

## **O mito libertário do “jornalismo cidadão”**

Sylvia Moretzsohn\*

### **Resumo**

Teorizações sobre a ubiquidade dos *media* normalmente resultam num processo de rejeição que pode revelar-se numa de duas formas diferentes: a simples demonização, como nos é apresentada nomeadamente por Baudrillard, Virilio, Chomsky ou Bourdieu, ou a apresentação de algumas propostas alternativas que, apesar do seu apelo ou talvez por causa dele, se colocam num território que poderíamos denominar ‘limbo de utopia’. Este artigo centra-se na segunda aproximação, particularmente nos desvios que a enformam na chamada era da comunicação *online*. Apresenta a *web* como um poderoso motor de possível reversão das estruturas de poder nos sistemas mediáticos, com os cidadãos a assumirem um papel mais interventivo de forma mais simples e rápida. O que será o jornalismo num tal cenário?

**Palavras-chave:** jornalismo *online*, poder dos *media*, weblogs, novos *media*

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 câmara, operando um blog na internet, qualquer um se transformaria em repórter. Uma pequena pausa para reflexão levaria, entretanto, a 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 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.

\* Professora de Jornalismo na Universidade Federal Fluminense ([sylviamoretz@uol.com.br](mailto:sylviamoretz@uol.com.br)).

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 diluir-se 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.

### **O mito da tecnologia redentora**

A primeira questão que se costuma levantar para confrontar o entusiasmo com a tecnologia é a do acesso: dados do Internet World Stats atualizados em 30 de dezembro de 2006 indicam apenas 16,8% de pessoas conectadas à rede em todo o mundo, com a previsível concentração (70% desse total) na América do Norte, o que corresponde a 5,1% da população mundial e a 21,3% dos usuários. Mas digamos que esses índices não sejam tão relevantes, considerando-se a tendência ao crescimento do número de usuários (202,4% em relação ao ano 2000); concentremo-nos no sempre tão recorrente elogio da técnica como elemento de redenção do público.

Ao elaborar a sua “teoria da rádio”, na virada dos anos 20 para os anos 30 do século passado, Brecht vislumbrava o potencial transformador do novo meio, no qual o público não seria apenas receptor, mas também emissor: a radiodifusão teria exatamente essa perspectiva relacional e interativa em que se baseia hoje a internet. No entanto, o dramaturgo alemão formulava sua tese pensando na perspectiva da superação da sociedade burguesa, à época um ideal aparentemente ao alcance da mão; os acontecimentos imediatamente posteriores – a vitória do franquismo na guerra civil espanhola, a Segunda Guerra Mundial e a consolidação do bloco soviético no contexto auto-excludente 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.

Valorizar em si o potencial transformador da tecnologia não é novidade – Marinetti, que posteriormente aderiria ao fascismo, já o fazia nos anos 20; McLuhan fez o mesmo nos anos 60, à contra-corrente dos movimentos da esquerda da época – e é talvez mais fácil hoje, com a emergência de movimentos sociais sem um núcleo organizador definido, adequado ao desenho de “rede” que a internet representa: parecem feitos um para o outro. Ocorre que nenhuma tecnologia é capaz de, por si, alterar as relações sociais; pelo contrário, e como a própria experiência da rádio o demonstra, são as relações sociais, a luta política, os conflitos e contradições historicamente determinados

que vão conformar a utilização dessa tecnologia. Fora da superação da sociedade burguesa, as promessas revolucionárias do rádio viram-se confinadas a movimentos periféricos de contestação, e a nova tecnologia enquadrou-se nos parâmetros da grande indústria de comunicação que então se formava. O mesmo vale para as promessas da internet, cujo potencial mobilizador depende da articulação a 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 de iniciativas, 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. 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 idéia 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) argumenta que não é assim:

De facto, existe um mundo objectivo que pode ser estudado e há pessoas que o estudam e que adquirem mais conhecimentos sobre determinadas áreas do que outras.

De facto, a democracia é o primado da maioria... nas escolhas políticas. Ninguém em seu perfeito juízo decidiria o tratamento médico que deve seguir com base num referendo no seu bairro. Ou entregaria uma enciclopédia de ciências políticas à autoria colectiva dos habitantes de Felgueiras, Oeiras e Gondomar<sup>2</sup>.

Assim, conclui que “a Wikipédia é um excelente *site* para procurar pistas sobre as mais diversas matérias. Desde que as possa verificar em verdadeiras obras de referência, escritas por especialistas em quem confie”.

Essa ressalva, que demarca a crítica à fluidez pós-moderna, está previsivelmente ausente das iniciativas que seguem o “espírito wiki”. Nos limites do tema que interessa aqui, a publicação de Bowman e Willis (2003) é um dos exemplos mais significativos da adesão a esse espírito. O próprio título do trabalho condensa as propostas: *We*

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> A referência é uma crítica implícita ao comportamento dos eleitores dessas três freguesias, que, no então recém-encerrado pleito municipal de 2005 em Portugal, deram uma expressiva vitória a candidatos envolvidos em graves denúncias de corrupção.

*Media* (algo como “a mídia somos nós”), que Gillmor, autor do prefácio, aproveitaria em seguida para batizar seu livro, *We the Media* (à maneira do “*we the people*” da independência americana), sobre o *grassroots journalism* – o jornalismo à margem do institucionalizado –, feito “pelo povo, para o povo”.

Um dos pressupostos é dado pelo próprio Gillmor, no já citado prefácio, ao assumir explicitamente a tese já tantas vezes contestada da passividade do público para valorizar o papel dos blogs nessa “mudança de natureza” do jornalismo que os autores afirmam: agora, na era do “jornalismo participativo”, o modelo *broadcast* (de um para muitos) tende a ser ultrapassado pelo da “rede pensante” (de um para outro, e vice-versa), como se as forças em jogo fossem equivalentes. Daí também o conceito de *pro-sumers*, um híbrido de produtor e consumidor, que Alvin Toffler formulou 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.

Todo o argumento se desenvolve com base na oposição entre o poder imperial, exclusivista, elitista e arrogante dos jornalistas – ou das empresas jornalísticas – e as audiências, o público difuso; a questão, portanto, em momento algum é o enfrentamento do capital. Por isso é tão fácil desenhar-se o quadro de uma disputa entre “blogueiros” e o jornalismo tradicional, que, como toda simplificação, é mistificadora. Um bom exemplo ocorreu durante a campanha eleitoral de 2004 para a presidência dos Estados Unidos, quando o *60 Minutes*, da CBS, divulgou um documento comprometedor para a reputação de George W. Bush, então candidato à reeleição. A notícia suscitou imediata reação de blogs alinhados ao partido do presidente, que demonstraram a fraude na fonte utilizada para a notícia. O episódio causou um evidente desgaste no prestígio do telejornal, levou à demissão de alguns profissionais de alta hierarquia na emissora e apressou a aposentadoria do apresentador, Dan Rather, um ícone do jornalismo americano, que teve de pedir desculpas pela falha, logo caracterizada como deliberada manobra da CBS a favor do candidato democrata. “Vitória dos ‘jornalistas de pijamas’”, comemorou Castilho (2004), preferindo ironizar os termos com os quais a CBS – afinal flagrada em erro, ou algo pior – menosprezava os blogueiros, em vez de sublinhar o aspecto nada desprezível de que, longe de usarem pijamas, os blogueiros contestadores estavam muito bem organizados e articulados entre si para alcançar seu objetivo político.

Portanto o mais correto seria dizer que, como tantas inovações tecnológicas ao longo do século passado, o ciberespaço reproduz as relações de poder que estão na sociedade – como, aliás, o próprio Castilho menciona de passagem, ao reconhecer que os blogs mais acessados são de jornalistas independentes (embora aqui talvez fosse o caso de usar aspas, para circunscrever essa “independência” ao estatuto formal de sua atividade) ou profissionais contratados por empresas de comunicação. Em decorrência, não parece justo falar em mudança de *status* numa suposta oposição entre “blogueiros” e jornalismo institucionalizado. O que se altera é a velocidade e o alcance público da contestação a uma notícia inverídica ou precária: antes, o protesto limi-

tava-se a telefonemas para a redação ou a cartas que a seção do leitor publicaria (ou não) no dia seguinte.

Nada disso, porém, é levado em conta na abordagem do *We Media*. O colunista de tecnologia da informação do *San Jose Mercury News* – o primeiro jornal a lançar uma versão eletrônica, em 1993 – e responsável por um concorrido blog desde 1999, Gillmor (*in* Bowman e Willis, 2003, p. vi), dá o tom:

O moderno jornalismo americano é uma aula, mas está evoluindo para algo que se transforme numa conversa ou num seminário.

A questão é a descentralização. A coleta e distribuição de informações, tradicionalmente centralizada, está sendo ampliada (e em alguns casos substituída) pelo que está acontecendo nas pontas das crescentemente ubíquas redes de comunicação. As pessoas (*sic*) estão combinando poderosas ferramentas tecnológicas com idéias inovadoras, alterando fundamentalmente a natureza do jornalismo neste novo século.

O futuro é radioso:

Há novas possibilidades para todos nesse processo: para o jornalista, para o produtor de informações e para o ativo “consumidor” de notícias que não está satisfeito com o produto atual – ou que deseja produzir algumas notícias, também.

Bowman e Willis (2003, p. 7) vão no mesmo caminho:

A venerável profissão de jornalista encontra-se num momento raro de sua história, no qual, pela primeira vez, sua hegemonia como *gatekeeper* de notícias está ameaçada não apenas por novas tecnologias e novos concorrentes mas, potencialmente, pela própria audiência a que serve. Armada com ferramentas da *web* fáceis de usar, conexões permanentes e equipamentos portáteis cada vez mais eficientes, a audiência *online* tem os meios para tornar-se um ativo participante da criação e disseminação de notícias e informações. E está fazendo isso justamente na internet.

O primeiro exemplo é o movimento ocorrido durante o 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 uma nova proliferação do “jornalismo do faça você mesmo”. Os blogs seriam a expressão mais estruturada dessa “revolução”, pois dariam “a qualquer um com o devido talento e energia a condição de ser ouvido amplamente na *web*” (Bowman e Willis, 2003, p. 8).

Destaco essa conclusão 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, comentaristas, colunistas, etc.” – como afirma, por exemplo, 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.

### **“Publicar primeiro e depois filtrar”?**

Bowman e Willis (2003, p. 9) definem esse “jornalismo participativo” como “o ato do cidadão, ou grupo de cidadãos, de desempenhar um papel ativo no processo de coletar, reportar, analisar e divulgar notícias e informações”, visando a garantia de uma informação “independente, confiável, precisa, de amplo alcance e relevante (...) que uma democracia requer”. A credibilidade seria um atributo quase natural do cidadão-jornalista, pois, como diz uma fonte citada pelos autores, “reportagens testemunhais surgem em grande parte devido ao desejo das pessoas de compartilhar histórias e publicar a verdade”<sup>3</sup>. E a checagem de informações, outra providência fundamental para assegurar a credibilidade, também seria uma atividade freqüente, 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?”, perguntava John Milton no século XVII, muito antes de Goebbels e do império dos marqueteiros na (tele)política.

Por não fazer caso desse pequeno 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.

A diferença mais óbvia entre o jornalismo participativo e o tradicional é quanto à sua estrutura e organização. A mídia tradicional é produzida por organizações hierarquizadas voltadas para uma atividade comercial. Seu modelo de negócios é o broadcast e a propaganda dirigida. Valorizam o fluxo editorial rigoroso, lucratividade e honestidade. O jornalismo participativo é criado por comunidades conectadas em rede que valorizam o diálogo, a colaboração e o igualitarismo acima da lucratividade. (Bowman e Willis, 2003, p. 12)

Assim sendo, não haveria qualquer problema na inversão de procedimentos para publicar alguma informação: em vez de primeiro filtrar para depois publicar, o jornalismo participativo trabalha com a lógica inversa, publicando primeiro e filtrando depois. Porque isso faria parte da própria lógica de auto-correção 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.

<sup>3</sup> 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 (Bowman e Willis, 2003, pp. 33-34).

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*” (Shirky, *apud* Bowman e Willis, 2003, p. 12; destaque meu). Não creio ser necessário dizer que, do ponto de vista 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 conseqüências que todos conhecemos. Mas a ligeireza da afirmação pode ser medida pela comparação de Shirky, no mesmo trecho: “Quando você vai a um jantar, não submete seus possíveis comentários aos anfitriões para que lhe digam o que é adequado e pode ser repetido em público, mas é isso que as redes de notícias fazem”.

Publicar primeiro e filtrar depois é propriamente o postulado do “*open source journalism*”, ou jornalismo de fonte aberta, 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 de mercado especializados”. Talvez fosse 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.

Por isso também não faz qualquer sentido generalizar e dizer: “Meus leitores sabem mais do que eu. (...) Esta é, por definição, a realidade para qualquer jornalista, *independentemente do setor em que atue*” (Gillmor, *in* Bowman e Willis, 2003, p. vi; destaque meu), embora esse raciocínio seja a base do argumento para a tal mudança de natureza do jornalismo (de uma “aula” para uma “conversa”)<sup>4</sup>. 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 o modo, leitores de uma coluna especializada 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.

<sup>4</sup> A propósito, Rosental Calmon Alves, ex-correspondente internacional do *Jornal do Brasil* e há anos residente nos Estados Unidos, onde leciona na Universidade do Texas, assumiu esse mesmo argumento em sua exposição em power point sobre “Convergence: print, broadcast & online hand in hand”, no International Consortium of Investigative Journalists, realizado em Londres, em julho de 2005.

## Filtrar primeiro e publicar depois, é lógico...

As regras de utilização do material produzido pelo público estabelecidas por duas redes de televisão muito distintas – a Current TV, baseada fortemente nesse tipo de colaboração, e a tradicional BBC – demonstram que o postulado de “publicar primeiro e filtrar depois” 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”: “A Current é uma rede via cabo e satélite que está transformando a televisão numa conversa. Fala do que está acontecendo: histórias do mundo real contadas por gente de verdade”. 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 mega-corporações que seguem, todas, a mesma programação [*“the same agenda”*, no original]. Você muda de canal mas vê a mesma coisa”, diz o ator, diretor e produtor Sean Penn<sup>5</sup> no vídeo de “capacitação” para o “jornalista-cidadão”, ele mesmo apresentado como tal – como alguém que “foi até o Iraque e o Irã para ver as coisas em primeira mão e reportá-las” ao público. É sob essa mesma ótica simplificadora – pois valeria a pena indagar dos 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”, bastando para tanto “um perspicaz par de olhos e um enfoque honesto”.

Porém, pelo menos esse assim chamado “jornalismo de verdade” tem o cuidado de alertar que “não basta você contar uma boa história ou captar belas imagens”, porque “o que torna esse jornalismo diferente são os critérios”, como “honestidade, rigor, isenção e integridade” (*“honesty, accuracy, fairness and integrity”*, no original), sumariamente expostos no Código de Ética<sup>6</sup>. Entre outras recomendações – como a de evitar o uso de fontes anônimas, avisar quando esse recurso (ou o recurso a dissimulações como câmeras e gravadores ocultos) tiver sido inevitável, deixar claro quando houver interesse pessoal, político ou econômico no tema abordado –, o código informa que a rede tomará providências para checar as 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 será avaliado por um critério mais exigente”. Logo, não é para qualquer um.

A conclusão é elementar: salvo raríssimas exceções, apenas profissionais estarão qualificados para atender a esse “critério mais exigente”. Trata-se, portanto, de uma alternativa para jornalistas independentes, considerando-se inclusive a remuneração por “pod” – vídeos de até oito minutos – selecionado: U\$500 para os dois primeiros, U\$750 para o terceiro e U\$1000 a partir do quarto. Será também, provavelmente, uma ótima alternativa para a audiência. Quanto à figura do repórter-cidadão, seria apenas uma boa peça de propaganda, caso não representasse uma enorme mistificação.

<sup>5</sup> [www.current.tv/make/training?section=journalism](http://www.current.tv/make/training?section=journalism).

<sup>6</sup> <http://www.current.tv/make/resources/cj/ethics>



As perspectivas da BBC são, previsivelmente, bem distintas: uma rede reconhecida internacionalmente como modelo de jornalismo não poderia basear-se em reportagens enviadas pelos ouvintes e espectadores e só em raros casos aceita pagar pelo material recebido<sup>7</sup>. É verdade que a venerável instituição pública britânica não deixa de ceder a um certo apelo publicitário para atrair a audiência, 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 você seja nossos olhos” (BBC, 2006a). Mas é notável a preocupação em estabelecer regras claras e rigorosas a respeito do tipo de colaboração a ser aproveitada. No Informe sobre Política Editorial n.º 2, a BBC (2006b) reconhece que “o público forneceu material de inestimável valor imediatamente depois de eventos extremamente importantes” – como no caso dos atentados de 7 de julho de 2005, em Londres –, mas ressalta a necessidade de parâmetros como os definidos naquele documento, para “assegurar que toda contribuição de terceiros seja submetida a uma avaliação editorial adequada, que a demanda por contribuições seja responsável e que se obtenha o devido consentimento quando isso for relevante”. Uma das primeiras preocupações é “não estimular ninguém a pôr em risco a sua segurança pessoal ou alheia visando a obter material para enviar à BBC”, e esse cuidado inclui uma crítica à própria definição do “repórter-cidadão”:

Alguns comentaristas chamam de “cidadãos-jornalistas” as pessoas que enviam colaborações em forma de vídeos, fotos ou gravações de áudio. Essa denominação talvez não seja adequada, pois esses colaboradores não são jornalistas profissionais. A maioria não se sente à vontade definindo-se como jornalistas. Devemos, em especial, desestimular que as pessoas se apresentem como “jornalistas da BBC” ou “a serviço da BBC News” ou “recolhendo informações para a BBC News”. *Isso poderia produzir mal-entendidos e expor a riscos adicionais tanto essas pessoas quanto a nossa própria equipe.* (BBC, 2006b, destaque meu).

A empresa também declara que não utilizará material obtido de maneira ilegal, desestimula o uso de microcâmeras e microgravadores – 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 princípio de que devemos aplicar a fotos, áudios e vídeos fornecidos pelo público os mesmos critérios que adotamos para qualquer material produzido por nossos jornalistas.

Não consideraremos automaticamente que esse material é rigoroso e adotaremos as medidas adequadas para o que for necessário checar. Como os recursos digitais tornaram-se mais acessíveis, precisamos também nos resguardar contra a manipulação de imagens e outras armadilhas.

<sup>7</sup> <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/advice/videoaudioandstills/paymentformater.shtml>

*Devemos tomar especial cuidado se suspeitarmos que o material foi oferecido por um membro de lobby ou organização com interesses particulares na questão, e não por um observador eventual.* (BBC, 2006b; destaques no original).

### **“Jornalismo participativo”: *business, as usual***

A análise de um dos mais festejados exemplos do “jornalismo participativo”, o jornal coreano OhMyNews, 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, o OhMyNews foi lançado em 2000 – ou “na primavera do novo milênio”, de acordo com o tom triunfalista desse anúncio – com o objetivo nada modesto de “não apenas reformar a cultura da mídia coreana” mas “escrever uma nova página na história da imprensa mundial”, modificando a maneira pela qual as informações são produzidas. A linguagem bélica do manifesto de lançamento começa no título, “A revolta dos 727 guerrilheiros da notícia – uma revolução na produção e no consumo de notícias”, e se estende ao longo do texto. A principal “arma” dessa “guerrilha” é a proposição de que “todo cidadão é um repórter”, 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 pessoa que procura novidades, escreve sobre elas e as compartilha com os outros”. 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 histórias e publicar a verdade”...

Porém não é bem assim: o jornal tem um código de ética e um documento de adesão para o “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 ‘repórter-cidadão’ ao apurar notícias” e “usar métodos legítimos para obter informações, e esclarecer suas fontes quanto à intenção de realizar uma reportagem”. Porém a identificação, aparentemente, há de ser apenas verbal, porque o colaborador deve comprometer-se a “não fazer cartões dizendo que é um repórter-cidadão do OhMyNews”. 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 plágio ou uso não autorizado de material [e] a responsabilidade legal por difamação nos artigos é inteiramente do repórter-cidadão”. 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 (ou pelo menos diz fazer) a BBC.

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 remuneração simbólica e do *status* de “repórter”, ainda que não “profissional”: afinal, e a despeito do que diz a BBC, 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 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 de notícias” e o estimula a dizer “adeus à retrógrada cultura jornalística do século 20”, 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 caminhará no sentido contrário ao da mídia estabelecida: “No século 20, uma entrevista coletiva de um presidente era notícia, e as lágrimas derramadas pela pessoa amada na noite anterior não eram. Vamos agora recuperar essa face perdida das notícias” – e, referindo-se à foto que ilustra o texto (uma multidão promovendo uma queimada de grandes proporções, que impressiona pelo colorido das chamas), conclama: “vamos queimar a cultura de uma mídia que alienou os cidadãos comuns e tudo que lhes é familiar”. 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, encaixando-as nos limites do “modelo Homer” tão caro à TV Globo<sup>8</sup>. Bastaria lembrar a referência de Gomis (1991, p. 55) sobre o nascimento da *penny press*, quando empresários e jornalistas norte-americanos passaram a ver na notícia “uma mercadoria capaz de atrair um público que até então estava alheio aos periódicos”, e portanto “não deveria ser apenas a comunicação de um fato distante, importante ou curioso, mas poderia estar na cidade, no bairro. Não era o que faziam os reis nos palácios, podia ser qualquer coisa. Com uma condição: que desse o que falar”. A propósito, Gomis cita a “definição” de Arthur McEwen, um ex-colaborador de Hearst: “notícia é tudo o que faz as pessoas exclamarem ‘nossa!’”. Algo, aliás, bem adequado ao título do jornal coreano, que seria inspirado na expressão “*Oh, my God!*”, ou, para ser coerente com o espírito de síntese anglo-saxão, simplesmente “*Oh, my!*”. É como se tivéssemos um jornal intitulado “*Nossa!*”.

Como projeto empresarial, não há dúvida do sucesso: nos seis anos de atividade, os “727 guerrilheiros” iniciais saltaram para quarenta mil e a redação, então embrio-

<sup>8</sup> “Modelo Homer” é uma alusão ao comentário de William Bonner, editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional (o telejornal de maior audiência no Brasil), que em várias ocasiões comparou – sem ironia – o “espectador médio” do telejornal ao personagem Homer Simpson, do famoso seriado de animação veiculado pela Fox. A comparação rendeu polêmica quando o professor Laurindo Lalo Leal Filho relatou, na revista *Carta Capital* de 5 de dezembro de 2005, o mal-estar causado entre ele e demais colegas da USP, que visitavam a Rede Globo, diante dos critérios de edição evidenciados naquele encontro.

nária, passou a contar com 35 profissionais. A versão internacional, em inglês, vem sendo publicada desde 2004, com cerca de 1300 “repórteres-cidadãos” em aproximadamente cem 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 mil “repórteres-cidadãos” nessa nova empreitada, e planeja chegar a quarenta mil em dois anos<sup>9</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.

### 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 (*in* Traquina, 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 do jornalista A. J. Liebling (“a liberdade de imprensa está limitada a quem possui um jornal”) 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”).

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>10</sup>.

<sup>9</sup> “OhMmyNews Japan Debuts” (28 de agosto de 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=)

<sup>10</sup> Tal é o convite do site Mr. Paparazzi ([www.mrpaparazzi.com](http://www.mrpaparazzi.com)), que incentiva o público a enviar fotos e vídeos de gente famosa, de artistas e jogadores de futebol a integrantes do Big Brother do momento. Os apelos pulsam na tela: “fique rico logo”, “seja um milionário”, “ganhe uma incrível fortuna”, “ganhe rios de dinheiro com flagrantes de celebridades”,

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

O contexto é precisamente esse que começou a se configurar nas últimas décadas do século XX, com as profundas transformações por que o mundo passou, e que têm na queda do Muro de Berlim seu símbolo mais eloqüente: criam-se então as condições para o fortalecimento e a proliferação de uma multiplicidade de movimentos sociais refratários às formas tradicionais de organização política legitimadas nos tempos da bipolarização ideológica e, portanto, avessos a qualquer ação orientada por um comando unitário. Trata-se de uma contestação prática às formas tradicionais de militância, em torno de sindicatos, partidos políticos e organizações semelhantes, acusadas de uma rigidez incapaz de absorver a diversidade das demandas que agora transbordam. A justeza da crítica não evita, porém, o risco de uma atomização aparentemente explosiva mas realmente pouco eficaz como ação política, e até mesmo passível de resultar no mais radical conservadorismo, pois, em nome de um “respeito às diferenças” que resvala para um improvável retorno à “pureza” cultural, termina-se por demarcar de maneira estanque o campo social, no caminho inverso à desejável – e conflituosa – integração entre distintas culturas (Young, 2002).

Ao mesmo tempo, avança o processo de globalização neoliberal com tudo o que ele representa de instabilidade social e destruição de direitos consagrados nos moldes do Estado do bem-estar. Mas não sem uma sugestiva contrapartida: a substituição das políticas públicas pelas ações de voluntariado, apresentadas positivamente como o incentivo e o fortalecimento de laços de solidariedade, e o estímulo à iniciativa dos cidadãos que deixariam de aguardar eterna e passivamente pelas providências do Estado e resolveriam substituí-lo, cada um “fazendo a sua parte” – e não, como seria esperável de um efetivo exercício de cidadania, exigindo do Estado o cumprimento de suas responsabilidades.

É também neste quadro que floresce a suposta “fluidez” pós-moderna, de contestação ao saber institucionalizado, à ciência e à própria razão, de tal forma que todos os discursos passam a ter a mesma validade, igualando-se justamente pelo fato de serem “diferentes”, mas jamais superiores ou inferiores em relação aos demais. O jornalismo não escaparia desse enfoque: é evidente que, se tudo se equivale, não haveria por que conferir a essa atividade uma autoridade especial; é apenas um discurso, mais um entre tantos. Todos somos jornalistas, tudo é jornalismo, como todos somos artistas e tudo é arte (como diz Maffesoli, *in* Vattimo *et al.*, 1990), tudo é ciência, tudo é absolutamente importante e espantosamente banal.

Esse terreno propício à desqualificação das instituições e, conseqüentemente, ao apelo à ação direta, fertiliza-se com as novas tecnologias, que tornam aparentemente

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.

viável a expressão igualitária de “todos”, e facilita a disseminação do elogio às manifestações espontâneas dos marginalizados, vistas como mais legítimas porque supostamente infensas a qualquer comando manipulador<sup>11</sup>. É assim que se dá a confusão entre o estímulo a projetos voltados para a participação comunitária – tão freqüentemente apropriados pelas grandes empresas na famosa fórmula do “resgate da auto-estima” dos “excluídos”, que desvirtua e dilui o sentido político da cidadania – e os requisitos necessários à tarefa de informar. O comentário de Ramonet (*in* Moraes, 2003, p. 251) é esclarecedor:

Quando refletimos sobre a comunicação dominante ou sobre a comunicação alternativa, o que as duas têm em comum é o fato de que são comunicação e de que não é possível comunicar-se bem de qualquer maneira: é preciso uma série de técnicas.

É nesse quadro que se podem expor as considerações sobre o óbvio que, de tão esquecido, chega a parecer surpreendente. Em primeiro lugar, a obviedade que se esconde no estímulo a “ir à luta e produzir suas próprias notícias”, pois “as pessoas” 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 –, têm seus prosaicos afazeres da vida cotidiana e, subsidiariamente, ainda se dispõem a “comunicar”.

Em segundo lugar, a surpreendente obviedade resultante da constatação de que o jornalismo é uma profissão, uma atividade exercida por alguém que a ela dedica seu tempo de trabalho e daí retira o seu sustento<sup>12</sup>. Uma atividade que exige uma quali-

<sup>11</sup> A propósito, Martín-Barbero (*in* Moraes, 2006) tem uma postura bastante crítica. É verdade que ele sustenta a hipótese de uma “nova episteme” inaugurada pela tecnologia digital, subscrevendo a interpretação de Appaduray de que “é através da imaginação que o capitalismo atualmente disciplina e controla os cidadãos, sobretudo através dos meios de comunicação”, o que, além de não constituir novidade (pois trata-se em rigor do controle ideológico exercido desde sempre), leva a menosprezar o controle brutal dos aparelhos repressivos no cotidiano das cidades e dos exércitos nas guerras cada vez mais devastadoras, deslocando a luta política para esse campo “da imaginação”. Mas, a respeito do apelo à ação direta, Martín-Barbero afirma: “o vazio de utopias que atravessa o âmbito da política vem sendo preenchido nos últimos anos por um excesso de utopias provenientes do campo da tecnologia e da comunicação: ‘aldeia global’, ‘mundo virtual’, ‘ser digital’, etc. E a mais enganosa de todas, a ‘democracia direta’, atribuindo ao poder das redes informáticas a renovação da política e substituindo as ‘velhas’ formas da representação pela expressão viva dos cidadãos, seja votando em casa através da internet, seja emitindo telematicamente sua opinião. Estamos diante da mais enganosa das idealizações, pois, por trás da celebração da imediatividade e da transparência das redes cibernéticas estão sendo solapados os fundamentos mesmos do ‘público’, isto é, os processos de deliberação e de crítica, ao mesmo tempo que se cria a ilusão de um processo sem interpretação nem hierarquia, se fortalece a crença em que o indivíduo pode prescindir da mediação social para comunicar-se e se desconfia de qualquer figura de delegação e representação”. A propósito, Moraes (2003, p. 211) já deixava claro que as possibilidades da internet como espaço de luta política teriam de ser vistas como complementares às tradicionais formas de mobilização coletiva: “Apontar a Internet como ferramenta comunicacional de novo tipo em absoluto significa subordinar as lutas políticas ao avanço tecnológico, ou ainda aceitar impulsos voluntaristas que tendem a menosprezar as mediações sociais e os mecanismos clássicos de representação política”.

<sup>12</sup> É claro que esta é uma afirmação que passa ao largo da discussão sobre as particularidades que caracterizariam uma profissão (por oposição a uma “ocupação”, ou uma “atividade geral”), e que acabaria remetendo à recorrente questão sobre a necessidade ou não de uma formação superior (e específica) para o exercício do jornalismo. Essa discussão implicaria um confronto entre distintas abordagens teóricas – por exemplo, a perspectiva funcionalista, que vincula o saber prático com o saber teórico, acumulado ao longo de um determinado período de formação, além de determinadas

ficação específica: o conhecimento de determinadas técnicas e uma formação capaz de dar ao profissional condições de mover-se nesse terreno conflituoso em que tantos interesses disputam o espaço midiático, além das imprescindíveis referências éticas envolvidas na tarefa de informar<sup>13</sup>.

Finalmente, a obviedade relativa à confusão entre o trabalho jornalístico – o exercício de uma profissão que implica a responsabilidade na apuração e divulgação das notícias – 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.

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”.

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 bom senso crítico, como queria Gramsci: qualquer interferência “externa” é vista como uma insuportável tentativa de dominação, de sufocação de uma expressão “naturalmente” autêntica.

competências técnicas e de uma ética própria (o que frequentemente resulta no formalismo dos padrões rígidos de identificação), e a perspectiva interacionista, que encara as profissões como produto de uma hierarquização oriunda da divisão social do trabalho. Parece-me, porém, que o papel de mediador, exaustivamente discutido aqui, e as competências que lhe estão atribuídas, sustentam melhor a afirmação do jornalismo como profissão, ressaltando-lhe o caráter político, além desse, mais banal, do emprego do tempo e da correlata remuneração, que distingue um profissional de um amador dileitante.

<sup>13</sup> O breve balanço que o jornalista e professor Manuel Pinto – portanto, não uma “pessoa” qualquer, mas um estudioso do tema – faz da trajetória de seu blog é significativo: surgido a partir do questionamento de uma aluna a respeito das novas fontes que esse instrumento representaria, o “Jornalismo e Comunicação” aglutinou rapidamente muitos colegas; porém, com a conclusão da parte curricular daquele mestrado, a maioria dos participantes retornou às suas atividades profissionais e a tarefa de alimentar o blog ficou principalmente com o professor. “É um trabalho difícil de agüentar, 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 actividade 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” (Manuel Pinto, em conversa com a autora, por e-mail, em 12 de setembro de 2005).

A essa análise de base será preciso acrescentar questões que o jornalismo atual enfrenta, como resume Pinto (em conversa com a autora, por e-mail, em 12 de setembro de 2005):

(...) julgo que os desenvolvimentos dos últimos cinco anos na nossa área mostram que os parâmetros de análise e avaliação estão a sofrer fortes questionamentos. Há zonas de crise e de indefinição não apenas suscitadas pelas diferentes modalidades do dito “jornalismo participativo”, mas motivadas também pela crise do jornalismo e dos respectivos veículos. Pela minha parte, sustento que o papel da edição de informação de actualidade se torna a cada dia mais necessária, mas é provável que essa função vá ter de coexistir com formas diversificadas de produção dos cidadãos que uns chamarão jornalismo e que serão, em qualquer caso, a multiplicação de pólos de enunciação e a amplificação dos círculos de produção de informação e de opinião na sociedade. Essas tendências, a continuarem e a consolidarem-se, constituirão igualmente plataformas relevantes de acompanhamento e de escrutínio público dos *media* e do jornalismo, o que me parece ser um processo social do maior alcance.

Trata-se, propriamente, da ampliação do conceito de opinião pública, que cai na rede para estender-se e ao mesmo tempo complicar-se com as múltiplas e simultâneas manifestações próprias do meio.

### **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 comezinhas 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 “cidadão jornalista” 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”, afirmam 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 da imprensa livre” e resultado de um esforço através do qual os colaboradores do livro superaram “o risco de perder o emprego e de entrar para a lista negra das empresas”.

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>14</sup>.

<sup>14</sup> No dia 1.º 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 1300 pessoas reféns, entre crianças, pais e professores. O seqüestro 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 Manual, publicado em junho de 2005, a BBC, além de outras orientações (como jamais entrevistar um seqüestrador ao vivo nem divulgar, ao vivo, vídeos ou áudios produzidos por seqüestradores), determina “uma defasagem durante a transmissão ao vivo de matérias sensíveis, como o cerco a uma escola ou o seqüestro 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” (cf. BBC, Manual, seção 11, “Guerra, Terror e Emergências”, subitem “Seqüestros, raptos, tomada de reféns e cercos”, 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

As providências dessas redes demonstram a tentativa de manter as rédeas do processo de informação, apesar de nem sempre o conseguirem – o caso Monica 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 o processo de “mimetismo midiático” funciona, 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.

Para recolocar a questão nos trilhos, será preciso recuperar o referencial de autoridade do jornalismo como mediador implicado ao “quarto poder”, ainda que seja preciso desmistificar esse conceito e apontar o papel necessariamente político dessa mediação. Por isso, não há dúvida de que o testemunho (inclusive fotográfico ou videográfico) do cidadão sempre será importante, porém necessariamente como fonte a ser adequadamente checada. Mesmo porque, à parte os riscos de deturpação, tende-se à reprodução do mesmo processo de “cegueira pelo excesso” que as grandes redes de televisão produzem a partir da profusão de imagens. No limite, chega-se 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 registrados 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.

“O que, de fato, Soler propõe à nossa reflexão”, diz Pinto, “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?”

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 bibliográficas

- BBC (2006a) ‘User generated content’, in *Editorial Policy Newsletter* n.º 2, novembro: <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/newsletter/>.
- BBC (2006b) ‘Your news, your pictures’, 13 outubro: [http://news.bbc.co.uk/2/hi/talking\\_point/2780295.stm#yourpics](http://news.bbc.co.uk/2/hi/talking_point/2780295.stm#yourpics)
- Borjesson, K. (org). (2002) *Into the Buzzsaw. Leading journalists expose the myth of a free press*, Nova Iorque: Prometheus.
- Bowman, S. & Willis, C. (2003) *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*, Stanford: The Media Center at The American Press Institute, Julho. Disponível em [www.hypergene.net/wemedia](http://www.hypergene.net/wemedia).
- Castells, M. (1999) *A Sociedade em Rede*, Rio de Janeiro: Paz & Terra (3 vols.).
- Castilho, C. (2004) ‘A vitória dos “jornalistas de pijamas”’, in *Observatório da Imprensa* n.º 295, 21 de Setembro. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=295ENO001>. Acesso em 23 de setembro de 2004.
- CURRENT TV. [www.current.tv.com](http://www.current.tv.com). Acesso a 20 de dezembro de 2006.
- Gillmor, D. (2004) *We the Media. Grassroots journalism by the people, for the people*, Stanford: O’Reilly.
- Gomis, L. (1991) *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*, Barcelona: Paidós.
- Harvey, David. *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Loyola, 1993.
- Le Meur, L. (2005) “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 de dezembro.
- Maffesoli, M. (1990) ‘La sociedad en la posmodernidad’, in Vattimo, G. et al. (1990) *En torno a la Posmodernidad*, Barcelona: Antropos, pp. 103-110.
- Malheiros, J. (2005) ‘O método Wiki’, in *Público*, 11 de outubro.
- Martín-Barbero, J. (2006) ‘Técnicidades, identidades, alteridades: deslocalizações e opacidades da comunicação no novo século’, in Moraes, D. de (org.) (2006) *Sociedade midiaticizada*, Rio de Janeiro: Mauad.
- Moreira, V. (2005) ‘O “quinto poder”?’’, in *Público*, Lisboa, 23 de agosto.
- Moretzsohn, S. (2003) ‘Jornalismo, mediação, poder: considerações sobre o óbvio surpreendente’. Artigo apresentado no *I Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo*, Brasília: UnB, 29-30 de Novembro.
- Pinto, M. (2005) ‘O jornalismo inútil’, in *Jornalismo e Comunicação* (<http://mediascopio.wordpress.com>), 26 de agosto. Último acesso em 26 de agosto de 2005.
- Ramonet, I. (2003) ‘O poder midiático’, in Moraes, D. de (org.) (2003) *Por uma Outra Comunicação. Mídia, mundialização cultural e poder*, Rio de Janeiro: Record, pp. 243-254.
- Tuchman, G. ‘ (1993) ‘A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas’ in Traquina, N. (org.) (1993) *Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’*, Lisboa: Vega, pp. 74-90.
- WIKIMEDIA: <http://wikimediafoundation.org>
- Yeon-Ho, O. (2004) ‘The revolt of 727 news guerillas. A revolution in news production and consumption’ in *OhMyNews*, 19 de Fevereiro. Disponível em: [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).
- Young, J. (2003) *A Sociedade Excludente – Exclusão social, criminalidade e diferença na modernidade recente*. Rio de Janeiro: ICC/Revan.