

*We Believe in Free Speech: Jornalismo Cidadão No Global Voices*¹

Falkner Moreira SILVA²
Rafael Rodrigues da COSTA³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

O Jornalismo Cidadão é uma prática que possibilita os autores darem voz aos grupos sociais menos favorecidos pela cobertura midiática, explorando e enfatizando seus discursos. Na internet, podemos observar certas divergências na cobertura da grande mídia e comunicadores ascendentes, ambos em exercício do webjornalismo. O *Global Voices* é um portal que reúne blogueiros do mundo todo e tem como missão a prática do jornalismo cidadão em prol da democratização da informação. O portal traz características de interatividade (O'REILLY, 2005), propondo que o leitor reaja ao conteúdo das páginas. Será demonstrado como o portal sugere a interação e como isso possibilita ao público a produção de conteúdo. O estudo é realizado através de observação não-participante, com descrição física e funcional do objeto em questão, além da análise de missão, linha editorial e políticas de postagem.

Palavras-chave: jornalismo cidadão; webjornalismo; interatividade; democracia.

1 - Introdução

A atividade jornalística nos meios de comunicação massivos apresenta delimitações que impedem que todas as opiniões do público sejam ouvidas e atendidas. Essas barreiras são especificações apontadas conforme a estrutura capitalista das grandes empresas de comunicação. Como qualifica Maria Targino, “os meios de comunicação de massa, inseridos no sistema capitalista, visam essencialmente ao lucro (...) portanto estão afeitos às poderosas interveniências do mercado no processo de produção de notícias” (TARGINO, 2009).

Ao tratarem as opiniões da comunidade como discurso emergente, as empresas de comunicação segmentam e hierarquizam essas opiniões, atribuindo a elas menor ou nenhum valor de noticiabilidade. A internet, como plataforma que potencializa o acesso da comunidade às informações, passa a funcionar como meio democrático de publicização de

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Rádio, TV e Internet, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UFC, email: falknerms@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFC, email: rafaelrg@ufc.br

conteúdo por qualquer usuário. Essa funcionalidade da internet é possibilitada por ferramentas como os *weblogs*.

Os *weblogs* ganharam dimensões na rede a partir de relatos de jornalistas, civis e militares da Guerra do Iraque, em 2003, sendo conhecidos como *warblogs*, que gradativamente foram abrindo caminho para a inserção da atividade jornalística na rede online (RECUERO, 2003). A apropriação de espaço das empresas de comunicação na internet deu início à estruturação do webjornalismo, “jornalismo contemplado em portais, sites, blogs, o qual reúne traços da imprensa escrita, televisiva e radiofônica” (TARGINO, 2009). As semelhanças diretas entre o jornal físico impresso e o jornalismo produzido para a internet também são ressaltados por Escobar:

E o jornalismo online, notadamente de portal, também seguiu tal padrão: tem-se uma capa ou *home* – página inicial do portal que corresponde à primeira página dos jornais impressos –, em que temos chamadas para cada seção do site, que nada mais são além de manchetes e submanchetes – frases curtas, capazes de chamar a atenção e despertar a curiosidade do internauta. (ESCOBAR, 2009)

Partindo do pressuposto de que as informações cedidas podem ou não representar o discurso da população ou segmentos da comunidade, surgem sites que prezam pela opinião particular da comunidade, como o *Global Voices*. O portal reúne blogueiros, jornalistas e cidadãos de todo o mundo para a produção de textos informativos que intensificam e repercutem a opinião dos grupos sociais desfavorecidos, aos quais a mídia massiva não dá tanto espaço para expressão.

A esta prática de favorecer opiniões de indivíduos e grupos sociais através do webjornalismo é dada o nome de Jornalismo Cidadão, “que se expande como rede social, privilegiando a participação, a colaboração do cidadão e dos grupos sociais à frente da produção de notícias” (TARGINO, 2009). O presente artigo tem o intuito de discorrer sobre a prática do Jornalismo Cidadão e as inferências de interatividade no âmbito do portal *Global Voices*.

2 – Metodologia: A proposta do *Global Voices* como jornalismo cidadão

Para discorrer sobre as características de Jornalismo Cidadão no *Global Voices*, a análise é realizada a partir do método de observação não-participante, descrevendo o objeto a partir da localização dos dados disponíveis na interface do portal *on-line*, em páginas abertas para usuários não-colaboradores e não-cadastrados.

Neste artigo, o objeto em questão é estudado a partir das perspectivas teórico metodológicas de Maria Targino (2009) e Ana Foshini e Roberto Taddei (2006), interligando este conteúdo às considerações de Tim O’Reilly (2005) sobre as particularidades da Web 2.0. Além disso, será levado em conta a missão do portal, o alinhamento editorial e políticas de postagem de notícias e de comentários para realizar uma análise objetiva e aprofundada.

2.1 – Jornalismo de fonte aberta, cidadão, colaborativo

O interesse comercial das empresas de comunicação pela plataforma *on-line* se deve aos “efeitos na rede resultantes das contribuições dos usuários” (O’REILLY, 2005), os quais as empresas perceberam como possibilidade mercadológica. A partir da inserção dos meios de comunicação massivos na web, podemos observar três momentos distintos apontados por Luciana Mielniczuk (*apud* TARGINO, 2009): i) transposição ou reprodução, no qual os conteúdos da versão impressa do jornal são digitalizados para o *on-line*; ii) semelhança ou translação, que continua com a digitalização do material impresso, mas também agrega interatividade com hipertextos; iii) webjornalismo, sites jornalísticos que inserem outros *media*, incorporando interatividade e hipertextualidade.

Assumindo que, em um primeiro momento, não há possibilidades de interação direta de estímulo e resposta, na qual o indivíduo não responde diretamente ao produtor do material, percebemos que há um indivíduo agindo como receptor passivo de informação. Nessa perspectiva, de acordo com a proposta de Mielniczuk, o usuário de sites jornalísticos caminha de um estado de consumidor passivo para agente ativo na comunicação de estímulo e resposta, devido ser incorporado à plataforma mecanismos de comentários individuais dos usuários. A interatividade, neste ponto, também pode ser observada quando, na interface da página *on-line*, há opções como compartilhamento da página através de redes sociais ou e-mail, assinatura de *feed* e *newsletter*, caixa de pesquisa de conteúdo, espaço para contato e sugestões, central de atendimento ao cliente *on-line*.

Para Pierre Lévy, interatividade “ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação”, visto que o agente receptor da mensagem não é passivo e “decodifica, interpreta, participa, mobiliza seu sistema nervoso de muitas maneiras, e sempre de forma diferente de seu vizinho” (LÉVY, 2010). Em Targino (2009),

interatividade e hipertextualidade funcionam como catalisadores para o atendimento das demandas da população, além de frisar a convergência dos meios.

Interatividade é um conceito chave para que, na comunicação, haja resposta significativa por parte do público receptor da mensagem. Não apenas o público tem a possibilidade de inserir um comentário como também expor opiniões ou produções de sua autoria. O'Reilly (2005) percebe a interatividade como um dos fatores essenciais na Web 2.0, dentre um conjunto de preceitos que potencializam o uso de segmentos da rede. O oferecimento de serviços, arquitetura de participação, *software* em múltiplos dispositivos e emprego da inteligência coletiva integram o contexto da Web 2.0 em prol da experiência de imersão na rede.

Ainda que existam diversas possibilidades de resposta por parte do usuário para o material disponibilizado *on-line*, os recursos interativos passam por “filtros” nas empresas de comunicação, desde os comentários até fatos noticiosos, como manifestações socioculturais. Esse monitoramento se destina, em alguns casos, ao cumprimento de estratégias de marketing de valorização pela imagem da empresa; a partir deste preceito, comentários e colaborações são selecionados de acordo com questões burocráticas envolvendo parcerias com outras empresas e conglomerados políticos ou econômicos.

Em oposição a estas questões, Marilena Chauí (*apud* TARGINO, 2009) destaca três segmentações na atuação da imprensa. A primeira está relacionada ao exercício da isegoria,

fundamenta-se no direito supremo à cidadania e à liberdade de expressão (...) Equivale à dimensão pública da participação dos homens na vida social e política mediante debates sobre questões de interesse geral (...) No caso do jornalismo, o exercício da isegoria corresponde ao espaço destinado à voz dos leitores. (TARGINO, 2009)

A categoria que vem em segundo é a opinião pública liberal, representando a “empresa privada como expressão de interesses particulares regulados pelo mercado e pela esfera pública de poder”, ou seja, a opinião expressa pelas linhas editoriais das empresas de comunicação (TARGINO, 2009). E em terceiro há a objetividade como ponte para o alcance da reprodução fiel dos acontecimentos, “isenta tanto quanto possível do subjetivismo e tendências ideológicas indissociáveis do jornalista como ser humano” (TARGINO, 2009).

A emergência do espaço eletrônico traz consigo o aparecimento de ferramentas que elevam exponencialmente o acesso por indivíduos não-jornalistas às opiniões em oposição do ponto de vista veiculado pelos meios massivos. Na internet, o exercício de um jornalismo livre de tendências empresariais levaria ao grande público uma perspectiva mais

próxima de indivíduos que seguem condutas diferentes da maior parte da população, como seria o caso de envolvidos com liderança comunitária, partidos políticos, e as ditas “minorias”, como prostitutas, homossexuais, negros e indígenas.

À tentativa de implementar democracia na cobertura dos fatos ampliada de vozes, personagens e opiniões damos o nome de Jornalismo Cidadão, *Open Source Journalism*, ou ainda Jornalismo de Fonte Aberta,

um tipo de atividade *on-line* participativa em que um indivíduo, uma instituição, uma organização sem fins lucrativos, ou a empresa propõe a um grupo de indivíduos de diferentes conhecimentos, heterogeneidade e número, através de uma chamada flexível e aberta, o compromisso voluntário de uma tarefa. (ESTELLÉS e GONZÁLEZ, 2012)

Às publicações que utilizam blogs como plataforma, Palacios (2009) denomina Jornalismo Difuso, ressaltando que os blogueiros, “que estão na “cena do crime”, vindo com seus próprios olhos a realidade que lhes é oferecida para enxergar”, não têm necessidade de seguir a rigor a estrutura das produções jornalísticas, bastando que estejam em posição privilegiada para relatar os acontecimentos urgentes. Para Foschini e Taddei (2006), com a chegada de tecnologias que facilitaram o acesso e publicação em rede, houve mudança no modo como as pessoas se relacionam com as informações, onde “elas permitem ao internauta deixar de ser um receptor silencioso para tornar-se um criador”.

É a partir desse caráter de promover o exercício do jornalismo cidadão que o portal *Global Voices* será analisado.

2.2 – Vozes globais

Criado em 2005 por Rebecca MacKinnon, ex-chefe de redação da CNN em Beijing e Tóquio, e Ethan Zuckerman, tecnólogo e especialista em África, o sítio *Global Voices* representa um conglomerado de blogueiros do mundo todo que se voluntariam para realizar uma cobertura dos fatos próximos ao seu contexto sociocultural, ou simplesmente traduzir para outros idiomas as produções já publicadas, promovendo uma atividade em prol da democratização das informações e produtos livres de limitações editoriais e concepções burocráticas ligadas ao capitalismo das empresas jornalísticas. Como ressalta Zafra (2007)

os profissionais de comunicação podem contribuir para que os cidadãos compreendam melhor a realidade que os circunda, sem os condicionantes com que, há muito tempo, os grandes grupos de comunicação exercem o direito que nós lhe outorgamos para velar por nossos interesses democráticos. (ZAFRA, 2007)

Segundo a descrição do portal, há mais de 1.000 colaboradores, entre blogueiros e tradutores de várias localidades do planeta. Com o Projeto Língua, são 35 idiomas disponíveis para navegação pela interface, e sob os quais pelo menos parcela das produções estão publicadas. Todas as notícias à mostra podem ser traduzidas para este número de idiomas, mas fica à disposição para que colaboradores desempenhem este encargo, pois nenhuma tradução é feita com aplicativos automáticos. No entanto, todas as notícias publicadas são traduzidas para o inglês, servindo como “idioma universal”.

Cada idioma possui um colaborador que representa a figura do editor nas empresas jornalísticas, responsável por avaliar as publicações e traduções do idioma, como no caso do português, do qual Sara Moreira é editora de “Países Lusófonos” e orienta colaboradores brasileiros, angolanos, moçambicanos, são-tomenses e portugueses.

A organização apresenta como missão potencializar a atenção sobre as formas de mídia cidadã, capacitar potencializadores de vozes cidadãs e promover a liberdade de expressão, como é proposto em seu Manifesto, publicado em 9 de abril de 2007:

Nós acreditamos na liberdade de expressão: em proteger o direito de falar – e o direito de ouvir. Nós acreditamos no acesso universal a ferramentas de expressão. Para esse fim, queremos possibilitar que todo mundo que queira se expressar tenha os mecanismos adequados para fazê-lo – e qualquer um que queira ouvir e entender essa mensagem tenha os recursos para ouvi-la e compreendê-la. (GLOBAL VOICES)

Ainda que o portal tenha um número considerável de colaboradores que exercem profissão na área da comunicação, é disponibilizado material de estudos pela equipe coordenadora do Global Voices para que haja uma padronização e formação mínima no exercício das atividades. São fornecidos material para leitura e oficinas *on-line* de forma a capacitar tecnicamente os voluntários para produção de texto jornalístico e noções de jornalismo cidadão. Em uma de suas páginas orientando para que o usuário faça parte do grupo de colaboradores, explicitam o que é jornalismo cidadão: “É o jornalismo feito por pessoas comuns, não necessariamente profissionais de mídia e sem envolvimento com a mídia tradicional. Blogueiros são, por essência, jornalistas cidadãos.”

Para se tornar um colaborador, a interface do site oferece menu específico para este fim, no qual o interessado em colaborar com a produção de texto ou apenas em traduzi-los preenche formulário com seus dados. As publicações, portanto, não serão anônimas, assim como os comentários nas publicações, uma vez que a plataforma exige identificação através de conexão com outras contas: Disqus, Facebook, Twitter ou Google (veja Figura 1). Ainda que o usuário cadastre um nome *fake*, o seu email estará registrado, possibilitando a

identificação. Sobre isso, Targino (2009) aponta que “se o jornalismo cidadão em geral e a blogosfera em particular podem ser fonte de denúncia, põem em evidência o risco efetivo de distorções e de inverdades publicadas”.



Figura 1: Estrutura para comentários nas postagens

Na produção do material jornalístico para o portal, os colaboradores procuram identificar fatos pouco abordados nas grandes empresas de comunicação, acontecimentos pouco repercutidos. Vão, portanto, à busca de construir um conjunto de elementos que demonstrem uma abordagem diferenciada das demais, priorizando a linha de discurso dos grupos sociais pouco representados na mídia. E este público, ainda que seletivo e específico, poderá interagir com o autor da publicação, através de comentários, “Não somente criticar ou elogiar o trabalho realizado, mas também apontar erros, mostrar novas versões para os fatos e acrescentar dados” (FOSCHINI; TADDEI, 2006).

A prática de “comentar” também compõe exercício de democratização da informação, devido ao espaço cedido e, conseqüentemente, utilizado para livre expressão de opiniões. Trazendo Paulo Vaz (2001) para o contexto, reflete-se que “a informação é produzida e distribuída pelos próprios consumidores de informação, que é o tipo valorizado por se aproximar do diálogo”.

A mediação também é papel exercido pelos colaboradores. O mediador, no caso, irá selecionar que informações podem constituir um relato interessante sobre o caso e, ao levarem as informações de um nicho social para a rede *on-line*, estão deixando à mostra informações que podem interessar a outros nichos específicos da comunidade; portanto, os fatos foram encaminhados de um espaço A (fonte) para um espaço B (internet), de onde foi colhido por um terceiro agente.

Se muitos podem emitir e se é fácil não atentar ao que é incessantemente produzido, como fazer para ser escutado, mesmo que cada indivíduo possa distribuir informações para todos os que estão na rede? O mediador será

aquele que não apenas facilita as expressões individuais, mas também permite a cada um encontrar seu público. (VAZ, 2001)

Para manter sua característica de organização independente, sem preceitos claramente políticos, ideológicos ou religiosos, o Global Voices mantém uma estrutura de “Doações”, para que colaboradores e público em geral possam enviar certos valores de capital, com a finalidade de que o domínio do sítio prossiga se mantendo no ar e as devidas manutenções de servidor sejam realizadas.

Sem um posicionamento definido, o portal e seus colaboradores podem produzir material de livre expressão, sem necessariamente estar em apoio a determinada visão das ocorrências. Está, portanto, em acordo com a política editorial da plataforma, proposta em seu Manifesto, no qual cita sua missão como organização sem fins lucrativos em respeito à multiplicidade de opiniões da sociedade.

Não estando regido por uma empresa com interesses econômicos e posicionamento político definido, os colaboradores podem desfrutar das possibilidades da livre expressão, um dos fatores primordiais na execução de um jornalismo cidadão, pois

“a partir do momento em que há negociação, os valores-notícia ressurgem dentro da lógica de mercado capitalista e ameaçam a filosofia central de funcionamento do jornalismo de fonte aberta, que se apoia na colaboração e no compartilhamento dos recursos tecnológicos disponíveis, de forma igualitária e descentralizada” (TARGINO, 2009).

Os leitores do Global Voices podem perceber que, na sua página inicial, há ícones que levam às redes sociais, assinatura de *newsletter* ou de RSS (Figura 2). Nas redes sociais Twitter e Facebook, o usuário poderá acompanhar as principais postagens de conteúdo de maior impacto social: são denúncias, especulações, manifestações sociais ou violência contra os Direitos Humanos. O portal possui apenas uma conta no Twitter, porém há mais de uma página disponível no Facebook, segmentação feita para distinguir as publicações por idiomas. Com a assinatura do newsletter, o usuário receberá por *e-mail* notificações sobre as principais postagens em um período de tempo, assim como a assinatura de RSS, sendo que esta “permite que alguém não apenas acesse uma página mas faça uma assinatura sendo notificado cada vez que haja mudanças na página”.

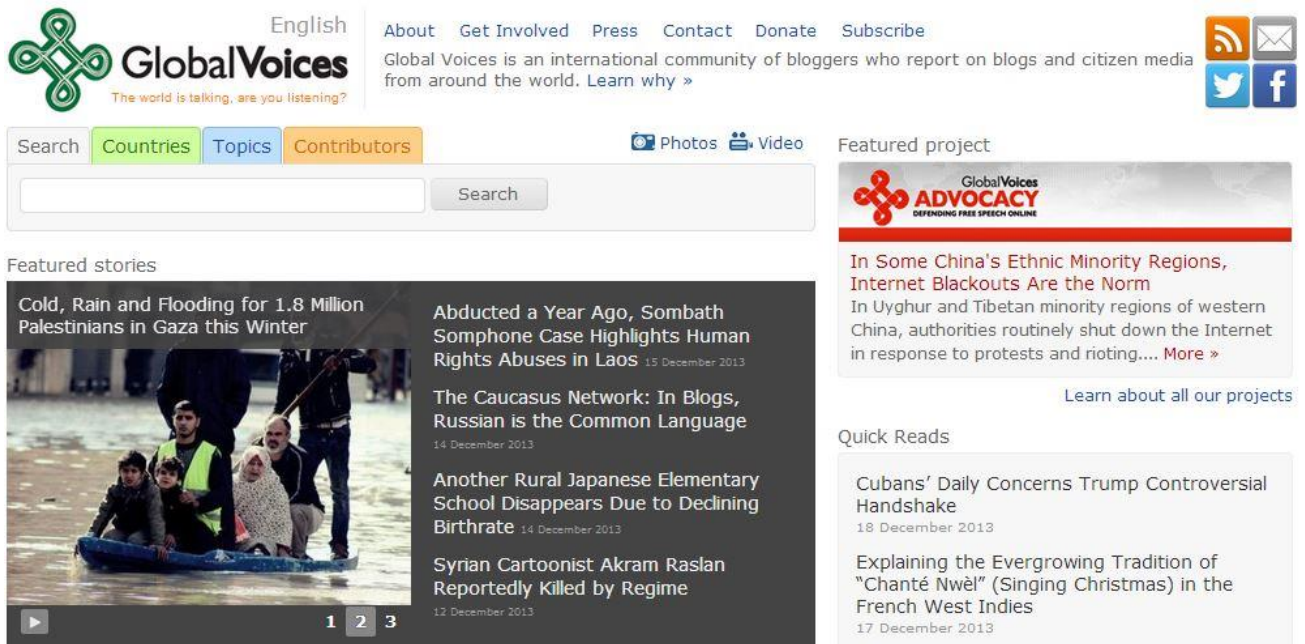


Figura 2: Página inicial do portal Global Voices

Nas páginas individuais, onde são publicadas as reportagens, os leitores podem identificar no texto a presença de *hipertextos* e *hiperlinks* (Figura 3). Estes aparatos possibilitam que outros conteúdos externos àquela página se façam presentes no contexto da publicação, estando relacionados através da inclusão de *tags* classificando as publicações como em pastas de arquivos. Para Aquino (2009) “a utilização do hipertexto como forma de escrita nos blogs resulta na proliferação de links tanto para dentro da própria página, linkando a antigos posts e arquivos, como para outros blogs e endereços externos na web”. Já os *hiperlinks*, especificamente, acrescenta diretamente à página conteúdos internos e externos, como suportes de vídeos, imagens e áudios, e sobre isso O’Reilly (2005) aponta: “Hiperlinks são o fundamento da rede. À medida que os usuários adicionam conteúdo e sites novos, esses passam a integrar a estrutura da rede à medida que outros usuários descobrem o conteúdo e se conectam a ele.”



Figura 3: Aparência da publicação com *hiperlinks*

3 – Conclusão

O desafio de se opor à mídia massiva é um risco que o comunicador corre de não ser ouvido pelo seu público pretendido. Oprimido pela possibilidade de cair na hipótese da espiral do silêncio, o discurso do jornalista não recebe a mesma credibilidade que teria se fosse veiculado em uma empresa de comunicação de grande porte.

Porém, na internet, com a ascensão dos blogs, a opinião do agente comunicador se torna válida e consegue atingir o seu público, se não todo, parte dele. O portal Global Voices é um desses mecanismos que confere maior credibilidade ao comunicador e, conseqüentemente, à informação, que devido à suposta extinção de preceitos de linha editorial, torna o discurso mais livre, conferindo maior representatividade cultural no qual o comunicador está inserido e do público que pretende atingir.

O público que se sente, enfim, representado pelo discurso que prioriza a sua opinião em particular, irá replicar estas informações, e vai além: passa a interagir com o autor da publicação, por meio de mecanismos que facilitam e possibilitam esse contato.

O jornalismo cidadão, portanto, é um diferencial quando se trata de atingir públicos desfavorecidos pela grande mídia. Além de conferir exposição das opiniões “marginais”, a prática gera potencial para alcançar um estado de mídia livre e democrática nas plataformas *on-line*.

Referências

- AQUINO, M. C. **Os blogs na web 2.0**: Representação e recuperação coletivas de informação. ESCOBAR, J. L. **Blogs como nova categoria do webjornalismo**. In: AMARAL, A. et al. Blogs.com. São Paulo: Momento Editorial. 2009.
- ESTELLÉS, A.; GONZÁLES, E. *Towards an integrated crowdsourcing definition*. Journal of Information Science. 2012. apud OLIVEIRA, V. O crowdsourcing a frente da mídia colaborativa e democrática: uma perspectiva cidadã para a Web 2.0. UFSC. 2012.
- FOSCHINI, A. C.; TADDEI, R. R. **Jornalismo Cidadão**: Você faz a notícia. Coleção Conquiste a Rede. Overmundo. 2006. Disponível em: < http://www.anacarmen.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste_a_Rede_Jornalismo_Cidadao.pdf > Acesso em: 13 de dezembro de 2013.
- MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web**: um estudo sobre o formato da notícia na escrita hipertextual. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Universidade Federal da Bahia, Salvador. 2003. apud TARGINO, M. G. Jornalismo cidadão. Brasília: IBICT, UNESCO, 2009.
- O'REILLY, T. **O que é Web 2.0**: Padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software. 2005. Tradução de Miriam Medeiros. Disponível em < <http://pressdelete.files.wordpress.com/2006/12/o-que-e-web-20.pdf> >. Acesso em: 13 de dezembro de 2013.
- PALACIOS, M. apud FOLETTO, L. **Blogosfera x campo jornalístico**: aproximação e consequências. In: AMARAL, A. et al. Blogs.com. São Paulo: Momento Editorial. 2009.
- PAVLIK, J. V. *Journalism and the new media*. New York: Columbia University. 2001. Apud TARGINO, M. G. Jornalismo cidadão. Brasília: IBICT, UNESCO, 2009.
- TARGINO, M. G. **Jornalismo cidadão**. Brasília: IBICT, UNESCO, 2009.
- VAZ, P. **Mediação e tecnologia**. FAMECOS, Porto Alegre, nº 16, p. 45 a 59, dez. 2001.
- ZAFRA, J. **Blogs**: ¿Periodismo? Participativo. In: CEREZO, J.M. (Ed.). La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital. Madrid: Fundación France Telecom España, 2007.