Reflexões acerca da Internet como ambiente de comunicação pública[1]

Gabriela Maria Farias Falcão de Almeida[2]
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

RESUMO

Este artigo proporciona uma discussão acerca da Internet como espaço de comunicação pública. São discutidas perspectivas diferentes acerca da possibilidade de os ambientes de discussão virtual preencherem os requisitos de esfera pública abordados por Jürgen Habermas: espaço aberto a todos os interessados e permeado pela argumentação e contra-argumentação com o intuito do entendimento comum. Para entender tais questões, é preciso também perceber as características do referido *medium* e como se dão as relações dos usuários entre si e com os jornalistas.

PALAVRAS-CHAVE: Internet, esfera pública, interatividade, media.

1 Introdução

Assunto de divergência entre diversos autores, a Internet é entendida por uns como um possível fator de fortalecimento de práticas democráticas (ESTEVES, 2003); outros autores (PAPACHARISSI; 2002; 2010), com um olhar menos otimista, questionam a possibilidade de ser considerada esfera pública nos termos argumentados pelo filósofo alemão Jürgen Habermas (2003), que a caracterizou como ambiente aberto a todos e permeado pela troca racional de argumentos com o objetivo de um entendimento mútuo.

Para estabelecermos uma discussão que questione o caráter democratizante da Internet, é importante que ela esteja ligada às características do *medium*, pois constituem elementos fundamentais para que possamos entendê-lo e, a partir da pesquisa empírica, podermos chegar a conclusões. Uma das peculiaridades dessa ambiência virtual é a convergência de diferentes mídias, como a TV ou o rádio, em um só ambiente. O jornalista, a partir disso, pode, por exemplo, lançar mão de imagens ou áudios de

[1] Trabalho apresentado na Divisão Temática 5 - Multimídia, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] É bacharel em Comunicação Social/Habilitação em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) e, atualmente, está na graduação de Ciências Sociais na UFPE. E-mail: gfalcaoalmeida@gmail.com

entrevistas para embasar as informações transmitidas. Além disso, da mesma forma que nos veículos impressos, existe um espaço de expressão do leitor. No caso dos jornais, a seção das cartas dos leitores representa essa ligação do público com o meio de comunicação. Já na Internet, destacam-se os comentários às notícias, em que os indivíduos interagem entre si e com os próprios repórteres, mostrando ideias e opiniões a respeito de diversos assuntos. Com o mesmo objetivo, o correio eletrônico permite uma comunicação direta entre o leitor e o profissional, abrindo espaço para críticas e observações.

E, no presente artigo, é proposta uma discussão teórica acerca de como os profissionais da comunicação lidam com o público que reage por meio dos comentários e também como são conduzidos os comentários *online*, ressaltando as características proporcionadas pelo espaço público virtual, como o anonimato ou o distanciamento físico.

2 A Internet em meio às mudanças no espaço público

João Pissarra Esteves (2003), no texto "Sociedade de informação e democracia deliberativa", faz uma longa abordagem sobre a Internet, mostrando perspectivas críticas e favoráveis ao *medium*. O estudioso português argumenta que ela, certamente, não será a chave para todos os problemas da democracia a partir da garantia das condições de uma discussão pública e processo deliberativo (ESTEVES, *Ibidem*, 2003, p. 195). Da mesma forma, Esteves discorda da visão pessimista, que mostra o novo *medium* como promotor do segregacionismo e seus usuários como seres alienados e diminuídos. O pesquisador promove toda uma discussão para mostrar que a Internet não vem trazer problemas novos para os media. Ela, na verdade, apresenta deficiências que também são vistas nos demais meios de comunicação. Uma delas é a seletividade/segregacionismo. A respeito disso, o autor discorre:

> A Internet é selectiva e produz segregação social, quer no interior do chamado mundo desenvolvido quer, e sobretudo, em relação aos países pobres, mas de um modo diferente daquele que se verifica com outro tipo de tecnologias (da comunicação e informação ou outras), ou no acesso aos bens em geral. A Internet não vem criar um problema novo a este nível, quanto muito poderá vir agravar um certo estado de coisas já existente, e mesmo isto é discutível e pode, também, ser reversível num futuro não muito distante (2003, p. 191).

Esse segregacionismo não decorre exclusivamente de processos econômicos e também não é algo exclusivo do referido *medium*. Os demais meios de comunicação também trazem esse problema. Nem todos têm acesso ou mesmo sabem usar os meios de comunicação de um modo geral. Esteves (*Ibidem*, p. 191) mostra que, ao contrário do que muitos críticos abordam, a estrutura dos custos e o nível de competências exigidas não têm ocasionado uma impossibilidade de desenvolvimento do *medium*. Isso é verificável pelo rápido crescimento em diversos países, incluindo os subdesenvolvidos. O autor faz críticas, mas ao mesmo tempo mostra uma visão otimista acerca do contexto desse novo *medium*:

> Estamos ainda muito longe de uma plena democraticidade na utilização das novas tecnologias – e neste caso, ao contrário do que os seus apologistas querem fazer crer ou deixam supor; mas nada indica, também, que a selectividade e o segregacionismo que estas tecnologias produzem sejam de uma ordem superior ou, muito menos ainda, que não possam vir a ser superados. Para todos os efeitos, também aqui o factor decisivo não é de ordem tecnológica, mas política: não é a Internet que mina a democracia, mas uma dada ordem social que poderá vir a limitar a Internet nas suas potencialidades democráticas (ESTEVES, *Ibidem* 191).

Além disso, a Internet é tão vulnerável à manipulação e ideologização quanto os outros meios de comunicação ou, mesmo, as interações no cotidiano (ESTEVES, *Ibidem*, p. 192). Feitas as ressalvas, o autor aponta as características mais importantes do *medium* em questão: *capacidade interacional e capacidade comunicacional* (as novas tecnologias disponibilizam uma quantidade ilimitada de informações aos usuários). Para ele (p. 193), a informação é um recurso essencial à comunicação, de modo que pode representar condições potencialmente revitalizadoras dos discursos que poderão ser produzidos, da comunicação pública e de uma democracia deliberativa. Ele acrescenta que sociedades cada vez mais complexas necessitam de quantidades muito elevadas de informação. A Internet, então, poderia vir suprir essa necessidade.

Outra característica apontada por ele é o das *capacidades interativas*. O correio eletrônico ou os fóruns de discussão são claros exemplos disso, pois indivíduos situados a milhares de quilômetros de distância podem simultaneamente trocar mensagens e debater sobre diversos assuntos sem precisarem se conhecer pessoalmente. Porém, segundo o autor, essas interações não significam um sinônimo de democracia. Na

perspectiva dele (ESTEVES, *Ibidem*, p. 194): "[...] a interacção social não faz a democracia, mas sem interação, a democracia nunca seria possível (e a democracia deliberativa muito menos)". Apesar disso, para ele, a troca regular de informações e serviços permite aos utilizadores uma participação cívica mais intensa, conferindo consistência à possibilidade de reforço da democracia. E essa ideia, na visão de Esteves (*Ibidem*, p. 196), implica de alguma forma numa reativação do Espaço Público, devido ao reforço de suas redes de comunicação: maior extensão, mais participação, melhor informação, fluidez e bidirecionalidade.

O autor aponta que a Internet vem se juntar aos outros meios de comunicação e suas redes ajudam no trabalho de construção de maior autonomia para os indivíduos. Em comparação com os media convencionais, ele argumenta que:

> [...] enquanto os mass media são basicamente dispositivos de formação de juízo, eles próprios (através dos seus profissionais ou dos diversos porta-vozes que a eles têm acesso), reduzindo assim os públicos a uma atitude mais passiva, nas redes de comunicação da Internet, o apelo (necessidade) aos próprios participantes para formarem as suas opiniões é muito maior, sendo cada um chamado de uma forma mais efectiva a exercer julgamento, a *tomar posição* – seja pela grande diversidade de opções que se apresentam (a requerer escolhas, opões por parte dos utilizadores), seja pela possibilidade (inevitabilidade) de uma participação muito mais afirmativa (interactividade e multidirecionalidade dos fluxos) (ESTEVES, *Ibidem*, p. 198).

Os comentários dos leitores podem estar inseridos nessa questão de tomadas de posicionamentos, pois aos usuários é dada a possibilidade de mostrarem suas visões sobre diversos assuntos e interagirem com diversos outros participantes. Trata-se de uma forma de expressão individual que pode ser partilhada coletivamente. Esteves argumenta que:

> [...] não se podem extrair generalizações do tipo: os utilizadores da Internet não são sujeitos incapazes de avaliar reflexivamente as conseqüências sociais das mesmas ou conseguir desenvolver as aptidões correspondentes à consecução de tais objectivos (*Ibidem*, p. 190).

Com uma visão menos otimista, é possível perceber árduas críticas ao pensamento habermasiano no texto "The virtual sphere: the Internet as a public sphere". Nele, Zizi Papacharissi (2002) tece toda uma rede de argumentos para mostrar que a

Internet não se constitui uma esfera pública no sentido em que Habermas a aborda, mas sim um espaço público, ou seja, um ambiente em que a discussão (permeada de argumentação) não é algo prioritário. A autora ressalta que a Internet não necessariamente significa um fortalecimento da democracia, pois, de acordo com o argumento central dela, uma maior quantidade de informações não é sinônimo de participação dos usuários. A autora resume a ideia no seguinte trecho:

> Por outras palavras, parece que a Internet e as tecnologias relacionadas conseguiram criar um novo espaço público para a discussão política. Este espaço público facilita, mas não assegura o rejuvenescimento de uma esfera pública culturalmente revitalizada. O acesso barato, rápido e conveniente para mais informações não significa necessariamente tornar todos os cidadãos mais informados ou mais dispostos a participarem da discussão política. Uma maior participação na discussão política ajuda, mas não garante uma democracia mais forte. As novas tecnologias facilitam uma maior, mas não necessariamente mais diversa, participação na discussão política, já que estão disponíveis apenas para uma pequena fração da população (PAPACHARISSI, 2002, p. 22).

A autora (*Ibidem*, p. 19) mostra que, quando apenas por volta de 6% da população mundial, na época da pesquisa (divulgado no Global Reach em 2001), tinha acesso à Internet, o debate sobre o caráter democratizante parece no mínimo apressado, pois as discussões políticas nesse *medium* constituem um privilégio de quem tem acesso a computadores e à Internet. Para situarmos o nosso contexto, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2009[3], o número de usuários da Internet no país é de 67,9 milhões, o que equivale a cerca de 35,7% da população de 190 milhões de pessoas (população atual). Isso significa que uma porção considerável da sociedade se vê excluída ou à margem dos debates virtuais. Para Papacharissi:

> O fato de que as tecnologias online são acessíveis a, e usados por, uma pequena fração da população contribui para uma esfera pública eletrônica que é exclusiva, elitista e longe do ideal – não terrivelmente

[3] Dados mais recentes, pois os resultados Censo 2010 ainda não foram divulgados por completo. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1708>. Acesso em 17 jun. 2011.

> diferente da esfera pública burguesa dos séculos XVII e XVIII (*Ibidem*, p.14).

A autoria aponta que as discussões são frequentemente dominadas por poucos usuários. Para a estudiosa, o potencial democratizante da Internet depende de outros fatores que não se restringem à possibilidade do acesso, mas se ampliam, por exemplo, para o conteúdo, a diversidade ou o impacto das discussões políticas.

Papacharissi (*Ibidem*, p. 17) acrescenta a característica da fragmentação encontrada em muitas salas de "chat", em que os indivíduos sobre tópicos aleatórios e sem um entendimento comum sobre a importância social de uma questão particular. As conversações se tornam fragmentadas e seu impacto é mitigado. O anonimato e a falta de substância das discussões podem ser contraproducentes para a solidariedade; na visão de Papacharissi, a falta de um compromisso sólido nega o verdadeiro potencial da Internet de se constituir como uma esfera pública ideal. Na visão da autora:

> A nossa experiência política online tem mostrado que até agora a Internet apresenta um espaço público, mas não ainda constitui uma esfera pública. Apesar disso, é uma ferramenta útil e pode servir para fornecer um *feedback* direto para os representantes políticos. As suas capacidades técnicas permitem discussões entre eleitores e representantes, e o relativo anonimato encoraja os participantes das discussões a serem mais expressivas e abertos sobre afirmarem suas crenças. No entanto, as discussões políticas online são frequentemente dominadas por poucos participantes, que têm um discutível, se algum, impacto na formação de políticas (PAPACHARISSI, *Ibidem*, p. 23).

Em outro texto, Papacharissi no texto intitulado "The Virtual Sphere 2.0: the Internet, the Public Sphere and beyond" (2009, p. 236), ressalta três características que impedem a transição do espaço público (que não pressupõe a existência de debates racionais nem do entendimento mútuo) para a esfera pública (tal como abordada por Habermas): acesso à informação, reciprocidade de comunicação e comercialização. A primeira diz respeito à questão de que além da rede mundial de computadores não ser aberta a todos, a quantidade de informação não estimula a participação política dos indivíduos. A reciprocidade de comunicação se refere à questão de que, apesar da Internet proporcionar a quebra das fronteiras físicas, não garante que de fato haja entendimento mútuo de pessoas com histórias de vidas e cultura distintas. Segundo a ideia da autora (2009, p. 235), muitas discussões mostram-se amorfas, dominadas por poucos e longe de estar de acordo com o ideal de acordo racional proposto por

Habermas. Por último, a comercialização mostra que a Internet tem se transformado num ambiente subordinado aos interesses capitalistas, a partir de anúncios, compras ou vendas em detrimento de um espaço deliberativo. Segundo ela:

> A esfera pública moderna, de acordo com Habermas, importunada por forças de comercialização e comprometida com conglomerados empresariais, produz um discurso dominado pelos objetivos de publicidade e relações públicas. Consequentemente, a esfera pública se torna um veículo para a hegemonia capitalista e reprodução ideológica (PAPACHARISSI, 2009, p. 3).

Lincoln Dahlberg (2001) compara as práticas deliberativas online com um modelo normativo de esfera pública desenvolvido pelo trabalho de Habermas. Em seus estudos sobre a relação entre Internet e esfera pública, o autor refere que a rede mundial de computadores, através dos espaços de interação (sejam chats, fóruns de discussão etc), tem facilitado um discurso que repete a estrutura básica do debate crítico-racional, aproximando-a assim aos requisitos da esfera pública. No entanto, o autor observou que o discurso na rede apresenta diversos problemas que podem ameaçar essa expansão da esfera pública, no sentido do debate crítico-racional proposto por Habermas. Os fatores apontados são: crescente mercantilização do ciberespaço; a argumentação e contra-argumentação, bem como a reflexão sobre o que é lido são mínimas; muitas vezes, não há respeito pela opinião do outro participante; dificuldade em verificar a identidade dos pedidos e das informações postas; o discurso tende a ser dominado quantitativamente e qualitativamente por certos indivíduos e grupos (Idem, *Ibidem*). E tais fatores serão fundamentais na análise dos dados, pois verificaremos a existência ou não de tais aspectos nos comentários estudados.

Para poder tirar as referidas conclusões nas análises contidas no texto "Computer-Mediated Communication and The Public Sphere: A Critical Analysis", Dahlberg (*Ibidem*) partiu das condições normativas da Esfera Pública desenvolvidas durante a sua tese de doutoramento[4] a partir da Teoria da Ação Comunicativa

[4] DAHLBERG, L. The Internet and the public sphere: A critical analysis of the possibility of online discourse enhancing deliberative democracy. Doctoral dissertation in sociology at Massey University, 2000.

desenvolvida por Habermas[5]. São elas: 1) Autonomia do estado e do poder econômico (o discurso deve estar baseado nas preocupações dos cidadãos e não do sistema econômico e do poder administrativo); 2) Troca e críticas de reivindicações de validade prática e moral (o discurso crítico-racional envolve o engajamento em críticas recíprocas das posições normativas que são proporcionadas com razões e que são, com isso, criticáveis, isto é, abertas a críticas mais do que dogmaticamente afirmadas); 3) Reflexividade (os participantes devem criticamente examinar seus valores culturais, suposições e interesses, bem como o seu contexto social maior); 4) Papel ideal (os participantes devem tentar compreender a perspectiva do argumento dos outros. Isso envolve respeito de ambas as partes da comunicação); 5) Sinceridade (cada participante deve fazer um esforço sincero para dar a conhecer todas as informações, incluindo verdadeiras intenções, interesses, necessidades e desejos, como relevantes para o problema em consideração); 6) Inclusão discursiva e igualdade (pode ser limitada pelas desigualdades de fora do discurso – pelas restrições formais e informações de acesso. Pode ser limitado também pelas desigualdades dentro do discurso, em que alguns discursos dominam e outros lutam para terem suas vozes ouvidas).

3 Interatividade: a tentativa de quebra da fronteira entre jornalista e leitor

No âmbito do jornalismo, a interatividade é definida por Paulo Serra (2006, p. 7) como "[...] a possibilidade de troca de mensagens 'entre quem escreve e quem lê as notícias', como 'comunicação entre o leitor e o jornalista' que deve ir além da simples 'reacção do público a determinadas notícias'". Trata-se de um grande diferencial do jornalismo *online* das demais maneiras de se noticiar os fatos. Os *sites*, então, disponibilizam meios variados para quebrar essa "parede" que separa o jornalista do leitor, seja através de *chats*, fóruns de discussão ou e-mails. Porém, nem sempre a interatividade é vista de uma forma positiva pelos profissionais. Segundo Deborah Soun Chung:

> A Internet proporciona novas oportunidades aos jornalistas para estender seu alcance geograficamente e aumentar o seu público leitor.

[5] HABERMAS, J. The theory of communicative action, vol. one. Reason and the rationalization of society. Boston, Beacon Press, 1984.

> Contudo, também desafia os jornalistas a experimentarem novas práticas de distribuição das informações enquanto também os empurra a envolver novas vozes que são tradicionalmente excluídas dos meios de comunicação de massa (2007, p. 46).

É possível, dessa forma, perceber quanto se trata de algo que pode dividir as opiniões dos profissionais. Sue Robinson começa o artigo "Journalism and the Internet" (2006, p. 843) dizendo que: "As notícias *online* têm o potencial não apenas de fornecer aos cidadãos uma versão mais compreensiva das notícias do dia, mas também de empoderá-los (*empower them*) para que façam parte do jornalismo diário". É nesse contexto que o leitor é visto não só como um mero receptor, mas sim como alguém que mostra reflexões e leituras críticas sobre o conteúdo visto. A autora acrescenta que as notícias *online* podem dar origem a uma sociedade na qual toda opinião pode ser escrita, compartilhada e discutida.

Na perspectiva de Hans Beyers (2004, p. 4): "A interatividade traz maiores possibilidades de interação entre o consumidor e o usuário, assim como um maior controle (pelo usuário) de informação e conteúdo". Assim como a noção de Sue Robinson, o autor mostra que a interatividade proporciona ao jornalismo um grande potencial de empoderar (*empower*) a audiência. E, a partir da interação, é possível que o leitor influencie o jornalista, mostrando-lhe diversas perspectivas do mesmo assunto.

Segundo Elisabete Barbosa:

> A interactividade não será, certamente, a única diferença entre o jornalismo tradicional e o jornalismo online. No entanto, é vista como uma ferramenta fundamental na criação de novos públicos, nomeadamente entre as camadas mais jovens, onde os leitores já não são apenas espectadores, mas também participantes no processo de formação de notícias, o que poderá reforçar a capacidade de invenção de alguns cidadãos (2001, p. 6).

Frente a isso, percebe-se que a Internet comporta, por outro lado, a potencialidade de fornecer um espaço para que muitas pessoas retratem os acontecimentos à sua maneira, não necessariamente dentro do enquadramento jornalístico, e possam até publicá-los em diversos *sites* próprios – atividade que se

enquadrada no âmbito do denominado Jornalismo Cidadão (*Citizen Journalism*)[6]. Com o uso da Internet, o jornalismo participativo pode mudar o atual modelo jornalístico descendente para um fenômeno ascendente de distribuição da informação; isto sugere um modelo descentralizado, onde o público tem um maior controle e envolvimento no processo de consumo das notícias (CHUNG, 2007, p. 44). Segundo Bowman e Willis (2003 apud CHUNG, *Ibidem*, p. 44): "Ao participar dos fóruns de discussão ou blogs ou ao criar conteúdo de uso generalizado, os membros da audiência podem desempenhar um papel mais ativo no consumo das notícias".

Nas palavras de Neil Thurman (2008, p. 140): "Com aproximadamente nove milhões de *weblogs* – ou blogs [...] não há nenhuma dúvida que aqueles que têm tradicionalmente consumido notícias estão cada vez mais prontos e dispostos a produzirem conteúdos". Além disso, não é mais o jornalista quem define o que o leitor vai ler (por exemplo, a disposição visual das matérias nos jornais acaba por orientar uma ordem de leitura). De acordo com Deborah Soun Chung (2007, p. 44), "Os usuários agora tomam a decisão do que ler por si próprios e escolhem o que eles querem consumir". Assim, segundo a visão da autora, uma das maiores dificuldades para os jornalistas no ambiente *online* é a perda parcial do papel de editor.

Diante do exposto, cabe aos profissionais de notícias encararem as mudanças proporcionadas pela Internet e aproveitá-las no sentido de promover uma maior aproximação com o público. De acordo com Tanjev Schultz (2000, p. 207), "[...] a Internet dá às pessoas uma boa ferramenta para um 'jornalismo eletrônico público', que é independente das organizações midiáticas profissionais". Porém, segundo o autor, existe um problema envolvido nessa questão. Apesar de a quantidade de informações ser significativa, tal não implica uma maior (e uma melhor) participação. Papacharissi

[6] Jornalismo Cidadão é caracterizado como a intervenção propriamente dita, voluntária, das pessoas no próprio jornalismo e, consequentemente, no espaço cívico. Com as novas tecnologias, sobretudo a Internet, qualquer indivíduo pode recolher, tratar e publicar a informação. Dessa forma, os não-jornalistas, antes meros consumidores, assumem um papel de potenciais produtores da informação (COUCEIRO, 2009). O Jornalismo Cidadão pode concretizar-se de diversas formas, como por exemplo páginas de notícias em que se encontram mensagens do tipo "Esteve no local da tragédia? Mande seu depoimento ou sua imagem". Outro exemplo são os blogues em que também se percebe que os jornalistas não são os únicos a produzir e tornar públicas as informações.

(2002, p. 15) é bem taxativa em relação a isso: "O acesso a mais informação não necessariamente cria mais cidadãos informados, nem todos nós somos capazes ou estamos dispostos a assumir o desafio". Para avaliar tal aspecto, importa mais a qualidade da participação do que a quantidade de indivíduos participando. Por exemplo, diversos *sites* colocam ferramentas de participação do público, mas não os incentiva a interagir. A ferramenta está posta de uma forma que não atrai ninguém ou, então, não está numa parte visível da página. Da mesma forma, o simples uso da tecnologia não significa interatividade. A simples utilização da tecnologia não implica no contato entre o usuário e o jornalista.

Mesmo que essa interação não seja concretizada, é importante ressaltá-la, pois se trata de uma mudança nos *media* ou um caminho para tentar se transpor esse distanciamento entre leitor/espectador/internauta e jornalista. Segundo Chung (*Ibidem*, p. 43), a interatividade pode desafiar o fluxo unidirecional das mensagens, dando a oportunidade de elas seguirem um caminho bi-direcional e até multi-direcional. No mesmo texto, a autora utiliza a ideia de Gunter (2003, p. 171 *apud* Chung, *Ibidem*, p. 44) para dizer que, através da Internet, as fontes têm a possibilidade de se comunicar diretamente com o público e esse pode se comunicar não só com outros membros de tal agrupamento, como também com outras fontes, não precisando da mediação jornalística. A Internet também proporciona aos jornalistas uma extensão do alcance geográfico de transmissão e o aumento do seu público. No entanto, não se trata de algo simples para os profissionais, que muitas vezes podem não fazer uso da interatividade a seu favor. É o caso mostrado na pesquisa empírica feita por Newhagen et al. (1995 *apud* Chung, *Ibidem*, p. 46) no veículo de comunicação *online* "NBC Nightly News". No estudo, percebeu-se que, apesar da percepção de interação ter crescido pela anexação do correio eletrônico, muitos usuários reclamaram por não terem recebido uma resposta da empresa. Pior ainda: um funcionário relatou nunca ter olhado as mensagens e nem pretender fazer isso.

A partir do estudo feito com 22 *sites* noticiosos norte-americanos, Deborah Soun Chung (*Ibidem*) observou que os produtores demonstraram ter variados entendimentos sobre o conceito de interatividade e que existe uma resistência à completa adoção de

características interativas que facilitam a comunicação interpessoal. Na perspectiva dela:

> Enquanto os jornalistas se encontram pisando em campo novo com o aumento de trabalho e expectativas, a oportunidade de participação da audiência e o envolvimento com as notícias podem ajudar a tornar os jornalistas mais responsáveis. A interatividade poderia ajudar a reconstruir a prejudicada relação entre os meios de comunicação e o público, ajudando os *media* a ganharem respeito (Idem, Ib*idem*, p. 58).

A autora argumenta que o ambiente online permite à audiência mostrar as suas opiniões e comunicar entre si ou com as organizações noticiosas. Dessa forma, na visão da autora, os jornalistas devem aprender a compartilhar suas práticas tradicionalmente fechadas e permitir a participação da audiência na experiência do consumo das notícias (*Ibidem*, p. 58).

Em relação à importância da Internet, Esteves aponta:

> [...] a Internet tem sido, e poderá vir a ser ainda muito mais no futuro, um factor de amplificação e de criação de novos domínios de liberdade no seio da vida pública, possibilitando assim um meio de afirmação mais favorável das opiniões e vontades dos cidadãos (2003, p. 197).

Diante da discussão sobre interatividade, faz-se necessário outro debate, desta vez, a respeito de como se dão as relações entre jornalistas e leitores nesses espaços em que existem formas de serem transpostas as barreiras entre ambas as partes. É preciso, então, analisar como os profissionais enxergam o seu público.

4 Relações entre jornalistas e público

Em um contexto permeado por mudanças tecnológicas e, consequentemente, inovações nos meios de comunicação, a Internet passou a ser considerado o *medium* responsável por aproximar os universos até então distintos: jornalistas e leitores. E essa relação tornou-se um importante objeto de estudo. É o caso da pesquisa feita pela K. Wahl-Jorgensen que resultou no capítulo "Hating the public: the idiom of insanity and deliberative democracy" (2007). Através de um estudo efetuado num jornal local, a autora procurou observar quais as concepções que os jornalistas tinham acerca do seu

público, centrando-se na interação empreendida por meio das cartas enviadas às empresas de comunicação.

> Os jornalistas e os editores, apesar das suas visões da secção das cartas como um fórum de debate público racional, são céticos sobre o valor da secção das cartas como um espaço de livre expressão e comunicação democrática por causa do que eles percebem como a má qualidade da participação do público e a não-representatividade dos autores das cartas (WAHL-JORGENSEN, 2007, p. 135).

No estudo de caso feito pela autora, o idioma da insanidade é definido como uma referência a determinados tipos de leitores que, na perspectiva dos editores, escrevem ideias sem sentido. "Assim, mesmo que a maioria das cartas e dos escritores das cartas seja perfeitamente racional e bem-ajustada, a construção cultural dos escritores das cartas, criada e mantida através das interações sociais, é a de insanidade" (Idem, *Ibidem*, p. 137). Na verdade, esse "idioma" é uma forma de distanciar ambas as partes, uma vez que os jornalistas passaram a utilizar esse termo como uma maneira de classificar os leitores como "loucos" *a priori*. Dessa forma, acabam por menosprezar as manifestações vindas do seu público. A autora resume essa ideia: (*Ibidem*, p. 140): "[...] o idioma da insanidade deve ser visto como um veículo de expressão dos sentimentos de frustração sobre os autores das cartas em meio aos membros de uma comunidade que brinca com coisas que lhes dizem respeito". À semelhança do que acontece em várias redações, em que a "parede da vergonha" ("wall of shame") mostra os piores erros cometidos pelos jornalistas, Wahl-Jorgensen observa que também os editores da seção têm a "parede da insanidade", em que são afixadas as cartas mais "curiosas", do ponto de vista do seu conteúdo ou linguagem (Idem, *Ibidem*, pp. 139-140).

No estudo feito por Noci et al. (2010, p. 3) a partir de setes *sites* noticiosos de jornais na Catalunha, foi feita uma colocação acerca dos tipos de moderação: uma intervencionista, baseada na pré-moderação (prévia à publicação), onde a responsabilidade do jornalista no que diz respeito à qualidade das contribuições é maior; outra mais "liberal", baseada na pós-moderação.

Deborah Soun Chung aponta que:

> Muitos produtores de *sites* exploraram características interativas que facilitaram uma comunicação interpessoal. Contudo, eles eventualmente viram como desvantagem a incorporação total dessas

> características porque elas criaram um ambiente de livre troca de ideias que ficou difícil de controlar. Este tipo de ambiente também exige que os profissionais sejam mais responsáveis por aquilo que escrevem. Isso exige que as organizações noticiosas respondam as questões e aos comentários dos usuários; em suma, isso exige mais trabalho. No entanto, isso permite às organizações noticiosas verem e ouvirem o que os usuários estão dizendo. Isso permite às organizações noticiosas prestarem atenção ao que realmente importa para alguns leitores (2007, p. 57).

Devido a uma dificuldade de muitos profissionais lidarem com as formas de expressão do público e ao fato de que muitos comentários poderem trazer à tona conteúdos que revelam preconceitos e discriminações, como: racismo, homofobia, xenofobia, entre outros, muitas empresas optam por fecharem tais espaços ou por uma pré-moderação, lançando os comentários somente após serem lidos e aprovados. No estudo feito por Noci et al. (2010, p. 7), percebeu-se que muitos dos *sites* noticiosos determinam que alguns comentários podem não ser apropriados e devem ser eliminados. Isso inclui difamação, obscenidade, racismo e discriminação, além de insulto, ameaça e a promoção de atitudes ilegais. O assumir de outra identidade ou o envio de propaganda comercial ou dados pessoais (número de telefones, endereço eletrônico) também é proibido. Para os autores em questão (p. 18), do ponto de vista ético-normativo, o ideal seria que os comentários fossem moderados antes da publicação, para que apenas aqueles que respeitassem o quadro legal fossem efetivamente postados nos *sites*. Eles acrescentam que isso pode colocar um grande peso para as salas de notícias em termos de recursos humanos, mas pode ser o preço a pagar a fim de garantir um debate democrático.

Esse problema da falta de condições dos *sites* manterem o espaço dos comentários dos leitores aconteceu num dos jornais analisados por Noci et al. (*Ibidem*, p. 9): "[...] como não tinha recursos humanos suficientes na equipe *online* (com apenas um jornalista dedicado completamente ao *site*) para garantir um profundo monitoramento das contribuições, preferiu não ter comentários às notícias".

5 A participação dos leitores nos espaços fornecidos pelos media

O público, na teoria, tem a Internet como uma possibilidade de interagir diretamente não só com os profissionais dos meios de comunicação como também com

outros membros de tal forma de sociabilidade, separados fisicamente. Essa comunicação direta poderia ser útil para ambas as partes. Seguindo essa ideia, o jornalista melhoraria o seu trabalho através das contribuições e críticas dos leitores e estes, por sua vez, trocariam opiniões sobre diversos assuntos com outras pessoas espalhadas por vários lugares. Assim, a democracia contaria com um instrumento a seu favor. A pesquisa feita por Jeroen De Keyser e Karin Raeymaeckers (2010) no site noticioso holandês De Standaard analisou como o retorno (*feedback*) do público aos veículos de comunicação podem afetar o jornalismo diretamente e a democracia indiretamente. Eles chegaram à conclusão de que:

> *O feedback* do público às vezes oferece um adicional jornalístico, e às vezes as pessoas se engajam em debates importantes. No entanto, mais frequente do que não a ferramenta está sendo usada para expressar emoções extremas sem pôr adiante argumentos fundados na melhoria nem do jornalismo nem da democracia (2010, p. 1).

Os autores mostram como os comentários dos leitores podem servir como instrumentos dentro da esfera pública, bem como o jornalismo possivelmente se beneficia deles. Segundo eles (2010, p. 4), "[...] a discussão pública em resposta às notícias podiam gerar três diferentes tipos de informação úteis aos jornalistas, isto é, informações complementares, diferentes ângulos da história e correções".

Gauntlett aborda uma importante característica dos debates nesses espaços, o anonimato:

> Uma vez que os participantes não podem ver um ao outro, e não são obrigados a revelar o nome real ou localização física, existe uma margem considerável para que as pessoas revelem segredos, discutam problemas, ou até mesmo representem completas "identidades" que nunca fariam no mundo real, nem mesmo com os seus amigos mais próximos - em alguns casos, especialmente não com os seus amigos mais próximos. Esses segredos ou identidades podem, naturalmente, ser 'reais', ou podem ser completamente inventados. No ciberespaço, como diz o ditado, ninguém pode dizer se você está falando um completo disparate (2000, p. 14).

Segundo De Keyser e Raeymaeckers (*Ibidem*, p. 8), a literatura sugere que o anonimato pode ser um obstáculo à conversação honesta, mas pode ser também um incentivo para o livre fluxo de informação. Através os resultados obtidos no estudo, os pesquisadores perceberam uma significativa diferença entre os anônimos e os demais

usuários: "Pessoas que usam um nome falso estão muito mais inclinadas a fazer parte das discussões sobre os media e a comunicação. Isso pode ser um indicador do uso positivo do anonimato" (Idem, *Ibidem*, p. 8). No estudo deles, as contribuições anônimas têm um menor impacto negativo do que poderia ser esperado e, portanto, não puderam ser consideradas como um fato ligado a questões de empobrecimento da discussão. De acordo com os autores:

> Até parece que algumas pessoas usam o seu anonimato como uma máscara ao debaterem sobre os media. Nestes casos, usar um apelido pode certamente afastar o medo de ser banido pessoalmente, e consequentemente facilita o livre fluxo de informação (DE KEYSER; RAEYMAECKERS, *Ibidem*, p. 9).

Por outro lado, o professor da Universidade de Ohio, Bill Reader (2010), relata o fato de que um editor de Boston anunciou que iria coletar os reais nomes dos autores dos comentários e torná-los públicos se fosse necessário. Outros editores disseram que iriam passar a fazer o mesmo. Isso se deveu às reclamações acerca do potencial uso abusivo do anonimato. Porém, houve rapidamente reivindicações sobre a ideia, chamando-a de antitética aos princípios de imprensa livre. Depois disso, o editor voltou atrás na proposta. Esse fato mostra que essa questão do anonimato é algo que divide os profissionais.

6 Considerações finais

Os espaços de comunicação proporcionados pela Internet trouxeram à tona a necessidade de serem feitas pesquisas específicas sobre tais ambientes de interação. Devido à pertinência não só para os estudos de Comunicação como principalmente de Sociologia, as ideias de Jürgen Habermas se mostram muito úteis para se entender esse espaço de comunicação pública. É necessário, então, a partir dos estudos do alemão verificar a reflexividade, o respeito, o anonimato e a representatividade (ver se os debates são dominados por poucos usuários) preenchem os requisitos de esfera pública.

Apesar da utilização e da incorporação cada vez maior do uso da Internet no cotidiano da sociedade, os estudos abordados mostram que a quantidade de informações disponíveis na rede mundial de computadores não implica necessariamente uma maior

participação e um engajamento das pessoas nas discussões. Além disso, muitos veículos de comunicação ainda não sabem lidar bem com a relação com o seu público.

Devemos ter em mente os aspectos abordados anteriormente para podermos analisar como se dão discussões empreendidas em ambientes virtuais e percebemos suas características e a forma como os usuários interagem uns com os outros.

Referências

BARBOSA, Elisabete. **Interactividade: a grande promessa do Jornalismo Online**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf>. Acesso em: 04 maio 2011.

BEYERS, Hans. **Interactivity and online newspapers: a case study on discussion boards**. Convergence, 2004, Vol 10: 11-20.

CHUNG, Deborah Soun. **Profits and perils: online news producers´ perceptions of interactivity and uses of interactive features**. Convergence, 2007, Vol 13: 43-61.

COUCEIRO, Rui. **Jornalismo e cidadãos em interacção: estudo de caso da rubrica Nós por Cá**. In: 6º Congresso SOPCOM, Lisboa, 2009, pp.: 4344-4361.

DAHLBERG, Lincoln. **Computer mediated communication and the public sphere: a critical analysis**. Journal of Computer-Mediated Communication, 2001. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue1/index.html>. Acesso em: 04 maio 2011.

DE KEYSER, Jeroen; RAEYMAECKERS, Karin. **Bottom-up or going down? The journalistic value of open online feedback opportunities**. In: IMCR, Braga, Portugal, 2010.

ESTEVES, João Pissarra. **Espaço público e democracia: comunicação, processo de sentido e identidade social**. Rio Grande do Sul: Unisinos, 2003.

GAUNTLETT, David. Web.Studies: rewiring media studies for the digital age. London: Arnold Publishers, 2000.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003 [1962].

NOCI, Javier Díaz et al. **Comments in News, Democracy Booster and Journalistic Nightmare: Assessing the Quality and Dynamics of Citizen Debates in Catalan Online Newspapers**. In: Internacional Symposium on Online Journalism, Austin, Texas, 2010.

PAPACHARISSI, Zizi. **The virtual sphere: the Internet as a public sphere**. New Media Society, 2002, Vol 4: 9-27.
_____. The Virtual Sphere 2.0: the Internet, the Public Sphere and beyond. In: CHADWICK, Andrew; HOWARD, Philip N. **Routledge Handbook of Internet Politics.** USA: Routledge, 2009.

READER, Bill. **Banning unsigned online comments undermines the media´s role as a forum for debate**. Disponível em: <http://ajr.org/Article.asp?id=4916>. Acesso em: 27 jun. 2011.

ROBINSON, Sue. **Journalism and the Internet**. New Media Society, 2006, Vol 8: 843-849.

SCHULTZ, Tanjev. **Mass media and the concept of interactivity: an exploratory study of online forums and reader email**. Media, Culture & Society, 2000, Vol 22: 205-221.

SERRA, Paulo. **Internet e Interactividade**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-Internet-interactividade.pdf>. Acesso em: 04 maio 2011.

THURMAN, Neil. **Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content iniciatives by online news media**. New Media & Society, 2008, Vol 10: 139-157.

WAHL-JORGENSEN, Karin. **Journalists and The Public: Newsroom Culture, Letters to the Editor, and Democracy**. Cresskill, NJ: Hampton Press, 2007.