz parte da área “*Analytics do IBOPE /NetRatings*”, uma nova divisão empresa, responsável pela análise qualitativa dos dados coletados sobre esse tema, tendo como objetivo analisar o impacto das redes sociais brasileiras. Segundo os dados, só em maio de 2008, 18,5 milhões de pessoas navegaram em *sites* relacionados a comunidades virtuais. Nesse cenário o texto de um jornalista se distinguirá cada vez menos daquele de um *expert* reconhecido ou de um internauta com a escrita hábil. (LÉVY, LEMOS, 2010, P. 85-86)

Para Carlos Alberto, Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo e professor do curso de Jornalismo, alguns profissionais da área de comunicação preferem a objetividade.

Alguns profissionais da comunicação acreditam que as notícias devem ser veiculadas de forma “objetiva” e sonham com a antiga teoria do espelho, inspirada no positivismo do filósofo francês Auguste Comte (1798-1857). A teoria defende a ideia de objetividade no jornalismo. Essa corrente vê o jornalista como um comunicador desinteressado e que conta a verdade sempre, “doa a quem doer”. (NETTO, 2014)

## **METODOLOGIA**

A utilização dos conceitos e exemplos apresentados por Keen servirá de base para analisar o caso do Guarujá Alerta. Serão utilizadas matérias que reportaram o fato da página, a própria página e textos acadêmicos que falam sobre o assunto na tentativa de identificar aspectos amadores na *fanpage* e relaciona lós com os exemplos do livro, a fim de diferenciar quais são as posturas jornalísticas das amadoras.

Os “jornalistas-cidadãos” também - os analistas, repórteres, comentaristas e críticos amadores na blogosfera – empunham a bandeira do nobre amador na *Web 2.0*. De fato, o jornalismo cidadão é um eufemismo para o que você ou eu poderíamos chamar de “jornalismo feito por não-jornalistas”, ou, como Nicholas Lemann, decano da Escola de Pós-Graduação de Jornalismo da Universidade de Columbia, os descreveu em *The New Yorker*: pessoas que não são empregadas por uma organização jornalística mas desempenham uma função similar. Os jornalistas profissionais adquirem sua habilidade através de formação e de experiência em primeira mão com atividades de relatar e editar as notícias



sob o olhar atento de outros profissionais. Em contraposição, os jornalistas-cidadãos, não tendo nenhum aprendizado formal ou expertise, oferecem opinião como fato, boato como reportagem e palpite como informação. (KEEN, 2007, P.48)

## ANÁLISE

Início está análise através de partes que compõem esse estudo:

- Através da autodenominação que a página Guarujá Alerta apresenta, “Guarujá Alerta é uma página de fatos, acontecimentos, notícias, reclamações e sugestões do morador e turista de Guarujá” (GUARUJÁ ALERTA, 2012), é perceptível que a forma de veiculação que a *fanpage* apresenta tem poder de disseminação que podem democratizar a informação e degenerar rapidamente um igualitarismo radical intelectualmente corrosivo como Keen cita ao falar da *Wikipédia*.
- O administrador da página não é identificado o que causa uma não credibilidade nas informações. Ele não se considera responsável pelo que aconteceu e em reportagem ao G1 ele disse:

Não tenho nenhuma responsabilidade. Não sou culpado, como já disse ao delegado, sou declarante. Estou colaborando com as investigações. Estou à inteira disposição da polícia para ajudar nas investigações. Tanto que já deixei meu login e senha à disposição da Polícia Civil, para que haja um desfecho mais rápido e os culpados, as pessoas que foram lá e fizeram aquela atrocidade, sejam presos. E que a polícia busque aquele que apontou para ela no meio da rua e disse 'essa sim é a sequestradora'. A suposta sequestradora de uma enorme mentira que inventaram na cidade. Não tenho nenhuma responsabilidade. (ADMINISTRADOR, 2014)

O anonimato é uma das grandes críticas que Keen faz não só a *Web 2.0*, mas também aos *sites* de rede social e por lei não é considerado crime, portanto não há nenhuma punição. Ainda em entrevista ao G1 o administrador da página se defende:

Estamos entregando ao delegado para provar que realmente isso tudo já estava rolando na cidade, e agora estão apontando nossa página, dizendo que fomos nós os causadores dessa atrocidade que ocorreu com essa senhora. Sou inocente, não tenho que provar minha inocência. (ADMINISTRADOR, 2014)

- O caso do linchamento de Fabiana Maria de Jesus se deu por um retrato falado divulgado no Guarujá Alerta, de uma mulher que seqüestrava

crianças para rituais de magia negra e de acordo com a polícia o retrato falado atribuído a Fabiana era do 21º DP, de agosto de 2012. O administrador ainda relatou que a foto foi retirada do ar pouco tempo depois. Mas com o alcance da internet foi propagado rapidamente já que o número de seguidores da página ultrapassa de 58.000.



Keen acredita que os cidadãos jornalistas não tem os recursos necessários para nos trazer notícias confiáveis.

Falta-lhes não somente expertise e formação, mas relações e acesso à informação. Afinal, um CEO ou um político pode se recusar a colaborar com o cidadão médio, mas seria um tolo se recusasse a atender ao telefonema de um repórter ou editor do *Wall Street Journal* em busca de um comentário sobre uma notícia extraordinária. (KEEN, 2007, P. 49)

## CONCLUSÃO

Os espaços sociais vem despertando um desejo nas pessoas de estar conectado e de alguma forma produzir conteúdo, mas são exatamente estes espaços movidos por tais desejos que levaram a morte de Fabiana Maria de Jesus.

Produzir uma notícia requer teoria, experiência, ética e profissionalismo. Para uma matéria existir é preciso ter pauta, apuração de informações, fonte oficial e edição. Jornalista não trabalha com boatos. Isso é fato! Suposições não são notícias e se não há consistência na história a matéria não sai da redação. Mas as pessoas não pensam assim, elas acreditam que por ter uma ferramenta como a internet e um meio de fácil propagação se pode tudo.

Se o administrador do Guarujá Alerta tivesse sido punido de alguma forma os outros jornalistas-cidadãos seriam inibidos. Não é proposto que se tire o direito a liberdade de expressão ou afirmar aqui qualquer forma de opressão, entretanto é preciso que exista algum tipo de regulamentação para está prática.

Não adianta mudar a política da internet ou redes sociais, enquanto as pessoas não se conscientizarem que este é um meio em que não se pode confiar em tudo e que desconfiar é sempre importante antes de curtir e compartilhar, pois sem essa consciência morreram mais “Fabianas”, julgadas por pessoas que não julgam se quer a credibilidade





das informações, por pessoas que acreditam estar aptas a uma profissão que exerce prestação de serviço público e é considerado como o quarto poder.

Ainda há muito a ser discutido sobre esse assunto, todavia, é preciso responsabilidade antes de qualquer clique ou então até a mesmo o Jornalismo irá morrer.

## REFERÊNCIAS

BARROS FILHO, Clóvis de. *Ética na Comunicação: da informação ao receptor*. São Paulo: Moderna, 2001.

FROSSARD, Flávia. MALINI, Fábio. **Internet e fato jornalístico: interatividade, usuário produtor de conteúdo e as transformações no conceito de acontecimento na internet**. Anais do XIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste, Rio de Janeiro, 2009.

G1. **Dono de 'Guarujá Alerta' diz não ser culpado e afirma receber ameaças**. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/dono-de-guaruja-alerta-nao-se-diz-culpado-e-afirma-receber-ameacas.html>. Acessado em 25/07/2014.

HEINRICH, Ansgard. **Network Journalism: Journalistic Practice in Interactive Spheres** (Routledge Research in Journalism). Routledge, 2011.

KEEN, Andrew. **O Culto do Amador** Como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores. 2007.

LEMONS, André. LEVY, Pierre. **O Futuro da Internet**. 2004.

NETTO, Carlos Alberto Martins. **UM PROCESSO DE CAUSA E EFEITO**. Revista ALTERJOR. 2014. Disponível em: [http://www.usp.br/alterjor/ojs/index.php/alterjor/article/view/aj9-ea1/pdf\\_134](http://www.usp.br/alterjor/ojs/index.php/alterjor/article/view/aj9-ea1/pdf_134). Acessado em: 29/07/2014.

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. 2007. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/153/154>. Acessado em 27/07/2014.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** Volume I. (2005)

UOL. **Facebook tem 1,23 bilhão de usuários mundiais; 61,2 milhões são do Brasil**. 2014. Disponível em: <http://tecnologia.uol.com.br/noticias/afp/2014/02/03/facebook-em-numericos.htm>. Acessado em 28/07/2014.

WHERTHEIN, Jorge. **A sociedade da informação e seus desafios**. 2000. Disponível em: [www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a09v29n2.pdf](http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a09v29n2.pdf). Acessado em 28/07/2014, às 8h47.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** Volume I. (2005)