



**A internet e as novas possibilidades de participação cidadã
na produção e no controle da informação¹**

Carla Candida Rizzotto

Doutoranda do Programa de Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná. Docente do Curso de Comunicação Social do Grupo Educacional Opet. Professora substituta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Paraná.

Resumo

O advento da internet trouxe como promessa a alteração da forma de comunicação um-para-muitos para uma comunicação muitos-para-muitos, restringindo o controle absoluto dos grandes grupos comunicacionais e possibilitando uma comunicação diversificada e plural. Passados 15 anos de sua popularização, esse cenário ainda não foi atingido no ambiente jornalístico online. Diante dessa constatação, este artigo pretende analisar o papel dos observatórios de mídia, no Brasil e na Venezuela, como fiscalizadores da mídia e educadores do consumo midiático da população, verificando se tais observatórios oferecem para a população um espaço de participação que foi negado pelo webjornalismo.

Palavras-chave

Participação cidadã; controle da informação; internet; observatórios de mídia.

Introdução

Uma das promessas trazidas após o advento do jornalismo na internet foi a possibilidade de uma maior interação entre o jornalista e o público, que, diziam, deixaria de ser um mero receptor da informação para se tornar também produtor. A internet possibilitaria a alteração da forma de comunicação um-para-muitos para uma comunicação muitos-para-muitos, favorecendo consideravelmente a democratização dos meios de comunicação. Assim, os grandes grupos de comunicação não exerceriam mais controle absoluto sobre a informação, possibilitando uma comunicação diversificada e plural.

Mais de 15 anos após a popularização da internet verifica-se que esse cenário ainda não foi atingido. Por um lado, é clara a mudança do conceito “notícia” e de seus

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2011.



critérios de noticiabilidade. Os tradicionais critérios de atualidade, novidade, veracidade, periodicidade e interesse público cederam lugar a uma notícia interativa, não-linear, instantânea e personalizada. Por outro lado, a relação do usuário com o fazer jornalístico permanece precária. A falta de pluralismo na disseminação da informação continua sendo um dos maiores problemas comunicacionais, em especial nos países latino-americanos. Os grandes conglomerados de comunicação atrelam o jornalismo aos seus interesses políticos e econômicos favorecendo a manipulação da informação. O público, ainda guiado por critérios de credibilidade, não rompe a relação informacional com as empresas tradicionais de comunicação e não dá espaço para que outras vozes sejam ouvidas – o que poderia acontecer se as possibilidades de novas formas de comunicação advindas com a internet fossem aproveitadas.

Neste cenário surgem os observatórios de mídia que tem como funções fiscalizar o papel da mídia e educar a população para o consumo das informações, favorecendo a democratização da informação e da comunicação. Conforme veremos neste trabalho, entretanto, os observatórios na América Latina, talvez por serem meios ainda jovens, pecam por também não darem suficiente espaço para a participação cidadã na crítica da informação.

Notícia e critérios de noticiabilidade

Para classificar acontecimentos como noticiáveis, Traquina (2005) traz à tona os chamados critérios de noticiabilidade ou valores-notícia, divididos em valores de seleção e valores de construção. Os valores de seleção, que se referem aos critérios que os jornalistas usam na seleção dos acontecimentos podem ser subjetivos – como a morte, a notoriedade do ator, a proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, o inesperado, o conflito, a infração e o escândalo – ou contextuais – a disponibilidade, o equilíbrio (quantidade de notícias já publicadas e respeito), a visualidade (afinal, a notícia, apesar de textual, não pode esquecer os atributos visuais), a concorrência (o tão falado “furo” jornalístico) e o dia noticioso demandado pela redação. Os critérios de construção, por sua vez, são qualidades da construção da notícias que funcionam como guia sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido e o que deve ser prioritário na construção do acontecimento. São eles: a simplificação, a amplificação, a relevância, a personalização, a dramatização de aspectos emocionais e conflituosos e a



consonância, que determina que a notícia deve fazer parte de um contexto previamente conhecido do receptor.

Traquina alerta que “embora os valores-notícia façam parte da cultura jornalística e sejam partilhados por todos os membros desta comunidade interpretativa, a política editorial da empresa jornalística pode influenciar diretamente o processo de seleção dos acontecimentos por diversas formas” (TRAQUINA, 2005, p.93). Ou seja, interesses políticos e econômicos, por exemplo, dos donos das organizações de jornalismo podem interferir na decisão de veicular ou não determinada notícia. Ferdinand Tonnies também fala a respeito da diferente roupagem que a notícia pode adquirir dependendo do veículo em que for noticiada: “o leitor típico de jornal quer ler sua própria opinião – e a dos que comungam com ele as mesmas crenças, interesses e afiliação partidária – expressa, esclarecida e confirmada no “seu” jornal como forma de ratificação do que pensa” (TÖNNIES em MAROCCO e BERGER, 2006, p.88). Essa relação entre o público e o veículo é teorizada através dos “contratos comunicacionais midiáticos” explicados por Charaudeau (2007), que podem ser a grosso modo resumidos a partir da citação de Bourdieu, utilizada por Charaudeau em seu prólogo: “A eficácia simbólica das palavras só se exerce na medida em que aquele que a experimenta reconhece aquele que a exerce como no direito de exercê-la.” (BOURDIEU apud CHARAUDEAU, 2007, p. 65). Fazer com que o público as reconheçam como detentoras desse direito é o principal objetivo das empresas de comunicação ao buscar transmitir o chamado “efeito de verdade:

Assim sendo, podemos definir notícia como um relato construído a partir da relação entre a comunicação em si, o público receptor, os anunciantes e as empresas de comunicação. Desta relação, ou seja, da necessidade que o jornalista possui de integrar os interesses de tantos participantes do processo comunicacional é que surgem alguns padrões de manipulação da notícia. Segundo Perseu Abramo (2003), é característica do jornalismo brasileiro a manipulação da notícia - no sentido de lidar, tratar, manusear a informação. O autor descreve tais padrões: (a) padrão de ocultação, referente à ausência ou presença de fatos; (b) padrão de fragmentação, a eliminação de fatos definidos como não-jornalísticos; (c) padrão de inversão, que diz respeito a exaltação de um ponto mais que outro. Os mais comuns são: da relevância dos aspectos, da forma pelo conteúdo, da versão pelo fato e da opinião pela informação; (d) padrão de indução, ou seja, o reordenamento dos fragmentos da realidade, levando à concepção de outra realidade, e,



por último o (e) padrão global, que se refere a exposição do fato sob ângulos mais emocionais, espetaculares e sensacionalistas: a sociedade fala, referindo-se aos testemunhos dos personagens envolvidos, e a autoridade resolve, suprimindo o mal, evitando conflitos maiores e anunciando soluções a serem tomadas em relação ao acontecimento.

O risco do “manejo” da informação concretiza-se quando lembramos que “o mundo real não se divide em fatos jornalísticos e não-jornalísticos, pela primária razão de que as características jornalísticas, quaisquer que elas sejam, não residem no objeto da observação, e sim no sujeito observador e na relação que este estabelece com aquele” (ABRAMO, 2003, p.26).

A notícia em tempos de convergência

Do ponto de vista clássico, uma informação para ser notícia deve basear-se em critérios de atualidade, novidade, veracidade, periodicidade e interesse público. Tais critérios, porém, devem ser postos a prova quando fala-se de notícia digital e webjornalismo. Vejamos um a um:

- Atualidade e novidade. A transformação que se dá nesses critérios diz respeito a um acréscimo de temporalidade, quer dizer, embora a notícia parta da atualidade e da novidade, terá que trazer imbricado os vários ciclos a fim de enriquecer leituras mais exigentes.
- Veracidade. O público agora consegue acesso direto às fontes dos acontecimentos. Assim, tanto a função de watchdog atribuída aos jornalistas, tanto a de gatekeeper (ou seja, o filtro da realidade), precisam ser relativizadas.
- Periodicidade. Uma das características que mais deixou de fazer sentido, já que a periodicidade agora deve se articular com acontecimentos do mundo todo e não podem esperar pela formalidade da edição.
- Interesse público. Na notícia digital o interesse público cede lugar ao interesse individual, pois a notícia é direcionada agora a cada usuário e não a um público massivo. Quer dizer, a satisfação do leitor do jornal se dá quando a informação disponível é personalizada e adaptada aos seus interesses.

É por causa dessas mudanças de critérios que não faz mais sentido – e há muito tempo – que o conteúdo jornalístico da internet seja a mera transposição do conteúdos impresso, como era no período de experimentação do novo meio. A superficialidade



com que foi feita a transição de um meio para outro não é falha apenas do jornalismo online, porém, ela se dá naturalmente quando da transição de meios tradicionais para novos meios, assim como se deu quando o conteúdo do rádio passou a ser disponibilizado através da junção com imagens – como foi quando surgiu a televisão.

A notícia na web demanda uma nova linguagem baseada em pressupostos de interatividade, traduzida na capacidade de promover um diálogo efetivo entre fonte-jornalista, jornalista-leitor, leitor-anunciante e leitor-leitor, aproximando os vários interlocutores presentes no processo, quer dizer, o leitor passa a ser co-produtor da notícia interferindo nos vários estágios do processo; hipertextualidade, relacionada com a linguagem não-linear que tem lugar na web, ela permite que a notícia seja estendida para outras instâncias e outros momentos, explorando a confluência de imagens, história, documentos, opiniões etc.; instantaneidade, já que estamos perante novos *timings* informativos num momento em que os acontecimentos de outras partes do mundo não podem esperar para ser noticiados; personalização, que, como já visto, substitui o interesse público dando lugar ao interesse individual; e, a multiplicidade de recursos e ferramentas técnicas disponíveis na rede.

É por tudo isso que como desafio fundamental da produção da nova notícia destacam-se a articulação de elementos, a conjugação de interfaces e a valorização das relações entre o leitor, o meio e o produto. A possibilidade de estender a notícia para dimensões só agora possibilitadas pelo suporte técnico, confere valor a notícia se respeitados os níveis de profundidade esperados pelo leitor.

Apesar das possibilidades advindas com a transformação do modo de fazer notícia na internet, a relação de interação do usuário com a informação ainda não progrediu conforme foi professado. A partir disso surge o interesse na relação entre a nova forma de comunicação, os grupos de comunicação tradicionais, o público e a notícia online, que será discutida a seguir.

Interação entre a informação e o usuário

A forma de comunicação “muitos-muitos” trazia a promessa de que a internet diminuiria o monopólio da informação exercido pelas elites que possuem o poder de comunicar, diversificando os pontos de vista e permitindo, portanto, que o indivíduo transforme o modo de pensar, deixando de ser influenciado por tais elites. É por isso que a internet é vista por alguns autores, como Manuel Castells e Pierre Levy, como a



chance de revigorar a esfera pública argumentativa: ela concede o direito de expressão aos indivíduos sem se deparar com as barreiras impostas pelas indústrias da informação e do entretenimento, e oferece a chance de reciprocidade discursiva. (MARQUES, 2006).

O problema é que, conforme já visto neste trabalho, a necessidade da criação de filtros diante da grande quantidade disponível de informação compromete a concretização desta promessa. Vaz (2004, p.129) explica que “diante do tempo requerido para encontrar informações diferentes e se certificar de sua credibilidade, o indivíduo teria tendência a preferir o já conhecido.”

Trazendo essa questão especificamente para o jornalismo é importante lembrar que num esquema de comunicação tradicional, de um para muitos, as funções do jornalista e do seu público estão claramente estabelecidas. No entanto, no ambiente do jornalismo online, em que os leitores têm acesso, por vezes, às mesmas fontes de informação que os jornalistas e, facilmente, podem publicar na rede assumindo-se até como jornalistas, as relações e procedimentos nos dois grupos estão sendo redefinidos. A função do jornalista como gatekeeper, por exemplo, se transforma, já que o jornalista não é mais selecionador do que é ou não notícia, mas sim um intérprete e um controlador da qualidade do que é publicado.

Quadros (2005) explica que o jornalismo digital, na época de seu surgimento, trouxe a esperança de democratização dos meios de comunicação pois prometiam a interação plena do internauta, assumindo o papel de produtor da notícia. Acontece, entretanto, que essa troca raramente ocorre nos jornais digitais. São os blogs que surgem “para reanimar os usuários da Internet com um livre fluxo de informação. A informalidade, uma característica evidente dos blogs, também incentivou a participação do leitor, elevando-o, de fato, à categoria de usuário.” (QUADROS, 2005, p. 3).

Noam Chomsky e Dominique Wolton, no entanto, defendem que a visão da internet como esfera pública é apenas uma noção ideológica:

as redes telemáticas serviriam para dar aos cidadãos a capacidade de discutir e trocar idéias, mas, na verdade, atuariam como uma camuflagem do que está por trás das transformações econômicas contemporâneas, como o capitalismo global, as trocas comerciais e a construção do que ela chama de tecnocultura. (MARQUES, 2006, p. 176).

Usando como metáfora a praça pública, Vaz explica que, diferente do que foi imaginado inicialmente - que a informação seria facilmente transmitida já que baseada na curiosidade dos indivíduos e na ação de mediadores que não nos forneceria sempre



a mesma versão dos acontecimento como acontece nos meios tradicionais - o novo conceito matemático da rede assemelha a internet aos meios de comunicação de massa: “de volta à metáfora da praça pública, ela continua sendo muito ruidosa, só que a grande maioria das vozes é muito fraca para ser escutada por outros que não os que estão próximos e existem algumas vozes muito fortes que a maioria escuta.” (VAZ, 2004, p. 130).

Aceitando esses dados, vemos que os resultados da difusão da Internet são melancólicos. A inexistência na prática de uma grande diversidade de pontos de vista e da possibilidade de ser escutado, lido ou visto tem como consequência que a rede não é tão singular assim em relação aos outros meios de comunicação de massa. Parece nada haver de novo sob o sol; só não antecipávamos essa possibilidade porque estávamos fixados na idéia de que a rede é um modo de ordenar flexível, que não muda sua topologia à medida que evolui. (VAZ, 2004, p. 133)

Assim, são muitas as informações disponíveis na web, mas as informações que conseguem chegar até o usuário são as mesmas que ele já obtém nos meios offline, aquelas originadas dos grandes grupos de comunicação, que possuem o direito e o poder - ambos outorgados pelos receptores - de informar. Na tentativa de resolver essa brecha surgem os observatórios de mídia, que tem seus objetivos e modo de funcionamento explicados a seguir.

Observatórios de Mídia como quinto poder

As teorias políticas sempre defenderam a importância da informação na constituição do espaço público. Assim, tradicionalmente, a mídia representa no contexto democrático um recurso dos cidadãos contra os abusos dos poderes tradicionais, e, por isso, é considerada por alguns como o quarto poder, a “voz dos sem-voz” (RAMONET, 2003).

Porém, os meios de comunicação tem abandonado esta função para se transformarem em representantes dos setores políticos e econômicos, se fundindo em grupos econômicos que detém, às vezes, um poder maior que o dos próprios Estados, e, por essa razão, se caracterizam como atores centrais do processo de globalização liberal. Segundo Ramonet (2003), esses grupos, que ele chama de “megagrupos de mídia com arquipoderes”, reuniram três esferas da comunicação que antes eram autônomas: a cultura de massa com seus objetivos comerciais; o marketing e a propaganda com seu discurso de persuasão; e a informação. Transformando o serviço que prestavam no setor



informacional em algo muito diferente do que foi originalmente. Ao transformar a informação em mercadoria a mídia se vê dominada pelo mercado e pelo lucro, esquecendo sua função principal de esclarecer o debate democrático.

Portanto, a globalização econômica é também a globalização da mídia de massa, da comunicação e da informação. Preocupados, acima de tudo, em ver triunfar seu gigantismo – o que obriga a adular os outros poderes –, estes grandes grupos deixaram de ter como objetivo cívico o de ser um “quarto poder”, assim como deixaram de denunciar os abusos contra os direitos ou de corrigir as disfunções da democracia para polir e aperfeiçoar o sistema político. Não pretendem se apresentar como um “quarto poder” e, menos ainda, como um contrapoder. (RAMONET, 2003, p. 2).

Para reagir à esta situação, Ramonet (2003) sugere a criação de um “quinto poder” que teria a função de denunciar o superpoder dos grandes conglomerados de comunicação: o media criticism, tendo como um de seus representantes os observatórios de mídia, que possuem uma força de ordem moral, já que advertem baseados na ética, punindo os erros de honestidade da mídia.

Os observatórios constituem um elemento do fenômeno do media criticism, ou revisão crítica da atividade dos meios. Estes esforços começam a surgir em diferentes partes do mundo frente à convicção de que o poder que detém hoje a mídia não corresponde a um sempre responsável exercício de sua missão. (DAMAS, CHRISTOFOLETTI, 2006, p. 152)

Christofoletti (2008, p 90) trata da função deste “quinto poder” em um criativo artigo em que relaciona os papéis do jornalista, do consumidor da informação e do crítico da mídia com os atos de olhar, ver e observar. Segundo o autor, o cidadão comum é aquele que lê os meios de comunicação a partir do olhar dos jornalistas. Essa leitura, tida como “compreensão maior, preenchimento de sentidos rumo a uma consciência mais ampla e mais profunda do objeto” ainda não acontece porque o cidadão ainda não aprendeu como realizá-la. Daí surge uma das funções dos observatórios: a de educar a população para o consumo – a leitura – da mídia.

Acontece que a maioria dos julgamentos e percepções que o cidadão cria e desenvolve a respeito do mundo chegam a ele através dos meios de comunicação, e são, portanto, representações, e não os fatos em si. Por isso, a análise dessa tradução da realidade é tida como segunda função dos observatórios de mídia, aqueles que, finalmente, adotam para si o verbo mais analítico e crítico das funções visuais: “o observar”.

Porém, nem sempre um processo que retrate interpretativamente o cenário midiático pode ser considerado como crítico. Braga (2006) explica que os processos



podem ser chamados de críticos quando tencionam os produtos midiáticos gerando – ou pelo menos aspirando – mudanças, ou quando oferecem uma análise interpretativa que gere esclarecimento e uma percepção mais clara do cenário em discussão ao público.

Essa observação pode ser feita tanto pelos críticos de mídia quanto pela população consumidora da visão de mundo dos meios de comunicação, a diferença entre os dois é que os primeiros observam visando uma revisão da atuação profissional; e os segundos, como forma de ficar alerta aos “fantasmas da manipulação, da condução ideológica, da ilusão e do erro.” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 93).

Desta observação decorre a listagem das principais falhas percebidas pelos observatórios na atuação da mídia como a excessiva concentração dos meios, o distanciamento de suas funções tradicionais, a falta de pluralismo e mais:

trivialidade, o exagero, a superficialidade na cobertura das notícias, a tirania do acontecimento, a dramatização e espetacularização ou o fascínio pela urgência e situações de crise. A falta de rigor, as imprecisões, calúnias, o emprego dos meios com fins exclusivamente políticos e/ou comerciais, o abuso do off the record, o mau uso da linguagem, a editorialização excessiva sem sustentação informativa, a invasão à privacidade, a busca da informação por meios ilegais ou a exclusão de temas de relevância pública na agenda da mídia. (DAMAS, CHRISTOFOLETTI, 2006, p. 156)

Além disso a questão política de regulação dos meios – a permissão da propriedade cruzada, a má distribuição de concessões públicas, a falta de revisão nas concessões, a ausência de políticas para meios comunitários, entre outros - agrava os problemas da atuação da mídia.

Diante desses problemas de atuação da imprensa, Christofolletti e Damas (2006) explicam que os observatórios de meios possuem dois papéis principais: o de fiscalizadores, no qual cumprem as funções de revisar o conteúdo dos meios, elaborar estudos, informes e análises, difundir sua atuação, recolher queixas, críticas e comentários dos consumidores; e o de educadores, momento em que buscam capacitar a audiência para o consumo crítico dos meios e os profissionais para a produção de jornalismo de qualidade. Os autores explicam que a razão de ser dos observatórios está “no grave questionamento de um modelo informativo endógeno, alheio às necessidades interpretativas e de compreensão da comunidade, absorvido por interesses de outros setores do poder e com sérios problemas de credibilidade e qualidade informativa.” (CHRISTOFOLETTI; DAMAS, 2006, p. 155).

É importante salientar, entretanto, conforme bem lembrou Motta (2008) que os observatórios de mídia fazem uma crítica que não é direcionada a objetos estéticos, e,



portanto, deve sempre estar historicamente e eticamente situada. Ao fazer esse paralelo histórico, e conseqüentemente político, Motta aproxima os observatórios aos movimentos de resistência política: primeiro porque ambos se organizam contra um invasor que possui um poder de dominação, depois porque os observatórios também são movimentos de resistência lutando contra o excessivo centralismo da indústria da informação.

Observatórios de mídia e sua relação com o usuário

Embora seja dirigido para a população geral, a grande maioria dos participantes do principal observatório de mídia do Brasil, o Observatório da Imprensa, e dos demais observatórios nacionais e latino-americanos, são profissionais envolvidos com a produção e difusão de informação. Segundo Albuquerque; Ladeira e Silva (2002), o Observatório de Imprensa no Brasil teve uma estratégia inicial de participação de jornalistas notáveis na produção de artigos. Conforme as seções foram se consolidando, porém, houve, ao mesmo tempo, uma abertura e uma restrição à participação de agentes externos:

A consolidação das seções abriu caminho para uma maior institucionalização do Observatório da Imprensa e teve um duplo efeito no que concerne à participação de agentes externos no debate: por um lado, ela estimulou uma democratização do debate, possibilitando uma participação mais efetiva por parte dos não “notáveis”; por outro lado, porém, ela implicou em um maior controle da participação desses agentes, dado que doravante ela se tornava submetida ao enquadramento e às normas das diversas seções. (ALBUQUERQUE; LADEIRA; SILVA, 2002, p. 175-6).

Os autores fazem uma análise de quatro seções do Observatório de Imprensa quanto a sua natureza monofônica ou polifônica: Circo da Notícia, Imprensa em questão, Jornal de Debates e Caderno da Cidadania. Segundo tal pesquisa, somente o Circo da Notícia possui natureza monofônica já que é restrito ao editor-chefe, Alberto Dines, e voltado para a discussão de questões relativas à ética jornalística. As seções Imprensa em Questão, que debate temas ligados à ética jornalística; Jornal de Debates, originalmente dedicado à discussão de temas ligados à ética jornalística, mas que frequentemente se espalha na direção de outras discussões; e, Caderno da Cidadania, que possui uma abertura mais radical e tem como objeto fundamental a defesa dos cidadãos e consumidores, possuem natureza polifônica por permitir a participação do



público na avaliação do papel da mídia, na crítica às falhas deontológicas da imprensa e na discussão dos temas da agenda da semana.

No *Observatorio Global de Medios de Venezuela*, a participação do público parece ser ainda mais restrita. Mas, antes de analisar tal participação, é importante expor o cenário de surgimento e as características que definem tal observatório.

Conforme comprovado pelo estudo de caso realizado por Rizzotto (2009), em que o discurso de jornais de oposição e de apoio ao presidente Chávez foram analisados na Venezuela e no qual constatou-se que ambos fazem usos de contratos comunicacionais midiáticos com seu público, seguindo fortemente linhas ideológicas pré-estabelecidas, a experiência venezuelana ilustra muito bem o processo de descaso dos meios com a pluralidade da informação. Naquele país, após o triunfo de Hugo Chávez no poder, representando uma nova orientação política, os meios privados deixaram de ser independentes, substituindo o conteúdo informativo por propaganda com o objetivo de defender interesses econômicos e políticos de grupos econômicos. Por outro lado, o Estado sabendo da falta de neutralidade da mídia privada, adotou o papel de Estado-comunicador, criando contrapontos midiáticos em relação aos grupos privados, que também possuem o viés propagandístico.

É neste cenário que é criado o *Observatorio Global de Medios*, capítulo Venezuela, que definem seu papel como o de:

demostrar fehacientemente el abandono de los principios de responsabilidad social por parte de los medios, discernir las posibles causas y consecuencias y, por el otro, orientar a los ciudadanos sobre el uso crítico de los mensajes mediáticos. Su trascendencia social debe provenir de la calidad científica de sus trabajos investigativos, de la total independencia frente a cualquier sector de poder o grupo de presión, y de su compromiso moral con los receptores. Sobre estos tres ejes se debería articular la acción de los Observatorios y, acorde a ellos, estructurar su funcionamiento. (DRAGNIC, 2005)

Em artigo publicado no site do observatório, na internet, são citadas as normas básicas para que os processos de comunicação social se desenvolvam e nas quais eles estão pautados no momento de cumprir sua função de monitoramento dos meios de comunicação. Sendo elas: a liberdade de expressão – que não deve ser vista somente pela faceta dos direitos atribuídos à imprensa, mas também naquela que elenca as obrigações da imprensa em favor do público -, o direito de informar, o direito de obter informação de qualidade, o direito de livre acesso a fontes informativas e, ainda, o direito a réplica e retificação da informação. (DRAGNIC, 2005)



Quanto aos objetivos, explicam que dentre eles destacam-se a elaboração de guias para a recepção crítica das mensagens midiáticas, elaborados segundo as necessidades de cada grupo de receptores e a fundação e consolidação de um quarto setor de meios, de serviço público, como contraponto ao predomínio dos grandes grupos midiáticos e dos meios comprometidos politicamente. Esses objetivos aproximam o *Observatorio Global de Medios* aos demais observatórios latino-americanos que possuem, apesar das diferenças na origem, composição e orientação ideológica, alguns pontos em comum, como o reconhecimento da importância da comunicação como meio de sustentação democrática, a insatisfação com a atuação da mídia e a demanda por outro público consumidor dos meios, mais participativo e crítico. (DAMAS; CHRISTOFOLETTI, 2006).

Já na descrição dos objetivos feita pelo observatório percebemos a natureza monofônica da publicação: elaboração de guias para a recepção crítica das mensagens midiáticas. É possível perceber também através das seções do site que sua proposta inicial é a de realizar pesquisas a respeito do comportamento dos meios de comunicação do país e expô-las ao público, sem possibilitar ainda uma discussão democrática a respeito. Tais seções são: *Comunicados a la Opinión Pública*, em que estão publicados comunicados de censura, de fechamento de canais comunitários e de restrição da liberdade de expressão; *Observatorio Informa*, com a publicação de boletins informativos basicamente com o levantamento das ações realizadas pela gestão; *Documentos*, que conta com artigos escritos por jornalistas, por famosos pesquisadores da área da Comunicação, como Umberto Eco, e por representantes dos governos da região e de órgãos de imprensa; e, *Investigaciones*, em que os resultados das pesquisas feitas pelo observatório são disponibilizados. A única seção que aparenta ter uma natureza polifônica é a seção denominada Foros, que se encontra, entretanto, em construção de acordo com a seguinte mensagem: “Próximamente serán organizados foros electrónicos para propiciar la más amplia discusión en torno a asuntos específicos relacionados con la información proporcionada por los medios de comunicación social venezolanos y con la vigencia en Venezuela de los Derechos a la libre expresión y a la información.”

Considerações finais



As dúvidas que surgem a partir desse primeiro olhar a respeito da atuação dos observatórios, especialmente na América Latina, é se eles se constituem em uma alternativa capaz de influenciar na redução da alta concentração da mídia e na ampliação da participação do público como produtores de informação. Não há dúvidas de que foi a democratização dos países que proporcionou a reorganização da sociedade civil como tal, possibilitando a articulação dos observatórios, porém, cabe ressaltar que, a partir desta observação inicial, ousamos afirmar, provisoriamente, que este chamado “quinto poder” não se realizará na luta isolada dos observatórios, mas deve ser pensado como uma conjunção com outras ações como a regulamentação política, a legalização de emissoras de rádio piratas e TV's comunitárias, entre outras.

Isso porque os observatórios ainda precisam trabalhar na resolução de suas fraquezas e ameaças explicadas por Allbornoz e Herschmann (2006) na análise S.W.O.T.² realizada após levantamento dos observatórios da região. Segundo os autores, entre as debilidades dos observatórios de mídia estão: a diversidade de objetivos e metodologias empregadas, a fraca consolidação dos canais de difusão, a falta de experiência e conhecimento por se tratar de organismos ainda jovens e a pouca vinculação entre os diferentes observatórios. Dentre as ameaças destacam-se o risco de adoção de uma postura autoritária, a possibilidade de se constituir em uma instância de lobby dos poderes políticos e econômicos e, como visto no decorrer deste trabalho, a falta de diálogo com os cidadãos. Como forças, por outro lado, os observatórios possuem um entorno propício, ou seja, a consciência da importância da discussão democrática dos meios, e também a disponibilidade das Tecnologias da Informação que proporcionam as ferramentas necessárias para o trabalho a que se propõem. Por fim, as oportunidades são a intervenção na geração de políticas públicas e setoriais, a possibilidade de se constituir em um ator independente dos poderes políticos e econômicos, a formação de pessoal especializado, a consolidação de mecanismos de participação cidadã e a contribuição na democratização da comunicação e da informação. Esta última oportunidade, porém, só será bem aproveitada no momento em que houver a articulação dos observatórios com outras ações de regulamentação e a ampliação da participação do público, ajudando-os a se estabelecer como referência de discussão informacional.

²A Análise S.W.O.T. (ou análise F.O.F.A. em português) é uma ferramenta estrutural utilizada na análise do ambiente para a formulação de estratégias. Nela são identificadas as forças e fraquezas (ambiente interno) e as oportunidades e ameaças (ambiente externo).



Referências bibliográficas

ALBUQUERQUE, A., LADEIRA, J. D. M., SILVA, M. A. R. **Media criticism no Brasil: o Observatório de Imprensa.** Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. v. XXV, jul-dez 2002.

ALLBORNOZ, L. A., HERSCHMANN, M. **Os observatórios ibero-americanos de informação, comunicação e cultura: balanço de uma breve trajetória.** Revista E-compós, v. 20, 2006.

BRAGA, J. L. **A sociedade enfrenta sua mídia.** Dispositivos sociais de crítica midiática. SP: Paulus, 2006.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2007.

CHRISTOFOLETTI, R. **Nos intestinos da mídia: a prática dos observadores na internet.** São Paulo: USP, 2005.

CHRISTOFOLETTI, R. **Ver, olhar, observar.** CHRISTOFOLETTI, R; MOTTA, L. G. (orgs.) Observatórios de mídia: Olhares da cidadania. São Paulo: Paulus, 2008.

DAMAS, S. H.; CHRISTOFOLETTI, R. **Fiscalizar e alfabetizar: dois papéis dos observatórios de meios latino-americanos.** Em Questão: Porto Alegre, Editora da UFRGS, v. 12, no. 1, p. 149-169. jan/jun 2006.

DINES, A. **85 anos de crítica da mídia no Brasil.** 17 nov. 2002. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/mt201120021.htm>. Acesso em: 13 ago. 2010.

DRAGNIC, O. **Una aproximación al papel de los observatorios de medios en un sistema democrático.** Disponível em: <http://www.observatoriodemedios.org.ve/documentos.asp>. Acesso em: 13 ago. 2010.

LIMA, M. A. A. **O “contrato de diversão” do jornal impresso: cruzadas, horóscopo e quadrinhos.** Tese apresentada ao programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da UFMG. Belo Horizonte, 2008.

MAROCCO, B. BERGER, C. (orgs.). **A Era Glacial do Jornalismo – Teorias Sociais da Imprensa.** Porto Alegre: Sulina, 2006.



Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da
Comunicação

XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul - Londrina - PR - 26 a
28 de maio de 2011

MARQUES, F. P. J. A. **Debates políticos na internet**. In: Opinião Pública, Vol. 12, Campinas:
abril/maio 2006.

MOTTA, L. G. **Crítica da mídia**: da resistência civil ao desenvolvimento humano.
CHRISTOFOLETTI, R; MOTTA, L. G. (orgs.) Observatórios de mídia: Olhares da cidadania.
São Paulo: Paulus, 2008.

PINUDO, F. S.; GOMES, L. R. **A democratização da informação na internet**: um estudo
sobre a ferramenta Google. In: Biblionline, v.5, n. 1/2. João Pessoa: 2009.

QUADROS, C. I. **A Participação do público no webjornalismo**. Revista E-compós, v. 4,
2005.

RAMONET, I. **O quinto poder**. Publicado na edição brasileira do Le Monde Diplomatique nº
45, outubro de 2003. Disponível em:
http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/jd21102_0032.htm. Acesso em: 13 ago.
2010.

RIZZOTTO, C. C. **Contratos comunicacionais**: um estudo a partir do conflito político
midiático da Venezuela. UTP: Curitiba, 2009.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo** – Volume II A Tribo Jornalística – uma comunidade
interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

VAZ, P. **As esperanças democráticas e a evolução da internet**. In: FAMECOS, no. 24, Porto
Alegre: julho/2004.