

Artigo recebido em:
20.02.2019
Aprovado em:
30.03.2019

A problemática da crítica no jornalismo independente

Marcelo Engel Bronosky
Luciane Justus dos Santos

Marcelo Engel Bronosky

Professor do curso e do mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

E-mail: mebrono@gmail.com

Luciane Justus dos Santos

Assessora de Comunicação do Sindicato dos Docentes da UEPG.

E-mail: emaildaluciane@hotmail.com

Resumo

Este artigo propõe problematizar a reduzida presença de espaços de crítica nas experiências autodenominadas independentes no jornalismo brasileiro. Trata-se de uma reflexão que, inicialmente considerou o Mapa de Jornalismo proposto pela Agência Pública¹, a fim de identificar as iniciativas independentes, que nasceram na internet, caracterizados por projetos coletivos. Além da figura do *ombudsman*, interessa discutir dados referente à disponibilidade ou não de espaços para comentários dos leitores. A articulação dos elementos *ombudsman*-leitores se faz no esforço de avaliar que perspectivas estão colocadas, nas experiências de jornalismo independente online, quanto a fluxos comunicacionais voltados para modos de crítica relativos aos modos do fazer jornalístico. O objetivo é, a partir de interesses comuns de pesquisa, compreender os limites e as perspectivas teórico-metodológicas que permeiam os estudos de crítica de mídia no jornalismo contemporâneo.

Palavras-chave: Crítica de mídia. *Ombudsman*. Jornalismo independente.

The problematic of criticism in independent journalism

Abstract

This article proposes to problematize the reduced presence of spaces of criticism in the self – described independent experiences in Brazilian journalism. It is a reflection that initially considered the Map of Journalism proposed by the Public Agency, in order to identify the independent initiatives, which were born on the Internet, characterized by collective projects. Besides the figure of the ombudsman, it is interesting to discuss data regarding the availability or not of spaces for comments of the readers. The articulation of the ombudsman-readers elements is made in the effort to evaluate what perspectives are posed, in the experiences of online independent journalism, as to the communication flows directed to modes of criticism related to the modes of journalistic making. The objective is, based on common interests of research, to understand the limits and the theoretical-methodological perspectives that permeate the studies of media criticism in contemporary journalism.

Key words: Media criticism. Ombudsman. Independent journalism.

Ombudsman

“... o desenvolvimento dos novos media e das redes sociais colocam novos desafios aos profissionais da informação e também ao provedor. Ambos possuem deveres para com os cidadãos, os primeiros, porque lhes compete restituir ao jornalismo alguma da credibilidade perdida; o provedor pela mediação que pode e deve exercer entre o meio de comunicação e o cidadão”.
Estrela Serrano²

O atual cenário de forte midiaticização coloca um novo elemento na já limitada presença do *ombudsman* no jornalismo brasileiro. Passadas três décadas da primeira iniciativa da Folha de S. Paulo, em 1989, notam-se poucos avanços ou, mesmo, recuos nessas iniciativas de crítica, como aponta o livro *Ombudsman no Jornalismo Brasileiro* (2018). As atuais características do processo midiaticizado, a partir da ampliação das ofertas, circulação e do consumo de conteúdos, intensifica e complexifica as relações entre o emissor e receptor. Se no início e na chamada mídia tradicional, a presença do *ombudsman* se justificaria pela necessidade de mediar os interesses dos leitores junto às instituições jornalísticas, mais na condição de ouvidor, representante, nos parece que a atual realidade cobra uma contextualização de sua função, caso ela ainda se faça necessária. Vale destacar que 2019 marca os 30 anos da primeira experiência de *ombudsman* no jornalismo brasileiro. Nesse período há um acúmulo de experiência e de discussões relevantes, embora demarcado por um número reduzido dessa figura nas redações. O campo acadêmico, por exemplo, conta com pesquisadores, dissertações, teses, grupos e publicações sobre a temática de crítica de mídia, a qual inclui discussões sobre a prática de *ombudsman* e interações dos leitores (via comentários, cartas, sugestões), objeto deste estudo.

Entre os grupos destacam-se a Rede Nacional de Observatórios da Imprensa (RENOI), que desde 2005 reúne iniciativas de crítica de mídia dentro e fora da academia e propôs, no 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), discussões em duas Comunicações Coordenadas³ (1 - Experiências de *Ombudsman* no Jornalismo Brasileiro; 2 - Estudos sobre a crítica de mídia jornalística no Brasil). Outro grupo de pesquisa, que atua desde 2009, é o Observatório da Ética Jornalística (objETHOS)⁴, vinculado ao Departamento de Jornalismo e ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJOR) da Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil. Vinculado ao mesmo departamento e programa de pós-graduação, o Grupo de Pesquisa Crítica de Mídias e Práticas Culturais⁵, congrega pesquisadores da Universidade de São Paulo. Estes mencionados são alguns, citados como exemplo, que atuam em parceria com outros grupos no âmbito nacional e internacional.

A publicação mais recente que colabora para compreender a inserção do *ombudsman* no país é a coletânea inédita que traz a história de três décadas de *ombudsman* no jornalismo brasileiro, organizada por Javorski e Gadini (2018). Outro importante espaço que amplia a discussão para além da academia é o Observatório da Imprensa, comandado pelo jornalista Alberto Dines (1932-2018).

A figura do *ombudsman* teve início na Suécia em 1713 como “representante do Parlamento”, cuja função era ouvir as queixas dos cidadãos em relação ao poder público, investigá-las e, se necessário fosse, tomar providências (o termo foi oficializado somente em 1809, com a reforma constitucional sueca). Costa (1991) e Mendes (2002) recuperam essa origem e a forma como essa função migrou para o jornalismo impresso na década de 60⁶, período do pós-guerra e da Declaração Universal dos Direitos Humanos.

A palavra sueca vem da junção dos termos *ombu* (representante) e *man* (homem) e pode ser traduzida como ouvidor geral e a função passou a ser implementada em outros setores para tratar de assuntos militares e judiciais, administração civil, dos consumidores, da economia, do consumidor e, posteriormente, de imprensa (MENDES, 2002).

¹Este artigo é uma versão modificada de estudo publicado nos anais do 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor 2018, realizado na cidade de São Paulo – SP, entre 7 e 9 de novembro/2018, com a colaboração da Universidade Anhembi Morumbi e FIAM-FA-AM Centro Universitário. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1699/711>

²Estrela Serrano, jornalista, foi provedora do jornal Diário de Notícias de Portugal entre 2001 e 2004.

³Disponíveis em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/view/1698> e <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/view/1699>

⁴Acesso em: <https://objethos.wordpress.com/>

⁵Página do grupo no diretório do CNPq: <http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogruppo/1680190574265893>

⁶Há controvérsias sobre esse marco. Mendes (2002, p.27) apresenta as duas versões para o pioneirismo de *ombudsman* de imprensa: uma defende que seriam os japoneses, em 1922; e a outra os estadunidenses em 1967.

No caso do jornalismo, como o ouvidor do leitor que assume também a função de crítico interno, colunista e analista da mídia. Outras traduções para o termo são: defensor do leitor (Espanha); mediador (França); provedor dos leitores (Portugal); representante dos leitores (Japão). A partir do uso na imprensa brasileira, convencionou-se o uso no plural *ombudsmans*⁷ e para o feminino *ombudsman*.

⁷Mendes (2002) alerta que, pela origem da palavra é incorreto usar como plural a forma “ombudsmen”, pois não se trata de um vocábulo inglês, o correto seria “ombudsmän”. A versão para o feminino, segundo ele, seria “ombudskvinna” (e “ombudskivinnor” para o plural).

No Brasil, as primeiras experiências de *ombudsman* no jornalismo surgiram no final da década de 1980 e início da década de 1990. A primeira foi no jornal *Folha de S. Paulo* (São Paulo), seguida pelos jornais *O Povo* (Ceará) e o *Correio da Paraíba* (João Pessoa). O jornalista Caio Túlio Costa inaugurou a experiência inédita também na América Latina⁸, numa edição de domingo, dia 24 de setembro de 1989, cuja coluna trazia o seguinte título: “Quando alguém é pago para defender o leitor”. Antes da *Folha de S. Paulo*, o *Jornal do Brasil* tentou implantar a função e isso não aconteceu por que os jornalistas convidados recusaram o convite (MENDES, 2002, p. 38).

A jornalista Adísia Sá, inaugurou a coluna no jornal *O Povo* em 17 de dezembro de 1993. Estas duas experiências perduram até os dias atuais e estão sob a responsabilidade de duas jornalistas: na *Folha de S. Paulo*, Paula Cesarino Costa e, no *O Povo*, Daniela Nogueira. Na década de 1990 e início dos anos 2000 outras experiências surgiram, mas não permaneceram, entre elas: *Folha da Tarde* (SP), *O Dia* (RJ), *Diário do Povo* (Campinas, SP), *Correio da Paraíba* (PB), *A Notícia Capital* (SC).

⁸No final dos anos 1990, conforme levantamento apresentado por Mendes (2002) surgiram *ombudsmans* também na Argentina, México, Honduras, Peru, Venezuela, Colômbia, Equador e Porto Rico.

No Paraná, em 2007, na cidade de Ponta Grossa, surgiu a primeira experiência de *ombudsman* em jornal diário impresso *Jornal da Manhã*. Por lá passaram quatro jornalistas que assumiram a função de escrever a coluna dominical até o ano de 2011⁹. O jornalista e professor da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Sérgio Luiz Gadini, inaugurou a coluna (de setembro/2007 até agosto de 2008). Em seguida, as jornalistas: Elaine Javorski (de setembro/2008 até agosto de 2009), Alessandra Bucholdz (de setembro de 2009 até agosto de 2010) e Vanessa Zappia, também professora da UEPG (de setembro de 2010 até março de 2011).

⁹Ibidem, 2018.

¹⁰Fenaj - História do Conselho Federal dos Jornalistas – Disponível em: História do Conselho Federal dos Jornalistas – Disponível em <http://fenaj.org.br/historia-do-conselho-federal-dos-jornalistas/>. Acesso em 18 de julho de 2018.

O breve resgate desse início da atividade institucionalizada como *ombudsman* de imprensa, em especial no cenário brasileiro, revela que não há reconhecimento da importância dessa função de autocritica no jornalismo brasileiro. Nos próximos tópicos esse dado é problematizado numa perspectiva teórica do jornalismo em tempos de intenso processo de midiaticização.

Especificidades da (auto)crítica do *ombudsman*

A limitada presença de *ombudsmans* no jornalismo brasileiro, diz respeito, entre outras coisas, ao entendimento equivocado (e pode-se dizer intencional por parte dos grupos que dominam a mídia hegemônica e seus interesses políticos e econômicos cruzados) de que o jornalismo está imune à crítica, em especial, a autocritica. E esse posicionamento revela contradições, uma vez que cabe ao jornalismo “a participação fundamental no sentido de educar os indivíduos a ver o mundo a partir das instituições legitimadas” (GUERRA, 2008, p.89). Essa ação de educar, que o autor se refere, compreende, práticas de vigilância social (acompanhamento, investigação, denúncia e crítica).

O episódio de várias tentativas infrutíferas de propostas encaminhadas ao governo federal para a criação do Conselho Federal de Jornalismo (CFJ), desde 1965¹⁰, revela dificuldades em produzir instrumentos de controle, supervisão e crítica à atuação dos meios jornalísticos e de seus prepostos. Essa discussão em torno do projeto de criação do CFJ (que pretendia ampliar e fortalecer o debate) sofreu dura derrota em 2004 quando um dos projetos encaminhados para o Congresso foi rejeitado, numa votação simbólica, em parte por forte influência do *lobby* patronal. Tal discurso foi perversamente enviesado por uma perspectiva de censura, o que é bastante distinto por se tratar de regulação pós e não pré-moderado.

Outro Projeto de Lei que poderia contribuir para a ampliação do espaço de crítica no jornalismo foi encaminhado em 1995, pelo senador Pedro Simon (PMDB).

O PL nº 110/1995 previa a criação do cargo de *ombudsman* em todas as emissoras (públicas, estatais e particulares) de rádio e TV. Pelo projeto, o *ombudsman* teria estabilidade na função, mandato de um ano e, para responder ao público e fazer a crítica da mídia, o direito a um programa de 15 minutos (Mendes, 2002, p. 95). O PL nem chegou a ser apreciado.

Assim, o campo no qual se produz e circulam informações e análises numa dinâmica de oferta e disputa de sentidos, sofre de uma anomalia (quase) não dita. Não se reconhece a necessidade de um perito, um lugar de fala legitimado e especializado que participe das mediações entre oferta e consumo; quem dirá meios de correção e punição para abusos, inverdades e ataques no campo dos bens simbólicos. Com o tempo, esses bens simbólicos, se constituem provas históricas, referências para pesquisas científicas e, por consequência, participam do processo de construção social da realidade.

O prejuízo é significativo na medida em que o jornalismo não disponibiliza elementos que ampliam a compreensão dos acontecimentos. Sem essa preocupação, o jornalismo contribui com a manutenção da ordem social hegemônica. Sem problematizar os acontecimentos, a realidade é dada como intransponível, reificada.

Nesse aspecto, Guerra (2008) salienta a participação do jornalismo nesse processo de construção social da realidade:

O ciclo então se fecha. A sociedade, que demanda informações confiáveis para que seus membros possam circular por ela, fornece as condições – as tecnologias e o direito de haver profissionais e empresários que a realizem – e delega a essa prática, o jornalismo, o trabalho de divulgar fatos reais e de respeitar a pluralidade existente nessa sociedade. Seus membros – o público, as fontes e as autoridades estabelecidas – depositam nos homens da imprensa a credibilidade necessária à prática, exigindo, porém, o respeito às normas éticas respeitadas socialmente e aos parâmetros que a realidade impõe aos fatos objeto da notícia (GUERRA, 2008, p. 89, grifo nosso).

É a partir da credibilidade como valor que a função de *ombudsman* pode ser melhor compreendida no contexto contemporâneo, no sentido que tensiona, por uma específica forma de crítica, o modo de fazer do jornalismo, considerando, sobretudo, as condições de produção.

Ao problematizar o cenário de crise do jornalismo (para além da crise econômica), Mick e Tavares (2017) consideram que há um processo de erosão de credibilidade em virtude das mudanças estruturais com as novas tecnologias – dadas pela ampliação do acesso, produção, distribuição, circulação e linguagem:

[...] Ao longo do tempo – e as novas tecnologias amplificaram essa transformação – os leitores desenvolveram capacidades críticas diante das narrativas jornalísticas: elaboraram astúcias que lhes permitem identificar interesses políticos ou empresariais embutidos numa pauta ou no enquadramento de uma cobertura, como mostraram vários estudos (De Certeau, 2000; Bourdieu, 2007; 2009). Nas redes sociais, a circulação de opiniões e críticas que têm como alvo, em grande medida, os discursos jornalísticos, amplifica os efeitos dessas práticas de leitura: o jornalista tem hoje seu trabalho escrutinado minuciosamente, inclusive pelas fontes (MICK; TAVARES, 2017, p. 124).

O acesso ampliado permite que os públicos observem inconsistências e diferenças entre o que a mídia veicula e o que podem encontrar na rede e, ao perceber omissões da imprensa ou lacunas na cobertura dos fatos e suas diferentes interpretações, “sentem-se enganados, não ouvidos ou não reconhecidos” (MICK; TAVARES, 2017, p.125). Uma vez insatisfeitos, podem gerar reclamações que: “antes limitadas, com sorte, à seção de ‘cartas dos leitores’, hoje podem ter até mais visibilidade do que as próprias matérias que criticam” (MICK; TAVARES, 2017, p.126).

Braga (2006), por sua vez, contribui para compreender a função do *ombudsman* através das suas especificidades. Segundo ele, trata-se de uma crítica feita por um profissional, portanto, de um ponto de vista “de dentro”, tentando se afastar da crítica sobre ‘o que se fala’ para focar em ‘como se fala’, ou seja, nos processos de produção.

Ao analisar a coluna do *ombudsman* da *Folha de S. Paulo*, o jornalista Bernardo Ajzenberg identifica quatro objetivos de trabalho: 1) de imediato uma sistemática de acompanhamento e avaliação dos produtos; 2) defesa do leitor; 3) a longo prazo, espera-se um aperfeiçoamento do jornal e da relação com leitores e, 4) uma espécie de benefício adicional relacionado à imagem do jornal (BRAGA, 2006).

¹¹A pesquisa de Bronosky (2010) se realiza na perspectiva das estratégias de apropriação dos manuais de redação.

Importante distinção do *ombudsman* em relação a outras manifestações de crítica indica que sua profissão é a mesma dos criticados, diferente da do juiz e do acadêmico, porque no seu trabalho decorrem diretamente dos padrões compartilhados da profissão (BRAGA, 2006, p.92).

Nesse aspecto, Caio Tulio Costa (2018) defende que a crítica deve ser feita por alguém, não exclusivamente jornalista, mas que tenha alguma formação.

[...] a crítica para ser respeitada, não pode ser aleatória ou pontual. Ela se realiza na constância. Com método. Para exercê-la à altura, exige dedicação, investigação, comparação, capacidade de ouvir, paciência e, especialmente, tolerância com as distintas (e desculpáveis) incapacidades do público e intolerância absoluta contra a preguiça, a má-fé e o enviesamento na cobertura jornalística (COSTA, 2018, p. 12).

Outra perspectiva analisada por Bronosky (2010)¹¹ considera o *ombudsman* como quem incorpora um “operador privilegiado do manual de redação”. Nesses termos, o manual apoia o *ombudsman* em suas críticas, pois se baseia nos padrões previamente definidos para o grupo, boa parte deles expresso nesse dispositivo (BRONOSKY, 2010, p. 103).

Que os grandes conglomerados de mídia no país sejam refratários a formas de regulação não causa estranhamento e está amplamente discutido e denunciado desde o processo de redemocratização, nas décadas de 1980 e 1990. Contudo, a situação se torna inquietante ao percebermos a ausência dessas iniciativas (de crítica) no chamado jornalismo independente, especialmente em ambientes digitais.

A ambiência da internet proporcionou ampliação da interação dos leitores e afetou a presença de uma crítica especializada, a do *ombudsman*, por exemplo. Santos (2015) descreve como os jornais diários operam os fluxos e contrafluxos gerados a partir dos comentários dos leitores, numa perspectiva de olhar interno (por observar a rotina de trabalho nas redações dos jornalistas que recebem e fazem o manejo dessas ofertas dos leitores).

Trata-se de um esforço que reivindica instrumentos de pré ou pós-moderação e, sobretudo, que se capilarizam para outros espaços que não são necessariamente de controle das empresas jornalísticas, como por exemplo, as redes sociais (através do compartilhamento e das curtidas de conteúdos que são transportados para esses espaços). Isso revela a complexificação de espaços e instrumentos que possibilitam ao leitor ‘tensionar’ (ou não) o modo de fazer jornalístico. Para isso as empresas investem em programas de consultoria e contratação de profissionais para exclusivamente monitorar os fluxos e contrafluxos gerados pelas interações dos leitores.

A interação do leitor também passa por estratégias algorítmicas que rentabilizam cliques, dados e informações de grande interesse para outros fins, que estão para além da interação dialógica de debate e crítica. Tais contatos oferecem dados de grande valor no mercado que monitora o cidadão, visto como mero consumidor, e também para as disputas de poder, como revelam as estratégias sofisticadas para alinhar discursos políticos com os “interesses do público”. Praticamente todas as notícias estão acompanhadas de ícones para compartilhamento nas redes e dispositivos para “curtir” os conteúdos. Já os espaços de comentários, quando existem, estão deslocados, conforme será discutido na sequência.

A partir desta constatação gerada em pesquisa realizada junto ao site da *Agência Pública*, percebe-se a reduzida presença de autocrítica junto a tais iniciativas independentes como veremos no Mapa de Jornalismo Independente.

Dados empíricos: Mapa do Jornalismo Independente

Para compreender se e como os sites de jornalismo on-line (aqui definidos também como independentes) reconhecem a importância da autocrítica representada pela presença de *ombudsman*, o presente estudo analisou 80 sites a partir do Mapa de Jornalismo proposto pela Agência Pública¹² (incluímos a agência na lista).

Trata-se de um mapeamento de iniciativas independentes, que nasceram na internet, caracterizados por projetos coletivos¹³. Além da figura do *ombudsman*, a análise apresenta dados sobre a disponibilidade de espaços para comentários dos leitores. A articulação dos elementos *ombudsman*-leitores se faz no esforço de avaliar que perspectivas estão colocadas, nas experiências de jornalismo independente on-line, quanto à contrafluxos comunicacionais voltados para modos de crítica ao modo de fazer jornalístico.

A reflexão compreende as potencialidades das ambiências de plataformas digitais tensionadas com dados de realidade a partir do que é ofertado (e não ofertado) em termos de interação com leitores e reconhecimento do papel e da importância da crítica de mídia.

Ombudsman no jornalismo independente

Tomando como base os dados coletados é possível perceber a escassez da figura do *ombudsman* em experiências autodenominadas jornalismo independente no Brasil. Dos 80 sites analisados, apenas dois contam (ou contaram) com a presença de *ombudsman*: *Livre Jor* e *Revista Berro*.

Nessas duas experiências é preciso considerar o caráter distinto da proposta original, sob a qual o *ombudsman* realiza um trabalho baseado em contrato com a empresa jornalística (período de um ano) e é remunerado para exercer tal função. Como veremos, os dois casos se distinguem nos *modus operandi* que conformou a ação dos *ombudsmans* na imprensa tradicional.

Livre Jor: ombudsman convidado

O site *Livre Jor* foi criado em 2014 e tem como foco a divulgação de conteúdos de interesse público, obtidos a partir de dados oficiais no estado do Paraná (documentos, pesquisas, levantamentos, planilhas eletrônicas, diários oficiais, pedidos de informação, base de dados entre outros). Da lista dos sites de jornalismo independente, o *Livre Jor* foi o primeiro caso de presença de *ombudsman* encontrado e analisado. Trata-se de uma única colaboração desde quando o site foi criado.

Segundo informações do jornalista José Lázaro Junior¹⁴, um dos membros da equipe, a figura do *ombudsman* foi criada a partir de uma demanda específica, em fevereiro de 2016. Tal demanda ocorreu com a publicação da reportagem “Os pontos vermelhos no mapa são pessoas vivendo nas ruas de Curitiba”¹⁵, em 22 de fevereiro de 2016.

O jornalista Eriksson Denk, que acompanhava o *Livre Jor* desde o início, manifestou à equipe opiniões sobre os dados apresentados na reportagem. Foi então que decidiram convidá-lo para assumir o papel de *ombudsman* desse caso em específico. O texto foi publicado na seção “Ombudsman”: Os pontos vermelhos sob perspectiva.¹⁶

No rodapé da página, há a seguinte apresentação aos leitores:

** OMBUDSMAN POR UM DIA – Esta é a nova seção do Livre.jor, dedicada a receber críticas de jornalistas a notícias elaboradas por nós. É diferente de direito de resposta, pois o que está em questão aqui é o “fazer jornalístico” – a forma profissional de se lidar com informações. Por ser algo especial, não tem periodicidade fixa. Vai acontecer quando algum jornalista solicitar o espaço e, do aceite em diante, é responsabilidade dele propor o debate.*

Eriksson apresenta sua contribuição como uso de um “espaço de contraponto”:

¹²Optamos por usar a referência do Mapa de Jornalismo Independente apresentado na seleção da Agência Pública. A outra opção, descartada neste estudo, diz respeito à seleção dos Leitores. Encaminhamos para a Agência Pública perguntas sobre quais seriam os critérios para essa divisão, mas até a data de finalização deste artigo não recebemos retorno.

¹³Este estudo não contempla análise sobre os critérios da Agência Pública para considerar e incluir os sites como jornalismo independente na seleção apresentada.

¹⁴Entrevista realizada por e-mail aos autores deste artigo.

¹⁵Disponível em: <http://livre.jor.br/prefeitura-de-curitiba-recebeu-3-967-pedidos-para-abordar-moradores-de-rua/>. Acesso em 14 de julho de 2018.

¹⁶Disponível em: <http://livre.jor.br/ombudsmam-os-pontos-vermelhos-sob-perspectiva/>. Acesso em 14 de julho de 2018.

“Vem desse contexto minha crítica ao texto “Os pontos vermelhos no mapa são pessoas vivendo nas ruas de Curitiba”, do Livre.jor, dos amigos João Guilherme Frey e José Lázaro Jr, jornalistas de primeira. Como tenho abertura com eles, conversei com o Zé, que já foi meu editor na Banquinho Publicações, e ele me ofereceu esse espaço de contraponto.”

¹⁷A revista contou com versão impressa até um ano atrás, com distribuição gratuita em Fortaleza-CE (cidade sede da revista), nas regiões administrativas (Regiões Sul – Cariri e Norte – Sobral), e nos estados do Piauí, Sergipe, Rio de Janeiro, São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná e no Distrito Federal. Há previsão, segundo informações da equipe da revista, para que neste ano seja lançada a 6ª edição impressa com a presença da coluna do Umbodemah.

¹⁸Disponível em: <https://revistaberro.com/a-revista/>. Acesso em 15 de julho de 2018.

O critério, segundo informou Lázaro, é ceder o espaço para a crítica “sempre que um jornalista, ou especialista em determinado assunto, procurar o *Livre.jor* para apontar erros ou na coleta dos dados”. Os erros apontados por ele podem ser no enquadramento da matéria ou eventuais conclusões que possam ser derivadas do que foi apurado na reportagem.

“Esse cuidado em qualificar quem pode pleitear o papel de ombudsman é para evitar, uma vez que muito do conteúdo de vigilância dos serviços públicos que realizamos pode gerar fatos políticos, o uso sectário da função em prol de um ou de outro. No Livre.jor, o ombudsman é para o “autoconhecimento” do projeto, não para verborragia. Até o momento, entretanto, só houve demanda por algo nesse sentido nesse caso da reportagem sobre a população em situação de rua.”

Nesse sentido, afirma que a partir de críticas razoáveis a determinada reportagem, postura ou ação realizada pelo *Livre.jor*, pode gerar um convite para que seja registrada numa publicação de *ombudsman* no site.

A participação do jornalista Eriksson Denk não foi remunerada e não há previsão de que outras sejam. Lázaro afirmou que o *Livre.jor* acabara de se constituir como uma agência de notícias e passaria por uma fase de consolidação do projeto, sem fluxo de recursos suficientes para remunerar qualquer produção para o site. O trabalho é voluntário e o conteúdo apurado e divulgado, sem gerar retorno financeiro. Mesmo sem a formalidade de um contrato de trabalho com o crítico, a avaliação da equipe do *Livre.jor* sobre essa experiência foi satisfatória:

[...] na correria do dia a dia não é incomum que uma decisão aparentemente lógica tomada por nós na apuração ou na divulgação de um dado não contenha, na sua rotina de produção, um erro. Um equívoco. Um exagero. Pode acontecer. O caso nos fez ficar mais cuidadosos com a nossa produção.

[...] Se nós cobramos as autoridades todo o tempo, é justo que o mesmo controle social possa ser exercido sobre quem diz falar em nome do interesse público. Jornalistas erram tanto quanto qualquer outra classe profissional. É preciso aprender com isso e melhorar continuamente o trabalho.

Lázaro contou que a crítica de Eriksson repercutiu também obtendo elogios por parte dos leitores e, por ter acontecido no contexto de um período eleitoral, reforçou para eles algo central para a proposta do *Livre.jor*: “fazer jornalismo”. “O Paraná, especialmente na capital, tem uma blogosfera política atuante. Nenhum desses outros veículos têm algo semelhante, nem se dispõem à crítica abertamente.”

Sobre as expectativas para que outros textos de *ombudsman* sejam publicados, Lázaro afirma que: “Estamos esperando que elas aconteçam! Dá a impressão que não estamos sendo polêmicos o suficiente.”

Revista Berro: Umbodemah!

A *Revista Berro*¹⁷ surgiu em maio de 2014 e foi o segundo caso de crítica de ombudsman encontrado na lista de Jornalismo Independente da Agência Pública. No site, apresenta-se como “uma revista aberta, livre, anárquica, sem linha editorial engessada”¹⁸. A proposta da revista, segundo informações publicadas no site, é contra-hegemônica e de crítica social, marcado, sobretudo, na linguagem caracterizada como o “estilo de escrever se aproxima da oralidade do cearensês (“idioma” falado pelos cearenses!)” (SIC):

É uma iniciativa coletiva de comunicadores e berradores sociais que enxergam a comunicação como práxis transformadora e revolucionária. Ocupamos criticamente um espaço contra-hegemônico, que se propõe a ser um catalisador de experiências que ajudem a denunciar e transformar o estado de coisas violento e excludente. Não legitimamos uma sociedade que exclui, marginaliza e oprime!

Quanto à linguagem, deixamos claro, de início, que as amarras da comunicação fria e tecnicista jamais nos prenderão! Essa comunicação opaca e sem vida, plena de normas impositivas e que limitam a liberdade de criação, não nos representa! Acreditamos numa comunicação engajada, orgânica, visceral, feita com a mente e o coração, muito além daquela “bonitinha” e ordinária, da ditadura do lead, forjada normativamente nos manuais de redação do jornalismo convencional.

A função de *ombudsman* aparece no site da *Revista Berro* (na Seção Colunas) como “Umbodemah”. A escolha é justificada¹⁹ da seguinte forma:

E aí negada, tudo bem? Ó, nessa edição a gente vai estreitar essa seção aqui. Nesses jornalões que têm por aí, existe uma figura chamada “ombudsman”. Não me perguntem de onde veio esse nome que eu num sei não. Pensava no começo que era até xingamento. Então, essa figura de nome esquisito existe pra meter a bronca na negada, dizer onde o jornal ou a revista erraram, o que poderiam ter feito melhor... na verdade, verdade mesmo, existe pra criticar a negada, e até xingar, no nosso caso, quando for preciso. (...) Como esse nome ombudsman é muito complicado de dizer e de escrever, aqui vai ser diferente: eu não sou ombudsman coisa nenhuma, eu sou um bode, mah. Ora mais! É isso mesmo: Umbodemah!

Existe um único texto publicado em 02 de agosto de 2016 e o mesmo dá conta de fazer críticas ao modo de fazer jornalístico de três edições da revista (versão impressa). Um dos trechos destaca o “puxão de orelha” quanto ao uso correto dos termos de gênero:

Na 2ª edição, logo na capa, teve outro vacilo que pode parecer pequeno, mas que não é. Diz muito do machismo que tem na sociedade. A gente anuncia: “Bode Berro conversa com nossos leitores”. Ôxe, e por acaso eu só conversei com macho? Não, ora mais! Conversei também com leitoras, ôxe! Essa coisa de usar só as palavras que se referem aos machos quando querem falar dos machos e das fêmeas num tá certo não. E isso já aconteceu outras vezes na revista. E tomara que não se repita

[...] na 4ª edição, aí tem uma mancada fenomenal que eu não posso deixar passar de jeito nenhum. Os caras vão fazer uma entrevista com a Laerte, grande cartunista transgênera... Até aí, massa, mas onde diabos eles acham que o “travestismo” é uma “escolha”? Primeiro, a palavra “travestismo” num é legal, o melhor termo era “transgeneridade”, e isso num é uma escolha, é um jeito livre de ser. Bem que mereceram a resposta da entrevistada: “Já dei centenas de entrevistas mas ainda tenho que ouvir ‘escolha pelo travestismo’. Que cansaço”. Tôôôoomaaa!!!

Embora irreverente e, por vezes, ácido em seus comentários, a coluna do Umbodemah não perdurou, ficando limitada a alguns comentários.

Espaço para comentários dos leitores

Na linha de estabelecer contato com os possíveis espaços de crítica, o estudo procurou focar nos comentários de leitores, especificamente aqueles destinados a falar sobre as notícias publicadas.

Dos 80 sites, 53 disponibilizam espaço para comentários das notícias (74%) e 19 não disponibilizam (26%). Quatro deles não têm site e dois não foram encontrados no endereço divulgado: *Rio na Rua* e *Agência Anota*. Apenas página no *Facebook*: *Coletivo Nigéria*; *Trombone*; *Agência Anota*, *Rio na Rua* e *Desneuralizador*. Desta forma, não foram considerados para este estudo. No caso do *Noo*²⁰, que tem site, mas não exhibe conteúdos jornalísticos, a proposta é curadoria, consultoria e criação de conteúdos de publicitários para redes sociais. *Acurácia*, por sua vez, é uma

¹⁹Disponível em: <http://revistaberro.com/categorias/colunas/umbodemah/>
Texto Publicado na Revista Berro – Ano 02 – Edição 05 – Julho/Agosto 2016 (p. 3). Acesso em 15 de julho de 2018.

²⁰Disponível em: <https://www.noo.com.br/>

agência de fotojornalismo e também não está considerada nesta análise. Dessa forma a totalidade dos sites considerada válida para este estudo é de 72.

Nos sites que o espaço é ofertado há uma variedade de como essa participação do leitor pode acontecer: diretamente, via *Facebook*, com cadastro prévio ou não, pós ou pré-moderação. Neste caso os dados sobre os comentários são quantitativos, mas é possível perceber que na maioria dos casos os espaços não se localizam logo após a notícia. Aparecem, após indicações de outras notícias, conteúdos relacionados, publicidade, entre outros.

Tais escolhas revelam que a participação do leitor não representa uma prioridade e está, portanto, descolada do conteúdo. Esse descolamento impede também que o leitor, mesmo não interessado em comentar, tenha acesso a comentários de outros leitores, como um conteúdo que, de certa forma, representa a repercussão e o debate em torno da notícia.

Vale registrar que o site *Democratize*²¹ disponibiliza o espaço para comentários na barra lateral direita da página. Essa pode ser uma forma de motivar o leitor, uma vez que logo no início, a oferta se faz presente de forma clara e acessível.

CPCT: relações de comunicação e as condições de produção no trabalho jornalístico em arranjos econômicos ‘alternativos’

No esforço de identificar outros estudos que lançam olhar para modos de fazer do que se considera jornalismo independente e/ou alternativo, destaca-se a pesquisa “As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia”²², coordenada por Roseli Fígaro²³.

A pesquisa, conduzida pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), traça como objetivo principal analisar as relações de comunicação e as condições de produção no trabalho jornalístico em arranjos econômicos “alternativos” às grandes corporações de mídia. Consideram, portanto, veículos alternativos aqueles que se opõem à produção comercial hegemônica ou às formas discursivas dominantes, denominados arranjos econômicos “alternativos”.

²¹Disponível em: <http://democratizemidia.com.br>

²²Disponível em: <http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/956/965>

²³Professora Livre-docente da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo e coordenadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA/USP). Conta com seguintes pesquisadores associados: Cláudia Nonato, Fernando Pachi e Rafael Grohmann, e como pesquisadores Alexandre Suenaga, Ana Flávia Marques, Camilla Acosta, Jamir Kinoshita, Janaína Visibeli Barros, João Augusto Moliani, Michelle Roxo, Olívia Bulla e Rafael Bellan.

Tabela 1 -

Alternativo	Independente	Empreendedorismo e Inovação
Remete à experiência histórica daqueles que buscaram construir meios de comunicação contra-hegemônicos; ou ao menos alternativos a um outro constituído; para alguns, aproxima-se em alguma medida da formulação de popular e comunitário.	Se configura na literatura como desvinculação política e econômica, como compromisso autocentrado, mais especificamente, no caso do jornalismo, “independente” restringe-se a não vinculação com os interesses políticos vigentes e à ideia de neutralidade.	Aponta para os usos contemporâneos dos termos que remonta à tradição da teoria econômica liberal, sobretudo, atualizadas pela literatura da reestruturação produtiva e da gestão de pessoas.

Fonte: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT)

Contextualizar neste artigo os interesses em comum com a pesquisa do CPCT representa esforço no sentido de considerar fundamental que os novos arranjos, como assim denominam o referido grupo, ou as iniciativas autodenominadas como independentes, sejam reconhecidos objetos de estudo do campo acadêmico. Assim,

promover diálogos e reflexões sobre os possíveis atravessamentos, limites e perspectivas de tais práticas.

[...] A nomeação dessa possibilidade de organização em novos arranjos econômicos do trabalho do jornalista é um deslocamento da definição original (Lombardi, 2003a; Suzigan; 2004). A intenção é **destacar a possibilidade de que micro e pequenas empresas, organizações não governamentais, organizações da sociedade civil, coletivos e outros grupos de trabalhadores da comunicação e do jornalismo possam representar efetiva alternativa de trabalho (empregabilidade) e de produção de um serviço de qualidade por seus vínculos e compromissos com a democratização dos meios de comunicação** (NONATO; PACHI FILHO; FIGARO, 2018, p. 104, grifo nosso).

Pensar a questão da qualidade do serviço prestado (neste caso, o jornalismo) e do compromisso com a democratização dos meios, consideramos que as iniciativas de jornalismo independente, alternativo e (também) inovador, por se propor a ser distinto das práticas tradicionais operadas nos grandes conglomerados, fortemente comprometidas com os interesses do capital, fortalece tais distinções de institucionalizar espaços de crítica e dispositivos de interação dos consumidores. Por isso, a proposta de problematizar a crítica nos interessa.

Considerações

A partir dos dados empíricos apresentados neste estudo, somados com as referências de coletâneas do marco histórico de 30 anos do *ombudsman* no Brasil, a problemática proposta neste estudo aponta para alguns questionamentos. A figura de *ombudsman* deve se reconfigurar diante das transformações pelas quais passa a prática jornalística?

Dessa pergunta vislumbram-se dois caminhos no sentido de provocar reflexões mais do que apresentar soluções: o primeiro (e mais trágico) seria deslegitimar a função de *ombudsman* por um tipo de crítica *laissez-faire* (na lógica do senso comum), e este não nos parece ser o caminho; o segundo, reafirmar o papel de *ombudsman* justamente num cenário de excesso de informação (sem regulação, ética, critérios e autocritica de quem faz), através de formas de reconhecimento e de valorização dessa função exercida por quem conhece, domina a técnica e pauta suas ações por códigos de ética e diretrizes preestabelecidas.

As experiências do *Livre Jor* e da *Revista Berro* indicam que há, ainda que por formas experimentais (não contratuais, não remuneradas), sinais de apostas na importância da autocritica. Há quem compreenda que a credibilidade não é um *slogan*, mas uma consequência de práticas pautadas em critérios éticos e comprometida com o interesse público da prática jornalística. Que é possível reconfigurar, sem perder a coerência, colocando-se ao mesmo nível das demais instituições sociais (públicas ou privadas) às quais o jornalismo propõe noticiar, investigar, fiscalizar, criticar e denunciar.

Sobre a oferta ou não dos espaços para comentários dos leitores é possível afirmar que, a partir dos dados coletados, 73,6% dos sites permitem que os leitores comentem as notícias. Porém, deve-se avaliar em que condições tais ofertas se apresentam. Como foi possível observar, muitos não estão localizados no final da notícia, mas após uma série de outras ofertas (distrações) como *posts* relacionados, anúncios publicitários, pesquisas, entre outros. Ou seja, distantes e descolados da notícia que as gerou. Isso reconfigura (ou força a reconfigurar) uma prática que claramente não valoriza a interação, nem tão pouco incentiva o debate com o leitor.

Outras perguntas seguem no sentido de compreender como se reconfigura a instituição dos comentários (cartas dos leitores) na ambiência digital: se desloca para espaços outros como as redes sociais e, de certo modo, libera o jornal dessa demanda? Quem responde, explica ou defende o leitor? Será que ainda espera respostas ou amplia para outros interlocutores o exercício da crítica (já não mais autocritica,

portanto)? O comentário desvinculado como está deixa de cumprir a sua função, tornando-se dispensável?

Porém, também é de se questionar, se por longo tempo não se fortaleceu a sistemática participação, escuta e defesa do leitor (na perspectiva crítica), ou seja, se sua interação não é habitual como esperar ou provocar que a ambiência das plataformas digitais resolva isso?

O que se percebe é que a possível adoção do *ombudsman* como instrumento de oxigenação do debate sobre o jornalismo é substituída pela participação dos leitores, em muitos casos, regulada pelas iniciativas jornalísticas, como forma de demonstrar (performativamente) ser independente.

Consideramos que a problemática proposta, de forma inicial neste artigo, pode e deve avançar ainda que com os desafios de uma observação num campo movediço, em construção e que sofre alterações bruscas e profundas diante de instabilidades no âmbito econômico e político.

Referências

AGÊNCIA PÚBLICA. **O Mapa do Jornalismo Independente**. Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em 25 de maio de 2018.

BRONOSKY, Marcelo Engel. **Manuais de Redação e jornalistas: estratégias de apropriação**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2010.

COSTA, Caio Túlio. **O relógio de Pascal**. 2.ed. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

DEMOCRATIZE. <http://democratizemidia.com.br/> Acesso em 25 de julho de 2018.

FENAJ. **História do Conselho Federal dos Jornalistas** <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Dfm20HLilRsJ:fenaj.org.br/historia-do-conselho-federal-dos-jornalistas/+&cd=3&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br> Acesso em 15 de julho/2018.

GUERRA, Josenildo Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia: verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística**. Aracajú (SE): Ed. UFS, 2008.

JAVORSKI, Elaine; GADINI, Sérgio. (orgs) **Ombudsman no Jornalismo Brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2018.

LIVRE JOR. <http://livre.jor.br/> Acesso em 16 de julho de 2018.

MENDES, Jairo Farias. **O ombudsman e o leitor**. Belo Horizonte: Editora O Luta-dor, 2002.

MICK, Jacques; TAVARES, Luísa. A governança do jornalismo e alternativas para a crise. **Brazilian Journalism Research (BJR)**, v. 13, n.1, 2017, p. 120-145. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319388965_A_governanca_do_jornalismo_e_alternativas_para_a_crise Acesso em 04 de julho de 2018.

NONATO, Cláudia; PACHI FILHO, Fernando Felício; FIGARO, Roseli. Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia. **Líbero**. ISSN impresso: 1517-3283/ISSN online: 2525-3166, v. 21, n. 41, p. 100-115, 2018.

REVISTA Berro. <http://revistaberro.com/> Acesso em 15 de julho de 2018.

SANTOS, Luciane Justus dos. **Ofertas e modos de apropriação dos comentários dos leitores nos jornais *Diário dos Campos* e *Gazeta do Povo***. Dissertação de Mestrado, 2015. UEPG. Disponível em: <http://tede2.uepg.br/jspui/bitstream/prefix/48/1/LUCIANE%20JUSTUS%20DOS%20SANTOS.pdf> Acesso em 30 de julho de 2018.

SERRANO, Estrela. Posfácio. O provedor no novo ambiente mediático. In: JAVORSKI, Elaine; GADINI, Sérgio. (orgs) **Ombudsman no Jornalismo Brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2018.