

O Cidadão Jornalista: Realidade ou Ficção?

Cheila Sofia Tomás Marques*

2008

Índice

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Introdução | 2 |
| 2 | O jornalista, o cidadão e a sociedade | 4 |
| 2.1 | O jornalista | 4 |
| 2.1.1 | O papel do jornalista no século XXI | 5 |
| 2.1.2 | As liberdades, a ética e a deontologia | 8 |
| 2.2 | O cidadão e o jornalista | 13 |
| 2.2.1 | O cidadão e os <i>media</i> no processo de democratização da sociedade | 14 |
| 2.2.2 | O <i>cidadão jornalista</i> | 17 |
| 3 | A participação do <i>cidadão jornalista</i> na actividade jornalística | 21 |
| 3.1 | A participação do <i>cidadão jornalista</i> nos <i>media</i> | 21 |
| 3.1.1 | As restrições à participação do <i>cidadão jornalista</i> no jor- nalismo | 26 |
| 3.1.2 | Contributos concretos do <i>cidadão jornalista</i> no jornalismo | 28 |
| 3.2 | O tratamento que os <i>media</i> fazem do material produzido pelo <i>cidadão jornalista</i> | 32 |
| 4 | Conclusões | 35 |
| 5 | Referências bibliográficas | 40 |

*Mestranda em Comunicação Social do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa, Portugal.
E-mail: cheilamarques@hotmail.com

1 Introdução

Este estudo é o resumo da tese apresentada para a obtenção do grau de Licenciatura de Comunicação Social do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, pertencente à Universidade Técnica de Lisboa. A presente dissertação é o resultado de uma pesquisa empírica formada por uma componente teórica (consequente da pesquisa bibliográfica), e uma componente prática (baseada na aplicação da técnica de entrevista). O tema deste trabalho foi proposto por mim e contou com o apoio do professor, e orientador de Seminário, Paulo Martins.

É um estudo exploratório que surge devido à ausência de matérias e investigações em Portugal sobre o *cidadão jornalista*. Pretendo apurar de que forma pode influenciar o jornalismo que há muito conhecemos. Esta dissertação refere-se à questão do jornalista no século XXI e à emergência do conceito *cidadão jornalista* como resultado da perda de credibilidade dos órgãos de comunicação tradicional, do desenvolvimento da *Internet* e da vontade do cidadão de participar activamente na vida social. É uma temática que surge com a necessidade de compreender de que modo este indivíduo altera e complementa a esfera noticiosa, e até mesmo a forma como a comunicação social se adapta a estas mudanças.

Trata-se de conhecer a forma como o *cidadão jornalista* se afirma no panorama informativo e até que ponto segue as regras deontológicas basilares do jornalismo e as suas técnicas. Pretende-se ainda entender as causas e consequências deste fenómeno de participação do cidadão e esclarecer quanto à sua área de actuação. Note-se que é hoje premente a compreensão do modo em que a apresentação das notícias e da informação é condicionada por este novo indivíduo que se levanta do sofá para contribuir para o panorama informativo.

Se há dois anos foram as imagens (produzidas pelos cidadãos) de um nevão que abriram os telejornais em Portugal, este ano a situação voltou a repetir-se com as cheias que assolaram Lisboa. Foram as *fotos* e os *vídeos* do *cidadão jornalista* que, um pouco por toda a região, fizeram a imagem do momento. Com o *cidadão jornalista* (também designado por *citizen journalism*, *grassroots journalism*, *jornalismo participativo*, *jornalismo colaborativo* ou *jornalismo open source*), qualquer pessoa pode recolher, analisar e publicar informação, à semelhança do traba-

lho desenvolvido pelos jornalistas profissionais. Mas isto só é possível devido às ferramentas da tecnologia moderna.

Para a prossecução dos objectivos traçados, dividi este resumo em quatro capítulos. No segundo capítulo, importou delimitar, sucintamente, o que é o jornalista e o seu papel no século XXI, verificar algumas das regras pelas quais se rege (sobretudo em termos de ética e deontologia), entender como os indivíduos exercem o seu direito de cidadania (tendo em conta este fenómeno de participação e o desenvolvimento das tecnologias), e o impacto dos *media* e da cidadania na democratização das sociedades. Só depois de explanados estes assuntos considereei pertinente definir o que é o *cidadão jornalista*, visto este conceito emergir de uma nova forma de participação social.

Já no terceiro capítulo, é exposta a forma de participação dos cidadãos nos *media* e as suas restrições, os casos concretos em que participam e a forma como o fazem, bem como o tratamento que a comunicação social faz do trabalho por ele produzido. Para a execução do Capítulo 2 e do Capítulo 3, foi necessária uma análise profunda dos *we-blogs*, dos *vlogs*, das *wikis*, *fotologs* (ou *flogs*), entre outros. Esta análise foi depois complementada com pesquisa bibliográfica e entrevistas estruturadas às personalidades que estudam o fenómeno.

No início desta tese, atentei ao facto de um problema bem formulado ser o mais importante para o desenvolvimento da ciência, pois mesmo que não se consiga solucioná-lo, uma investigação pode ter um grande mérito se desobstruir, ou pavimentar, um caminho. Conseguir uma boa formulação do problema exige um grande esforço para evitar as ambiguidades. Assim, tendo por base estas premissas, apresento a problemática:

O cidadão jornalista realmente existe?

Após a delimitação da problemática, foram estabelecidas as hipóteses de pesquisa para orientar a investigação e concretizar os objectivos delineados. As hipóteses de pesquisa são sempre uma suposição, em relação a um problema, numa tentativa de explicar satisfatoriamente os fenómenos envolvidos. Parte-se do princípio de que uma determinada verdade é conhecida ou que a explicação que se procura já existe. Exposto isto, as hipóteses de pesquisa em que assenta esta investigação são:

- *Existem diferenças entre o cidadão jornalista e o jornalista comum, quer em termos de liberdade de expressão quer em termos de qualidade do material produzido.*
- *O cidadão jornalista não passa de uma fonte de informação.*
- *Existem restrições à participação do cidadão nos media.*
- *Ao cidadão jornalista não são imputadas regras legais, éticas e deontológicas.*
- *O jornalista profissional tem de tratar o material que recebe do cidadão jornalista.*
- *O cidadão jornalista enriquece o trabalho jornalístico e contribui para a democratização das sociedades.*

Finda a análise dos resultados, pretende-se confirmar ou refutar as hipóteses anteriormente estabelecidas e obter uma resposta sobre a problemática escolhida. Resta-me então expor os factos e apresentar conclusões empíricas. Se a ideia que previamente tinha sobre o assunto estiver deturpada, permanece a certeza da desmistificação de um pensamento infundado ou erróneo.

2 O jornalista, o cidadão e a sociedade

2.1 O jornalista

O jornalista é o profissional que alia conhecimentos técnicos a uma boa redacção. Tem responsabilidades especiais, porque determina ou influencia o público através do que escreve. A sua actividade primária é observar e descrever eventos. Logo, “o jornalista move-se no campo da realidade e não no da fantasia. [...] Nem sempre escreve sobre o que gostaria de escrever mas sobre o que é preciso que escreva” (ARAÚJO, 1988: 269). É alguém que tem amor à profissão, que é perspicaz, ágil, tem boa memória e pensamento claro, é audaz, eficaz, e tem como ideal basilar o sentido da verdade e a objectividade. É alguém que resiste ao stress, e está disposto a trabalhar a qualquer hora e nas piores condições com o intuito de informar o público no menor tempo possível que

decorre entre um acontecimento e a publicação da informação relativa a esse acontecimento (ARAÚJO, 1988: 269). O jornalista é um profissional com inúmeras responsabilidades éticas e legais e que escreve segundo técnicas de redacção específicas.

Segundo o *Estatuto do Jornalista* português, são jornalistas aqueles que desempenham a profissão “como ocupação principal, permanente e remunerada, exercem com capacidade editorial funções de pesquisa, recolha, selecção e tratamento de factos, notícias ou opiniões”¹. O jornalista informa através de *texto, imagem* ou *som*, publicados nos órgãos de comunicação, sejam eles a rádio, a televisão ou a Imprensa. São ainda jornalistas os cidadãos que tenham tido como ocupação principal, permanente e remunerada durante 10 anos seguidos ou 15 interpolados o jornalismo, desde que tenham o título profissional actualizado². Só podem aceder a esta profissão “os cidadãos maiores de 18 anos e no pleno gozo dos seus direitos civis”³ que tenham realizado um estágio obrigatório de 12 meses se forem detentores de uma licenciatura na área de comunicação social ou em curso equivalente, ou de 18 meses se não tiver nenhuma das habilitações mencionadas⁴. Qualquer jornalista tem de ter uma carteira profissional emitida pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista⁵. Durante o estágio, é atribuída uma carteira profissional provisória, que só passa a definitiva findo o período de estágio.

2.1.1 O papel do jornalista no século XXI

A *Internet* é um veículo privilegiado de informação, que potenciou ainda mais a sociedade da informação e a globalização. O jornalista já não é de todo o que foi no passado. Com a tecnologia e informatização vieram os *blogs, vlogs, podcasts*, o *YouTube*, o *Hi5*, as *wikis* (cuja mais conhecida é a *wikipédia*), e muitos outros suportes onde o indivíduo pode expor a sua vida privada e onde dispõe de um espaço que permite publicar informação ou difundir as suas ideias e ideais, sendo

¹ N.º1 do Artigo 1.º do *Estatuto do Jornalista* português.

² N.º3 do Artigo 1.º do *Estatuto do Jornalista* português.

³ Artigo 2.º do *Estatuto do Jornalista* português.

⁴ N.º1 do Artigo 5.º do *Estatuto do Jornalista* português.

⁵ N.º 1 do Artigo 4.º do *Estatuto do Jornalista* português.

que “ocupar seu espaço na *web* significa também transformar o jornalismo numa conversa de um para um, um para muitos e de muitos para muitos” (FOSCHINI e TADDEI, 2006: 7). Nos jornais *on-line* já se optou mesmo por conceder espaços à intervenção dos leitores, sobretudo ao nível da produção, em alguns sectores, porque perceberam que “a interactividade que caracteriza o jornalismo *on-line* constitui certamente também um contributo para a actualização do jornal” (GROTH *cit.in* FIDALGO, 2004: 9). Este jornalismo, de facto, oferece ao público um pouco de cada meio tradicional. Para John Pavlik, há três mudanças fundamentais no jornalista de hoje. O jornalista agora tem que ser mais do que um contador de factos, o seu papel como intérprete de acontecimentos foi expandido e modificado, e, finalmente, os jornalistas *on-line* vão ter um papel fulcral na ligação entre as comunidades (PAVLIK *cit.in* AROSO, 2003: 1).

A *Internet* teve enorme impacto no jornalismo. Criou “a avalanche informativa, o aumento da velocidade noticiosa e as novas formas de contactar os agentes da notícia” (CANAVILHAS, 2004: 4). Actualmente, já é possível que o leitor receba na sua caixa de correio electrónico um conjunto de notícias sobre áreas de interesse por si mesmo seleccionadas, aproveitando o facto de no *Webjornalismo* existir uma actualização contínua da informação.

Dominique Wolton reforça esta ideia e diz mesmo que “a principal restrição está do lado da recepção, porque são os códigos de linguagem, culturais, religiosos, históricos que constituem os quadros através dos quais os diferentes públicos se informam e comunicam” (WOLTON, 1995: 183). Isto acontece porque não há comunicação sem compreensão e é esta que orienta e delimita a absorção das mensagens. No fundo, existe um dilema entre a rapidez da circulação de informação e a absorção da mesma por parte do receptor, que é lenta e implica um esforço de concentração. Assim, é necessária uma standardização dos códigos de comunicação usados o que cria o problema do empobrecimento da língua e da demissão, por parte da comunicação social, da função de educação ou formação dos públicos.

A abertura do espaço público é uma realidade dos *media* que são dominados actualmente por uma lógica concorrencial, com a perspectiva, a prazo, de um grande mercado da comunicação (WOLTON, 1995: 172). Face a esta situação, é necessário encontrar novos ângulos de

abordagem mais criativos, pois já quase tudo foi dito e tornado público. Mas é essencial que existam responsabilidades efectivas e isso é possível efectivar se voltarmos a introduzir regras, normas e valores, pois o sector da comunicação está “em plena expansão e contribui, muito directamente, para a representação que os cidadãos têm da realidade histórica” (WOLTON, 1995: 173). Mas não sejamos puritanos. Esta é uma realidade bastante difícil de alcançar, sobretudo quando estamos inseridos numa sociedade consumista e na qual o poder económico se sobrepõe ao político. Se a comunicação social tiver “travões”, limites e regras podemos responder à premência da edificação de uma sociedade mais equilibrada. Afinal de contas, os jornalistas e os profissionais de comunicação têm o dever de prestar serviço público.

O *Webjornalismo* é uma realidade que assume alguma relevância. No *Webjornalismo* a notícia funciona como um ponto de partida para uma interactividade com o leitor. A introdução de diferentes pontos de vista sobre um determinado assunto vão enriquecer a notícia, e “um maior número de comentários corresponde a um maior número de visitas, o que é apreciado pelos leitores” (CANAVILHAS, 2001: 3). Neste novo jornalismo, não se usa o modelo da *pirâmide invertida*, mas sim “um conjunto de pequenos textos hiperligados entre si” (CANAVILHAS, 2001: 3).

O leitor pode no *Webjornalismo*, explorar as notícias individualmente o que leva o jornalista a produzir a notícia com atenção ao aspecto da interacção *on-line*. Ou seja, o jornalista passa a ser um produtor de conteúdos multimédia de carácter informativo. Por sua vez, o utilizador do serviço faz uma leitura multilinear, já que a *webnotícia* integra elementos como *hiperligações*, o *vídeo*, o *flash* e o *3D* ou os *gráficos* e o *som*. Há uma convergência de suportes devido à digitalização da informação, à sua circulação e à disponibilização em inúmeras plataformas, que conduzem a uma complementaridade.

Eu acredito, à semelhança de Alfredo Maia, que nesta nova conjuntura cada vez mais participativa, complementar e tecnológica é necessário haver uma auto-regulação do sistema mediático, que transforma os jornalistas em mera mão-de-obra, ou seja, proletariza-os, sendo que têm cada vez menos capacidade de intervenção na criação, orientação e execução dos órgãos de comunicação social e estão “cada vez mais

subordinados a uma estratégia comercial e publicitária do que a imperativos de deveres para com o público” (MAIA, 2001).

Actualmente, os jornalistas deparam-se com o problema do excesso de informação disponível. Devido à grande quantidade de informação, as empresas de comunicação têm de criar *links* apenas para a informação que é devidamente confirmada junto de várias fontes, e para a informação que é realmente útil, para que o indivíduo comum não perca tempo excessivo a informar-se e para que não se informe de modo indevido ou incorrecto. É necessário controlar a entropia e a confusão causada pelo excesso de informação.

O jornalista tem responsabilidades nessa tarefa. O jornalista será o responsável por hierarquizar, organizar e apresentar a informação que interesse a cada pessoa, segundo as suas necessidades, pois um motor de busca ou uma base de dados não podem substituir este serviço prestado pelo jornalismo. O jornalista tem obrigação de separar a informação que importa e que é séria, e apresentá-la de forma coerente. Mas o papel do jornalista como *gatekeeper* e *agenda-setter*, pode estar em risco, pois as suas fontes primárias são públicas e estão disponíveis para qualquer pessoa. Quer isto dizer que um indivíduo comum pode ser *gatekeeper* ou controlador da *agenda*. Devido a esta situação, torna-se fundamental a credibilização da informação disponível *on-line*.

Assim, o jornalista do século XXI, deve adiantar-se às necessidades e exigências da audiência, fazendo frequentes incursões nos *fóruns de discussão* e *chats*, e trocando *mails* com o seu público. Deve usar as inúmeras fontes disponíveis *on-line* para apurar a verdade das informações que obtém na *Internet*. Deve ser um indivíduo com grande habilidade, inteligência e capacidade de selecção, de modo a procurar e encontrar o que precisa. É um indivíduo com o dever de fortalecer os princípios éticos e deontológicos, e de dar à audiência o conjunto de informação mais importante de um determinado momento. Finalmente, deve ter uma forte preparação em Ciências Sociais e na área da informação.

2.1.2 As liberdades, a ética e a deontologia

O conteúdo fundamental do direito da comunicação social em Portugal resulta do fim da censura e da democratização da sociedade portuguesa. Com o 25 de Abril de 1974, a preocupação do legislador de “assegurar

a liberdade de pensamento e a liberdade de expressão desse pensamento ao nível dos meios de comunicação social” (FERREIRA, 2005), tornou-se efectiva. Era necessário garantir a liberdade da comunicação social na sua tripla dimensão de informar, informar-se e ser informado, pois no jornalismo e na democracia é fulcral a existência da Liberdade de Expressão e da Liberdade de Informação.

A Liberdade de Informação é uma vertente da Liberdade de Expressão e traduz-se no direito que os indivíduos têm de investigar e de chegar às fontes informativas e na liberdade de emissão e de recepção (ARAÚJO, 1988: 252). Note-se que estes direitos contribuem para a defesa da informação como bem público e social⁶, estabelecendo os limites políticos e ideológicos ao conformá-los a uma argumentação “teórica, deontológica e epistemológica ao lado da acção política concreta, num movimento que sintetiza e analisa a realidade e, simultaneamente, age sobre ela” (KARAM, 1997: 22).

A *Declaração Universal dos Direitos do Homem* consagra o direito à liberdade de opinião e de expressão⁷. A *Convenção Europeia dos Direitos do Homem* acrescenta que não pode existir ingerência de autoridades públicas⁸. Ainda segundo esta convenção, “qualquer pessoa tem direito ao respeito da sua vida privada e familiar, do seu domicílio e da sua correspondência”⁹.

As questões da liberdade de expressão e opinião são consolidadas pela *Constituição da República Portuguesa*¹⁰, pela *Lei de Imprensa*¹¹

⁶ Segundo a UNESCO, a informação é um bem público e social.

⁷ Artigo 19.º da *Declaração Universal dos Direitos do Homem*.

⁸ N.º 1 do Artigo 10.º da *Convenção Europeia dos Direitos do Homem*.

⁹ N.º 1 do Artigo 8.º da *Convenção Europeia dos Direitos do Homem*. Estas questões estão também presentes: no Artigo 26.º da *Constituição da República Portuguesa* (Lei Constitucional n.º 1/2004 de 24 de Julho); no Artigos 75.º ao 78.º (sobre a correspondência) e Artigo 80.º (sobre o Direito à Reserva sobre a intimidade da vida privada) do *Código Civil* (actualizado até à Lei 6/2006, de 27 de Fevereiro); Capítulo VII do *Código Penal* e Artigo 194.º do mesmo; alínea h) do n.º 2 ao Artigo 14.º do *Estatuto do Jornalista português*; e Ponto 9 do *Código Deontológico dos Jornalistas portugueses*.

¹⁰ Artigos 37.º e 38.º da *Constituição da República Portuguesa* (Lei Constitucional n.º 1/2004 de 24 de Julho).

¹¹ Artigos 1.º, 4.º, 5.º, 7.º e 8.º, alínea a) do Artigo 22.º da *Lei de Imprensa* (Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro).

,pela *Lei de Rádio*¹², pelo *Estatuto do Jornalista*¹³ e pelo *Código Deontológico*¹⁴.

No que toca à Liberdade de Informação¹⁵, esta é concebida como um valor sólido, mas que não é satisfeito se apenas tiver o intuito de informar, vertical e unilateralmente. A informação não pode ser superficial, sensacionalista, tendenciosa, ou falsa. É uma questão de ética e de responsabilidade social, que por sua vez se relaciona com a própria credibilidade dos meios. Mas, para existir Liberdade de Informação, o jornalista deve ter um vencimento digno, para não ceder a chantagens e corrupção, e tem respeitar o segredo e o sigilo profissional¹⁶, e as fontes de informação (ARAÚJO, 1988: 258). O acesso às fontes de informação é um direito dos jornalistas¹⁷, sendo que devem sempre procurar diversificá-las, ouvir as partes envolvidas numa determinada situação¹⁸, e devem identificá-las e associá-lhes as opiniões recolhidas¹⁹. Por outro lado, há que proteger a confidencialidade e o anonimato das fontes²⁰.

Importa referir que o cidadão tem o direito de resposta e de rectificação²¹ face a uma possível ofensa causada por uma informação pu-

¹² Artigo 34.º da *Lei de Rádio* (Lei n.º 7/2006 de 3 de Março).

¹³ Alínea a) do Artigo 6.º, Artigo 7.º, alínea b) do n.º 1 do Artigo 14.º do *Estatuto do Jornalista* português.

¹⁴ Ponto 3 do *Código Deontológico dos Jornalistas* portugueses (aprovado em 4 de Maio de 1993).

¹⁵ Artigo 37.º da *Constituição da República Portuguesa* (Lei Constitucional n.º 1/2004 de 24 de Julho), alínea b) do n.º 1 do Artigo 14.º do *Estatuto do Jornalista* português, Capítulo V da *Lei de Imprensa* (Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro), Secção I do Capítulo IV da *Lei da Televisão* (Lei n.º 27/2007 de 30 de Julho) e Secção I do Capítulo III da *Lei de Rádio* (Lei n.º 7/2006 de 3 de Março).

¹⁶ Alínea c) do Artigo 6.º e Artigo 11.º do *Estatuto do Jornalista* português. A questão do segredo profissional é também notória no Artigo 135.º do *Código de Processo Penal* (aprovado pela Lei n.º 48/2007 de 29 de Agosto) e na alínea c) do Artigo 22.º da *Lei de Imprensa* (Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro).

¹⁷ Alínea b) do Artigo 6.º, Artigo 8.º e 10.º do *Estatuto do Jornalista* português, a alínea b) do Artigo 22.º da *Lei de Imprensa* (Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro) e ainda o ponto 3 do *Código Deontológico do Jornalistas* portugueses.

¹⁸ Alínea e) do n.º 1 do Artigo 14.º do *Estatuto do Jornalista* português.

¹⁹ Alínea f) do n.º 1 do Artigo 14.º do *Estatuto do Jornalista* português e Ponto 6 do *Código Deontológico dos Jornalistas* portugueses.

²⁰ Alínea a) do n.º 2 do Artigo 14.º do *Estatuto do Jornalista* português e Ponto 6 do *Código Deontológico dos Jornalistas* portugueses.

²¹ Artigo 40.º da *Constituição da República Portuguesa* (Lei Constitucional

blicada. O órgão de comunicação social pode ser, nestes casos, obrigado a publicar um pedido público de desculpa. Aos partidos políticos e organizações pode também ser reconhecido o direito de antena e de réplica²².

O *Estatuto do Jornalista* português congrega os direitos²³, os deveres²⁴ e as incompatibilidades²⁵ da profissão. Entre as incompatibilidades, estão, por exemplo, o desempenho simultâneo de funções remuneradas de assessoria e consultadoria de imprensa, relações públicas, publicidade e marketing, funções em cargos públicos como presidente de câmara ou vereador e outros. O *Estatuto do Jornalista* luso não é claro quanto ao exercício simultâneo da função de deputado e de jornalista. Juridicamente, não existe nada que impeça que um jornalista se candidate e exerça funções de deputado. Porém, o jornalista detém autoridade e credibilidade que o “colocam acima de quaisquer interesses e inclinações, sejam eles de natureza pessoal ou política, respeitem a instituições públicas ou privadas” (SERRANO, 2002). A sua obrigação é para com a sociedade, que espera receber informação isenta, independente e rigorosa sobre o que está a acontecer no mundo.

A par dos direitos, caminham também deveres como a exigência de uma conduta responsável e do respeito por outros direitos fundamentais dos indivíduos. O desafio de hoje é a realização dos direitos de isonomia²⁶ e de isogoria²⁷ na comunicação. Todavia, estes deveres e direitos são, muitas vezes, deturpados pela concorrência entre os *media* e pela procura incessante de notícias “frescas”. Isto conduz frequentemente

n.º 1/2004 de 24 de Julho), alínea b) do n.º 2 do Artigo 14.º do *Estatuto do Jornalista* português, Secção I da *Lei de Imprensa* (Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro), alínea f) do n.º 2 do Artigo 34.º e Capítulo VI da *Lei da Televisão* (Lei n.º 27/2007 de 30 de Julho), e ainda o Capítulo V e especialmente o Capítulo VI da *Lei de Rádio* (Lei n.º 7/2006 de 3 de Março).

²² Artigo 40.º da *Constituição da República Portuguesa* (Lei Constitucional n.º 1/2004 de 24 de Julho), alínea e) do n.º 2 do Artigo 34.º e Capítulo VI da *Lei da Televisão* (Lei n.º 27/2007 de 30 de Julho), e ainda o Capítulo V da *Lei de Rádio* (Lei n.º 7/2006 de 3 de Março).

²³ Artigo 6.º do *Estatuto do Jornalista* português.

²⁴ Artigo 14.º do *Estatuto do Jornalista* português.

²⁵ Artigo 3.º do *Estatuto do Jornalista* português.

²⁶ Isonomia é o direito de igualdade perante a lei.

²⁷ Isogoria é o direito à igualdade de palavra, ou seja, direito que todos os cidadãos têm de manifestar opinião.

a excessos, à violação de regras deontológicas e à infracção de alguns direitos individuais, como por exemplo o direito à reserva da intimidade da vida privada²⁸. Estas infracções podem provocar acções legais contra os jornalistas ou contra as organizações para as quais trabalham.

É pertinente esclarecer que a deontologia é um conjunto de regras e princípios morais para o exercício de uma dada profissão e que a ética profissional é a aplicação, na esfera profissional, dos princípios morais revelados como bons para a sociedade pela ética geral, pois “a pessoa tem que estar imbuída de certos princípios ou valores próprios do ser humano para vivenciá-lo nas suas actividades de trabalho” (CAMARGO, 1999: 33). Os códigos deontológicos não são a solução milagrosa que pode resolver todos os problemas éticos da prática jornalística, mas constituem um contributo decisivo para que os profissionais sejam capazes de assegurar os direitos dos cidadãos a serem informados.

Devido à ética e à deontologia, são necessários instrumentos legais de regulação dos *media*, sendo que essa regulação cabe à *Entidade Reguladora para a Comunicação Social*. O *ISCSP* (ISCSP, 2002) também deu um contributo para a regulação, tendo em conta a convergência crescente dos conteúdos e meios de comunicação, tanto nos suportes como nos meios de produção de conteúdos. Apresentou um modelo de auto-regulação onde se detectou que era necessário transferir para o primado jurídico a defesa dos direitos, das liberdades e das garantias dos cidadãos, as questões ligadas ao acesso e circulação da informação, nomeadamente qualquer atentado à neutralidade das redes de comunicação face aos conteúdos. Este modelo contempla ainda um organismo regulador para todos os *media*, transversal ao mercado de comunicação social.

O conhecimento das obrigações dos jornalistas, conjuntamente com o conhecimento da legislação dos *media* e do *Código Deontológico*, deve fazer parte da formação académica dos profissionais da comunicação social.

²⁸ Artigo 80.º do *Código Civil*, Capítulo VII do *Código Penal*, alínea h) do Artigo 14.º do *Estatuto do Jornalista* português.

2.2 O cidadão e o jornalista

Nos “ecossistemas” sociais do século XXI, a *Internet* permitiu uma redefinição do espaço, ou seja, ao nível das comunicações deixou de existir o conceito físico de “longe”. Quer isto dizer que o indivíduo vê na *Internet* um potencial veículo de comunicação e de expressão, vital ao exercício de uma nova cidadania²⁹. Este suporte ajuda o jornalista a preencher um papel de activista político caracterizado pela defesa de valores como a rejeição da corrupção, a defesa dos direitos dos cidadãos, e a igualdade no tratamento e na aplicação das leis.

A *Internet* também é relevante para apurar factos, aceder rapidamente a novos acontecimentos, reunir as informações, e comentá-las (através de *fóruns* e *blogs*, por exemplo). Deixou de haver uma fronteira rígida entre o emissor e o receptor. Hoje, a comunicação é feita numa base de cooperação interna (nas redacções), ou externa (com indivíduos comuns que querem participar na sociedade e na concepção noticiosa).

As novas tecnologias da informação e da comunicação oferecem meios de expressão aos cidadãos comuns, sendo-lhes mais fácil exercer a sua cidadania. Note-se que os indivíduos são diariamente bombardeados com informação e a *Internet* permite uma selecção de informação individualizada. Hoje, o cidadão escolhe a informação que quer receber e quando a quer receber. Há uma nova forma de exercer a cidadania que é mais dinâmica. O indivíduo tem a capacidade de, ele mesmo, criar fluxos de informação personalizada e de se expor apenas às fontes de informação que selecciona e assim contribuir para a democracia.

²⁹ Cidadania é o conjunto de direitos que um indivíduo, como elemento de um Estado, tem e que lhe permitem participar na vida política, nomeadamente na formação do governo e na sua administração. Para João de Almeida Santos citado em *Babel-Revista Electrónica editada por Leonel Moura*, a cidadania contemporânea prescinde dos vínculos comunitários tradicionais e actua na sociedade e na cultura. Assim, a cidadania joga-se no panorama social, político e cultural (MARSHALL apud CARVALHO, Cláudia Maria. “Cidadania na Democracia e Autocracia”, 26 de Junho de 2007, em *Shvoong- Make it short*, disponível em <http://pt.shvoong.com/social-sciences/1622946-cidadania-na-democracia-autocracia/>, consultado em 20 de Novembro de 2007.

2.2.1 O cidadão e os *media* no processo de democratização da sociedade

Num século dominado pelas tecnologias, a informação assume novos contornos que afectam invariavelmente a sociedade e as relações que nela se estabelecem. A liberdade de comunicação é uma condição essencial para que haja uma verdadeira democracia e para existir liberdade de comunicação e de expressão tem de existir democracia.

A sociedade de informação cria “as condições que faltavam para o pleno exercício das liberdades de expressão e de informação” (GONÇALVES, 2005: 3) defendidas pelo artigo 10º da *Convenção Europeia dos Direitos do Homem*. O Conselho da Europa também desenvolveu trabalhos no sector da comunicação social, com o objectivo de contribuir para sociedades mais democráticas. Esses trabalhos incluem o reforço da liberdade de expressão e de informação e da livre circulação de ideias e de informações, o desenvolvimento de medidas políticas pan-europeias e outros instrumentos legais, e, ainda, a elaboração de medidas para se assegurar que o direito e a política da comunicação social não sejam ultrapassados pelas transformações tecnológicas, económicas e regulamentares (CONSELHO DA EUROPA, 2005).

Numa democracia, a *Internet* oferece indubitavelmente novas formas de relações entre o Estado, sociedade e os *media* (PINTO, 2003: 2), sendo que hoje existe um *feedback* directo e rápido entre o cidadão e os *media*.

Em democracia, a participação dos indivíduos é fundamental à formação de sociedades mais equilibradas. É através dos *media* que o cidadão é informado, mas “a abundância de informação e de canais de comunicação para a ela aceder não constitui condição suficiente para uma cidadania consciente e participativa” (PINTO, 2003: 2). O discurso da comunicação social não é representativo da pluralidade social, porque os *media* apresentam apenas um determinado ponto de vista. Isto é um problema.

Por outro lado, existe a questão económica (o custo de produção e transmissão de informação), as pressões dos grupos de comunicação e dos anunciantes, as questões deontológicas e legais (que impõem algumas restrições no que respeita à informação a veicular), e, finalmente, a questão cultural (onde se tem de cominar os códigos orais e escritos e as

técnicas narrativas para se entender as mensagens dos *media* e para se poder participar nos meios de comunicação, nos *fóruns* ou nos *blogs*).

Desta forma, os meios de comunicação social assumem o “papel de instituição-suporte do processo da democracia (aliás, da mediocracia)” (FILHO e PINTO, 1998: 3), que também é restritivo e monopolista, pois em certas situações, cede a pressões internas (dos editores e outros) e a pressões externas (dos anunciantes, por exemplo).

No mundo contemporâneo, o cidadão participa activamente na sociedade através dos *fóruns on-line*, das salas de *chat*, do *e-mail* e outros meios (PINTO, 2003: 4). A *Internet* é, sem dúvida, um meio que permite uma comunicação individualizada, personalizada, bidirecional e em tempo real. Esta nova forma de participação do indivíduo na sociedade assenta numa estrutura horizontal, ou seja, todos os cidadãos participam activamente na produção e circulação de informação. E é nesta manifestação social que o indivíduo se torna um cidadão, pois no ciberespaço projecta as suas convicções e conhecimentos e contacta com outros indivíduos.

Assim, a educação para os *media* e a comunicação tem de ser encarada como uma prioridade na educação para a cidadania. É fundamental que o cidadão possa analisar de forma crítica as mensagens mediáticas que o bombardeiam diariamente, que conheça os seus direitos e deveres, perante a comunicação social, e que compreenda a política e a economia que o rodeia. Através dos *media*, pode personificar uma forma de intervenção cívico-cultural com um alcance relevante e “para o qual podem concorrer, de forma decisiva, quer as instituições educativas, quer as autoridades governamentais, quer os próprios *media*” (PINTO, 2003: 6).

A intervenção nos *media* é democrática e é responsável por uma nova forma de socialização, onde a presença física do indivíduo deixa de ser fundamental ou sequer necessária. Note-se que a primeira oportunidade do Estado para criar um novo modelo de convivência com o seu cidadão advém do facto de não existirem, na *Internet*, mecanismos de representação política, nem sistemas hierárquicos (FILHO e PINTO, 1998: 6). Os actores estatais vêem-se pressionados a usar a interactividade que a *web* garante, para discutir temas de interesse nacional em *fóruns*, *blogs* e outros.

Devido à interactividade da *Internet* é possível criar espaços de de-

bate público. O acesso público e generalizado à *rede* é possível, tornando-se mais fácil aos Estados criarem, nas suas páginas oficiais e *fóruns*, suportes de contacto directo entre o cidadão e as entidades públicas, pois “permitem um envolvimento mais permanente e contínuo, uma discussão interactiva, um maior acesso à informação” (GONÇALVES, 2005: 7) que torna o atendimento mais transparente (FILHO e PINTO, 1998: 7).

Assim, o acesso às informações públicas e administrativas do Governo tem a incumbência de recolher e disseminar informações, mas também tornar-se um local excepcional de discussão, sugestão e crítica.

No *Livro Verde Para a Sociedade da Informação em Portugal* (MISSÃO PARA A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO, 1997: 13-16) é também proposta a criação de um estatuto da informação, onde é relevada a informação de cidadania, que deverá ter um acesso generalizado e gratuito, para salvaguardar os direitos autorais e a propriedade intelectual.

Há, agora, uma cidadania potenciada pelas novas tecnologias, nomeadamente pela *WEB 2.0*. A *WEB 2.0* é uma rede social digital onde existe uma forte colaboração para o conhecimento. Os cidadãos partilham ideias e trocam conhecimento, contribuindo para um desenvolvimento social. No entanto, a tecnologia não resolve os problemas sociais e cria também problemas como o isolamento cognitivo (onde se formam inúmeros nichos de preferências pessoais), a dependência face à informação, o excesso de informação e a existência de novas e mais complexas formas de concorrência. Assim, a possibilidade de manipulação da informação e a dificuldade na confirmação da informação tornam, a meu ver, necessário rever as disposições legais sobre a ética e deontologia.

Tanto o cidadão como os *media* têm responsabilidades na edificação de uma sociedade democrática. As tecnologias permitem ao indivíduo expressar-se livremente e dão à comunicação social a oportunidade de ouvir o seu público e de completar o seu trabalho. No entanto, os *media* sofrem sempre pressões por parte dos directores dos grupos de comunicação nos quais estão inseridos, pois estes querem rentabilizar o seu produto esquecendo-se de valores base do jornalismo como a isenção, a objectividade e a pluralidade. Assim, apesar das potencialidades das novas tecnologias e dos factores enunciados anteriormente, acredito que

os *media* e os cidadãos têm ainda um longo caminho a trilhar na edificação de uma sociedade democrática.

2.2.2 O cidadão jornalista

O conceito de *cidadão jornalista* surgiu numa fase em que o jornalismo norte-americano atravessava uma grande crise de credibilidade, que levou à perda de leitores e à integração e desenvolvimento da comunicação social, tendo em conta fundamentos económicos (GONÇALVES, 2005: 3). Os poderes económicos e políticos estavam a dominar cada vez mais os *media*, pelo que se tornou necessário combater esta realidade.

Cientes deste poder na comunicação social, os cidadãos começaram a desenvolver novas formas de cidadania, com maior e mais activa participação. O *public journalism*, a primeira forma de jornalismo que visava o combate a pressões económicas e políticas, “pretendia impor uma nova agenda de opinião e se tornar o intérprete dos cidadãos quanto à hierarquia dos problemas e à escolha das soluções pela comunidade” (ABREU, 2003: 6).

Porém, foi na década de 70, que se evoluiu para o *civic journalism* (ABREU, 2003: 6). Este tinha como cerne enaltecer os valores democráticos e era “orientado para mobilizar, dar a palavra aos cidadãos comuns e aos responsáveis por associações e comunidades” (ABREU, 2003: 6). É assim que nasce um movimento no qual se dá prioridade a uma democracia directa e participativa onde se fundamenta a base do *cidadão jornalismo* que hoje conhecemos.

Foi na década de 90, com o aumento exponencial de espaços para a participação do cidadão nos meios de comunicação social, que este conceito ganhou novos contornos. Mas é notório que, em pleno século XXI, este continua a ser muito vulnerável às manipulações da indústria mediática, sendo que a palavra-chave deste fenómeno é *colaboração*. Há uma comunicação de *um* para *um*, de *um* para *muitos* e de *muitos* para *muitos*. Já não existe, no mundo virtual, uma fronteira que separa quem faz as notícias de quem as recebe. Os jornalistas têm agora milhares de cidadãos que os auxiliam na árdua tarefa de apurar, conhecer, reunir e até mesmo comentar informações – deu-se lugar à comunicação através de *colaboração* e da *interactividade*, tendo em conta a *utilidade*

social. Este último conceito, diz respeito ao facto de o jornalismo se dispor a servir “os interesses concretos dos cidadãos e a responder às preocupações dos leitores ou da audiência referentes a emprego, habitação, educação, segurança, qualidade de vida etc” (ABREU, 2003: 5-6), associado à ideia de que o jornalismo trabalha para o público.

Dan Gillmor, o mais activo e fervoroso defensor do *cidadão jornalista*, fundou uma entidade³⁰, sem objectivos lucrativos, para promover o *cidadão jornalista* que, para Alzira Abreu, deve ser encarado como uma forma de os jornalistas exercerem uma função de activistas políticos, cuja preocupação passa também pela “defesa de valores como a rejeição à corrupção, defesa dos direitos dos cidadãos, igualdade no tratamento e na aplicação das leis, etc” (ABREU, 2003: 14).

Em linhas gerais, o *cidadão jornalista*, é um indivíduo sem formação académica na área de jornalismo com uma vontade enorme de participação na esfera social. Apresenta conteúdos informativos (de *texto*, *imagem* e *som*), onde exprime novas perspectivas e informação que, de outro modo, não teria visibilidade na esfera pública³¹. Note-se que não exclui o que é produzido pelos jornalistas, mas contribui com *textos*, *imagens* e *sons* de certos acontecimentos, com maior liberdade na produção e veiculação de informação. Por outro lado, “constitui um perigo para os modelos de negócio que dominam a difusão de informação” (CARDOSO, 2006), porque não está ligado a nenhuma empresa, logo não está sujeito a pressões e políticas empresariais.

Este tipo de jornalismo depende da *participação* do cidadão, da *colaboração*, e permite um enriquecimento e democratização do trabalho do jornalista e da informação, pois pode produzir a informação sem as pressões económicas ou políticas a que os jornalistas estão, geralmente, sujeitos. No fundo, os seus praticantes são pessoas que estão no lugar certo à hora certa e que tratam a informação tendo em conta o seu perfil. Quanto aos perfis, para Ana Carmen Foschini e Roberto Romano Taddei (FOSCHINI e TADDEI, 2006: 25-26), estes podem ser: *publicadores* (os que têm páginas pessoais como *blogs*, *flogs*, *vlogs*, ou que produzem *podcasts* com notícias, independentemente do assunto abordado);

³⁰ A entidade fundada por Dan Gillmor é o *Centro do Cidadão Jornalista*.

³¹ O primeiro caso mediático a surgir deste jornalismo foi o caso Mónica Lewinsky, apresentado inicialmente num blogue, o *Drudgereport*, de Matt Drudge, sob a forma de notícia.

observadores (quem está preparado para, a qualquer momento, registar um acontecimento inesperado); *militantes* (os que defendem uma causa ou se dedicam a um tema com grande fervor); *comentadores* (os *cidadãos jornalistas* que se manifestam na *web* através de comentários que inserem nos *blogs*, nos *flogs*, nos *vlogs*, nos *fóruns*, nas *comunidades* e nos *websites* da comunicação social); e, finalmente, podem ser *editores* (aqueles que seleccionam as notícias e participam nas *comunidades* ou *sites colaborativos*, onde podem existir *links*, ou *ligações*, para outros *sites*). Os perfis podem ser exercidos em simultâneo: um *cidadão jornalista* pode ser ao mesmo tempo *publicador* e *comentador*, por exemplo.

J.D. Lasica também divide este fenómeno por diversos tipos: a *participação do público* (onde se integram os comentários feitos nos *blogs*, o uso de *fotografias* e *filmes* ou os *textos* feitos por moradores de um dado sítio ou por comunidades); os *websites jornalísticos independentes*, (como o *Drudge Report*); os *websites de notícias feitas por utilizadores* (como o *OhMyNews* e o *WikiNews*); os *websites de media colaborativos ou participativos* (por exemplo o *Slashdot* e o *Kuro5hin*); e, finalmente, os *websites de transmissão pessoal* (onde se inserem os *podcastings* -de áudio ou vídeo -, os *blogs*, os *fotologs* e os *blogs de vídeo-vlogs*).

Há que notar que do conceito *cidadão jornalista* (*citizen journalism*) são sinónimos o *jornalismo em rede* (*networked journalism*), o *jornalismo de raiz* ou *grassroots journalism* (que respeita à participação na produção e publicação de conteúdos na *web* de cidadãos que geralmente não participam nas decisões da sociedade), o *jornalismo amador*, o *jornalismo participativo* (como, por exemplo, os *blogs*), o *jornalismo colaborativo* (onde várias pessoas contribuem para o resultado final do material que se publica), e o *jornalismo open source ou de código aberto* (onde estão, por exemplo, as *wikis*- *wikipédia*, *wikinotícias* e outros-, e todas as funcionalidades que permitem uma participação na produção e alteração do conteúdo de uma página). Note-se que, se nos *blogs* o único controlador da informação é o próprio criador do mesmo, já nos sites de *jornalismo colaborativo* e de *jornalismo open source* há um administrador ou editor que filtra a informação recebida e disponibilizada *on-line*. Há que atentar, ainda, que o *cidadão jornalista* só se cruza com a cidadania, na medida em que os indivíduos assumem o seu espaço na sociedade ao participar e colaborar na produção de informação.

Apesar de o *cidadão jornalista* ser um “amador”, deve seguir regras, como por exemplo entrevistar, ouvir os dois lados de um assunto, confirmar sempre a informação, ter cuidado com o que escreve e com as acusações que faz, comparar os dados oficiais com os dados de outras fontes, lutar pela credibilização do que escreve (FOSCHINI e TADDEI, 2006: 29-33). Tem também de respeitar o direito à imagem, o direito de reprodução e os direitos autorais (FOSCHINI e TADDEI, 2006: 35-38). Assim, continua a ser fulcral o controlo dos conteúdos publicados por estes indivíduos, porque a sua actividade não é objectiva e não segue as normas deontológicas do jornalismo. É necessário filtrar a informação produzida pelos cidadãos para que o público tenha acesso a uma informação credível e bem redigida. Se tal não acontecer, estes indivíduos apenas contribuem para uma cacofonia geral da informação, porque muitas vezes ela é falsa e mistura-se com informações verídicas, tornando-se difícil distinguir o que é verdadeiro e o que é falso, o que é importante e o que é acessório.

O grande obstáculo do *cidadão jornalista* é a verificação da autenticidade das informações publicadas, e a credibilidade da informação. Esta é uma questão sensível, pois na maioria dos casos os autores não estão devidamente identificados (ANA, 2006). Ora isto desrespeita a primeira responsabilidade social do jornalista, que é assinar o que escreve.

Para mim, só se o *cidadão jornalista* assinar os textos e seguir algumas regras é que pode participar na formação linguística e cultural, mas aí aproxima-se bastante do jornalista profissional.

A meu ver, não existe *cidadão jornalismo* mas sim *cidadania para e da informação*. Defendo estas designações, porque esta é uma nova forma de exercício da cidadania que incide nas formas de produção e de difusão da informação e de conhecimento e porque o cidadão que envia imagens e outros documentos para uma redacção, é, para mim, uma testemunha ou uma fonte de informação. Não faz qualquer sentido falar em jornalista, pois este cidadão não segue as normas legais e deontológicas, nem as regras formais na elaboração e difusão de informação (embora se estejam a desenvolver esforços³² para que melhore a sua actividade e se aproxime do jornalista profissional). De facto, os *cidadãos*

³² O esforço mais notório foi desenvolvido pela *OhMyNews School* que criou um curso de *cidadão jornalista*.

jornalistas dependem muitas vezes da comunicação social, porque é a ela que recorrem para se informar e para validarem o que produzem.

Por outro lado, reconheço que são elementos fundamentais, em certos casos, para apresentar novas perspectivas sobre determinados assuntos, para avançar informações que de outro modo não teriam notoriedade no espaço público (sobretudo na *Internet*), e ainda para a credibilização da informação, sobretudo por serem testemunhas e produzirem material visual e sonoro. São importantes porque, muitas vezes, estão no local certo à hora certa, permitindo que o público veja o que realmente aconteceu num evento inesperado. Acredito que neste fenómeno o que é relevante é o conteúdo (a *imagem*, o *som* ou a informação de um determinado *texto*) e não a pessoa que produz esse conteúdo. Estes apenas exercem uma nova forma de cidadania -participam activamente na sociedade quando produzem *vídeos* e outros materiais, e expõem as suas opiniões e visões sobre o que os rodeia.

3 A participação do cidadão jornalista na actividade jornalística

3.1 A participação do cidadão jornalista nos media

As ferramentas, sobretudo *on-line*, disponíveis para o *cidadão jornalista* são fundamentais para a divulgação do seu trabalho. O material produzido por estes indivíduos é tratado e publicado sobretudo através da *Internet*, pois é um meio simples, com baixo custo e de fácil acesso a todos os cidadãos. É através de suportes como os *blogs* (uma página pessoal ou uma espécie de diário *on-line* que é actualizada por uma pessoa ou por um grupo de pessoas com interesses comuns, e onde é possível deixar comentários), os *flogs* (que são *blogs* cujo conteúdo são as *fotografias*), os *moblogs* (*flogs* actualizados por *telemóvel*), os *vlogs* (ou seja, *blogs* feitos com *vídeos*), os *podcasts* (que são uma forma de distribuição de arquivos- de *som*, *vídeo* ou *imagem*- digitais pela *Internet*), a *wiki* (que torna possível adicionar, alterar, apagar ou reescrever conteúdos sem serem exigidos grandes conhecimentos técnicos, sendo que o modelo mais conhecido é a *Wikipédia*), o *e-mail* e, finalmente, os *fóruns* que são espaços de discussão e troca de conhecimentos *on-line*

(ABREU, 2003: 13), que o *cidadão jornalista* publica o seu trabalho e se submete à opinião de outros.

Sem dúvida que o *cidadão jornalista* participa de inúmeras formas na realidade social, e alguns exemplos da sua participação são a *wiki-pédia* (fundada em 2001), a *wikinotícias*, o *Creative Repórter*, o *NowPublic*, onde os cidadãos interessados podem inscrever-se e participar através do envio de *textos*, *imagens* ou *sons*. O *NowPublic* permite aos cidadãos publicarem as suas próprias notícias e *links* para as histórias mais relevantes nos *media*. No *Creative Repórter*, os cidadãos são, inclusivamente, pagos segundo a quantidade de vezes que a sua página é vista, e o participante pode ainda consultar as estatísticas referentes ao número de visitas que a sua página recebeu e os comentários de que foi alvo.

Mas foi o projecto de Rob Malda que marcou o início da era do jornalismo *open source*. O *Slashdot* nasceu em 1997 e situa-se entre a *webzine* e o *fórum* (MOURA, 2002: 1). Através dele é possível que os cidadãos escrevam livremente e dêem a sua opinião sobre determinados assuntos. Deste modo, o *Slashdot* contribui para uma diversificação de perspectivas face a um dado assunto, e ajuda a trazer a público assuntos que de outro modo não seriam conhecidos. Assim é um *fórum* noticioso, diversificado e plural que “contribui para a gestão dos factos, das ideias, das opiniões; não só tem voz, como dá voz” (NOGUEIRA, 2002: 2). Neste *site*, o cidadão, que pode permanecer anónimo se assim o desejar, envia o material que quer ver publicado e se este for considerado pertinente e actual, é escolhido e posteriormente publicado por um dos seus editores. Tendo em conta que a qualidade de muitos dos comentários supera a das notícias publicadas, criou-se ainda neste *site* um sistema de pontuação dos comentadores, sendo que os mais pontuados são, logicamente, os mais lidos.

Conquanto, o projecto mais emblemático e bem sucedido do *cidadão jornalismo*, é o projecto desenvolvido na Coreia do Sul. O *OhMyNews* foi lançado a 22 de Fevereiro de 2000, conta com a maior redacção do mundo (mais de 50.000 repórteres), e trabalha sob o slogan “todo o cidadão é um repórter”. Tem um formato mais tradicional, onde os cidadãos produzem notícias locais e são remunerados sempre que o seu trabalho é publicado, logo para mim transformam-se em jornalistas pois são remunerados e seguem directrizes editoriais. Neste projecto, o

trabalho do *cidadão jornalista* é coordenado por editores profissionais que também os ajudam a melhorar as suas capacidades. De facto, este projecto é dotado de credibilidade pelo que em 2003, teve um papel fundamental na política. Apoiou claramente Roh Moo Hyun, candidato à presidência da Coreia pelo partido reformador. Este apoio contribuiu para a sua eleição e como prova de apreço, Hyun “concedeu sua primeira entrevista ao *OhmyNews*, em detrimento aos três maiores jornais coreanos que se filiavam a um viés conservador” (BRAMBILLA, 2005: 3).

O sucesso do projecto do jornalista Oh Yeon Ho, ditou mesmo a sua expansão (com o *OhMyNews International*) e a abertura do *OhMyNews Citizen Journalism School*. Este é um centro comunitário de educação dedicado ao ensino do *cidadão jornalismo*, sendo que “as aulas mais avançadas incluem técnicas de entrevista, workshops de jornalismo *on-line* para alunos universitários, e programas de reciclagem para jornalistas profissionais” (GAMELA, 2007). O *OhMyNews School* é a primeira escola do *cidadão jornalista* e tem capacidade para acolher 100 estudantes. O corpo docente é formado por jornalistas da imprensa, da rádio e da televisão e outros especialistas da área da comunicação que diariamente incutem nos cidadãos o espírito de participação na esfera mediática. De facto “o povo coreano acolheu a ideia como resposta à repressão sofrida no recente regime autoritário” (BRAMBILLA, s.d: 11). O *OhMyNews* marcou definitivamente uma mudança na relação entre o cidadão e a notícia, sendo que, apesar da existência de *gatekeepers*, dá voz aos indivíduos que podem agora escrever sobre assuntos que de outro modo não teriam visibilidade nos *media* tradicionais devido a contingências editoriais, económicas e políticas.

Mas há também serviços criados por cidadãos que competem directamente com os tradicionais *media*. Estes são o *site Craiglist*, o *Backfence* e o *Chicagocrime.org*. Quanto ao primeiro, foi criado em 1995 por um estudante universitário, e é actualmente “a principal ferramenta de *classificados* nos Estados Unidos da América com cerca de 4 bilhões de acessos por mês” (GALLAS, 2006). Já o *Backfence* é um projecto onde os indivíduos escrevem notícias sobre factos que acontecem na sua área de residência. Por sua vez, o *Chicagocrime.org* mistura informações do *site* da polícia de Chicago com a informação da Câmara Municipal. Foi criado por um morador e tem como cerne mostrar aos seus

vizinhos os locais onde é mais frequente a ocorrência de crimes. Devido a esta competição directa, os *media* tradicionais sentiram alguma pressão para se adaptarem. Tiveram que dar voz ao *cidadão jornalista* ao abrirem nos seus espaços *on-line*, canais para a participação do cidadão.

No Reino Unido, esta abertura verificou-se, sobretudo, em 2005. Durante os atentados de Londres, a *BBC* publicou inúmeras *fotos* tiradas pelos cidadãos. Estas *fotos* foram essenciais para contar ao mundo a violência com que o Reino Unido foi atacado. Seria muito difícil um fotógrafo ter captado estes momentos, pelo que o contributo do cidadão preencheu esse vazio. A *BBC* reconheceu isso ao usar as suas *fotografias* e *vídeos* com o maior respeito e apreço, colocando o nome do autor da *imagem* em rodapé nos seus noticiários.

Com a crescente vontade de participação do indivíduo na esfera mediática, eis que, do outro lado do oceano, surge o projecto da *CNN*. A *CNN* resolveu avançar com um projecto que dava espaço mediático ao cidadão comum. O projecto *iReport*, que mereceu um momento humorístico por parte de Jon Stewart em *The Daily Show* (STEWART, 2006), permite aos indivíduos enviar material em *áudio* e *vídeo* digital para os noticiários das suas regiões e permite que esse material seja comentado. O envio é feito por *e-mail* ou directamente para o *site* da *CNN*, logo tem como base o modelo do *YouTube*, ou seja, o cidadão tem apenas de fazer o *upload* do *vídeo*, ou outro material, que quer divulgar no *site iReport.com*. O *iReport* não tem qualquer intervenção dos editores da estação norte-americana, mas tem uma secção onde dá algumas informações para se fazer uma boa reportagem. Devido ao sucesso deste projecto, a cadeia de notícias norte-americana criou ainda um novo *website*- *CNN Exchange*- que alberga os *vídeos* e materiais *áudio* enviados pelo cidadão, e alargou o *iReport* ao *Second Life*. O *Second Life* é uma espécie de planeta *on-line* onde os indivíduos são representados por *avatars* (pequenos bonecos virtuais), e onde existem tribunais, espectáculos ao vivo, lojas, negócios e quase tudo o que existe no mundo real. Neste mundo virtual, que é a verdadeira expressão da *Web 2.0*, um músico de blues já conseguiu, inclusivamente, um contrato discográfico (CAETANO, 2008). Isto é um exemplo fundamental da relevância da *web* como rede social.

Em Portugal, vários órgãos de comunicação social como, por exemplo, o *Sol*, o *Jornal de Notícias*, o *Público*, a *SIC*, a *TVI* também abriram

espaço ao *cidadão jornalista*. Nos jornais, é hoje possível comentar as notícias publicadas pelos jornalistas e, por outro lado, abriram-se espaços de “comunidade” ou “cidadão repórter” onde estão disponíveis os materiais enviados por este indivíduo que, a meu ver, não faz jornalismo mas que exerce a sua cidadania de uma forma diferente devido às potencialidades oferecidas pelos *novos media*. Os *blogs* que estão presentes nos jornais, são na sua maioria de interesse público e com uma grande qualidade e credibilidade. No caso das estações de televisão, estas fomentam mesmo a participação através de rubricas como “Nós por cá” (da SIC) e “Eu Vi” (da TVI), cujos conteúdos são enviados pelo *cidadão jornalista* e passam por um processo de selecção e tratamento. A rubrica “Eu vi” vai, a meu ver, um pouco de encontro ao *iReport*, no sentido em que apela claramente, no seu *site*, à participação: “Se você for o primeiro a chegar ao local, não hesite. Pare, veja e registre o momento. Os seus "exclusivos" poderão ser notícia TVI!” (TVI, 2008). No caso da SIC, a rubrica “Nós por cá” apela à participação mas não de uma forma tão “directa”. Este é uma rubrica semanal onde se investigam as histórias e *imagens* que possam ter interesse público. Há aqui um claro tratamento do material que é depois apresentado no *Jornal da Noite* segundo moldes jornalísticos.

A participação do *cidadão jornalista* no nosso país ainda está a dar os primeiros passos. Começou, a meu ver, com o “pseudo-arrastão” ocorrido na praia de Carcavelos em 2005, mas já apresenta algumas contribuições notórias, sobretudo no caso do nevão (ocorrido em Lisboa no ano de 2006), e das cheias de Lisboa que aconteceram no início deste ano. Nestes acontecimentos, a participação do *cidadão jornalista* fez-se notar através dos *vídeos*, *fotos* e *textos* que foram enviados para as redacções. Assim, creio que a tendência deste fenómeno no país de Camões é para se intensificar, sobretudo devido ao acesso, cada vez mais generalizado, da população à *Internet* e aos *novos media*.

Os suportes que permitem ao indivíduo comum participar tanto na esfera mediática, como na vida que o rodeia, são inúmeros. O indivíduo comum pode agora publicar informação que de outra forma não chegaria a conhecimento público. Note-se que muitos destes suportes, sobretudo os *blogs*, têm a vantagem de permitir uma interactividade directa do *cidadão jornalista* com o seu leitor, logo o cidadão conhece os seus leitores e melhora o seu trabalho através das sugestões e críticas

que recebe do seu público. Já no caso dos *media* tradicionais, as sugestões de melhoria do trabalho do *cidadão do jornalista* vêm da parte dos *gatekeepers*.

3.1.1 As restrições à participação do *cidadão jornalista* no jornalismo

Nos meios de comunicação tradicionais existem limites de espaço e de tempo pré-definidos para o conteúdo, o que impõe restrições à edição. Mas no *webjornalismo* esses limites não existem. A inexistência de limites é provocada pela rede *on-line* que conduz a um esbatimento nos papéis de emissor e receptor. No jornalismo feito por cidadãos, verifica-se e confirma-se a veracidade da informação, escreve-se e publicam-se notícias sem a obrigação de as submeter às rotinas rígidas de produção e às estruturas organizacionais das empresas de *media*. O cidadão não tem a obrigação de saber fazer perguntas ou de tentar chegar mais perto da verdade, pois o que acontece hoje, é que a informação é encarada como uma mercadoria, estando sujeita às leis do mercado. Deste modo, a informação publicada pelos cidadãos não está ligada às regras morais e legais do jornalismo tradicional. Ethan Zuckerman diz que o *cidadão jornalista* na maioria dos casos não tem a protecção dos advogados dos jornais, pelo que a prática de jornalismo por estes cidadãos é mais perigosa³³. Assim, a informação tornou-se democrática mas pouco objectiva e controlada. Como tal, o *cidadão jornalista* publica a informação segundo a sua consciência pessoal.

Devido a estas questões, o *NUJ- The National Union of Journalists*, mostrou interesse em regular a participação dos cidadãos na produção e distribuição de notícias. Em 2006, elaborou um *Código de Conduta*, segundo o qual os jornalistas só podem publicar uma informação recebida de um *cidadão jornalista* depois de verificarem a sua veracidade. Comprometem-se ainda a respeitar os direitos de autor e a não revender o material sem consulta prévia ao indivíduo que produz a informação. Esta medida visa manter os padrões convencionais sobre a avaliação de notícias, defender o mercado de trabalho na área dos *media*, e lutar contra a decisão de muitas empresas que usam formas mais económicas de obter a informação.

³³ Entrevista realizada no dia 2 de Junho de 2008 a Ethan Zuckerman.

No seguimento das preocupações de ordem ética, moral e jurídica que podem ser levantados ao *cidadão jornalista*, concordo com Eduardo Cintra Torres quando este diz que os limites impostos ao exercício do *cidadão jornalismo* se situam ao nível dos materiais que estes indivíduos fazem e enviam para as redacções³⁴. De facto, os materiais têm de ser vistos e confirmados pelos jornalistas, ou seja, têm de passar por um escrutínio profissional, caso contrário estaríamos a banalizar a informação e a contribuir para uma desinformação global. Por outro lado, a obtenção de *imagens*, *vídeos* ou *som*, deve ser feita dentro dos parâmetros legais, ou seja, não se deve desrespeitar, por exemplo, o direito à vida privada e à intimidade. O *cidadão jornalista* também não deve aproveitar-se desta actividade para obter benefícios sociais³⁵. Creio que ao procurar algum benefício próprio, o cidadão estaria a afastar-se totalmente do âmago desta forma de cidadania e a corromper uma nova forma de participação na vida social que deve ser livre e isenta de pressões económicas, políticas ou ideológicas.

Quanto à segurança física do *cidadão jornalista*, creio que quem deve avaliar essa mesma questão é o próprio cidadão. Ele é que tem de ver até onde pode e quer ir. Todavia, acredito que se deve sempre preservar a integridade física pois a vida é um valor superior à informação. António Granado diz mesmo que os profissionais do jornalismo não devem explorar esta forma de obtenção de informação ao ponto em que possa “por em perigo a própria vida desses *cidadãos jornalistas*”³⁶. É preciso que os jornais não explorem demasiado esta forma de obtenção de informação e que tenham responsabilidade sobre o material que lhes é enviado (nomeadamente ao verificarem a veracidade da informação). António Granado acrescenta ainda que estes cidadãos devem ser transformados em fontes em vez de testemunhas³⁷. Desta forma é possível estarem de algum modo protegidos, nomeadamente pelo sigilo das fontes.

Pretende-se que o *cidadão jornalista* contribua para o panorama informativo com a sua opinião pessoal e com “o seu olhar leigo sobre a realidade despido de cobranças editoriais, publicitárias, políticas e reli-

³⁴ Entrevista realizada no dia 21 de Abril de 2008 a Eduardo Cintra Torres.

³⁵ Entrevista realizada no dia 7 de Maio de 2008 a Ana Brambilla.

³⁶ Entrevista realizada no dia 28 de Abril de 2008 a António Granado.

³⁷ Entrevista realizada no dia 28 de Abril de 2008 a António Granado.

giasas”³⁸. Mas um jornalista é sempre um jornalista, e o cidadão que contribui não é, geralmente, pago pela informação que reporta aos *media*, pelo que não deve nunca colocar em risco a sua integridade física, legal ou moral. Ana Brambilla, chama à atenção para as consequências da dedicação integral do cidadão ao jornalismo dizendo que esta actividade “pode deixá-lo com os mesmos vícios de um jornalista profissional e, assim, fazê-lo perder o diferencial positivo de um olhar leigo, livre”³⁹.

3.1.2 Contributos concretos do *cidadão jornalista* no jornalismo

A participação do *cidadão jornalista* na actividade jornalística não é tão recente como aparenta. De facto o primeiro caso mediático a surgir do *cidadão jornalismo* foi o escândalo sexual que envolveu Bill Clinton e a estagiária Mónica Lewinsky. A 17 de Janeiro de 1998, o caso Mónica Lewinsky foi apresentado no *blog Drudgereport*, de Matt Drudge, sob a forma de notícia. Os jornalistas de todo o mundo socorreram-se desta informação publicada por um cidadão para fazerem as suas próprias investigações. Na época, a revista *Newsweek*, nomeadamente o jornalista Michael Isikoff, já conheciam o caso mas decidiram não publicar a informação a pedido de um promotor- Kenneth Starr- que estava a investigar o caso. Starr alegava que a publicação dessa informação poderia perturbar a investigação, pelo que a revista decidiu respeitar o pedido do investigador.

Dois dias após a publicação de Drudge, o *Washington Post* (que pertence ao mesmo grupo de comunicação da *Newsweek*), publicou então a notícia do caso mais escaldante da sociedade americana no seu *site*. Face ao facto de ter perdido este furo, a *Newsweek*, viu-se também obrigada a publicar a reportagem de Isikoff, quebrando assim a anterior decisão de manter o caso em segredo. Actualmente, o *Drudgereport* é um dos mais influentes meios de comunicação *on-line* com milhares de visitas mensais. É conhecido como um *site* de bisbilhotices e o seu ponto forte é simultaneamente o seu ponto fraco. Neste site são publicados “furos” que, devido a não serem confirmadas, são algumas vezes falsos.

Todavia, o ponto alto do *cidadão jornalista* aconteceu com os aten-

³⁸ Entrevista realizada no dia 7 de Maio de 2008 a Ana Brambilla.

³⁹ *Ibidem*.

tados de 11 de Setembro de 2001, em Nova Iorque. Neste dia, o fenómeno fez-se notar à escala mundial, pois às redacções de todo o mundo chegaram, a um ritmo alucinante, *imagens* emocionantes que fizeram parar o mundo em frente ao ecrã. Foram as *imagens* destes indivíduos que fizeram as manchetes dos vários órgãos de comunicação do planeta. Foram ainda auxiliares extremamente relevantes para as investigações das autoridades. Estas pessoas comuns contribuíram de um modo fantástico para a história da humanidade pois com os seus *telemóveis*, *máquinas de filmar*, *máquinas fotográficas*, e outros, imortalizaram os momentos de embate dos aviões nas torres gémeas. Neste momento, marcaram definitivamente o jornalismo e a história da humanidade.

Se a grande explosão do *cidadão jornalista* se deu em 2001, também é correcto dizer que foi o ano de 2005 que este cidadão se assumiu efectivamente como colaborador do jornalismo, ao serem os primeiros a dar informações sobre os atentados de Londres, sobre o Furacão Katrina, nos EUA, e sobre o Tsunami que assolou as zonas costeiras do oceano Índico. Nos atentados de 7 de Julho de 2005, em Londres, e devido ao *blackout* das autoridades britânicas, tornou-se evidente a relevância do *cidadão jornalismo* pois através dos seus *telemóveis*, estes captaram a maioria das *imagens* que passaram nas televisões mundiais. Minutos depois dos atentados, foi nos *moblogs* (*blogs* actualizados directamente pelos *telemóveis*), que começaram a aparecer as primeiras *imagens* que, apesar de terem sido feitas por amadores, tinham uma carga dramática enorme e inúmeras informações relevantes, até mesmo para as investigações sobre os autores dos atentados.

No mês seguinte, o cidadão provou que além de relatar o acontecimento, pode denunciar as consequências das tragédias. Aquando do furacão Katrina, que devastou o sudoeste dos EUA no dia 29 de Agosto, a prática do *cidadão jornalismo* já tinha sido assimilada. Às redacções chegaram *imagens* avassaladoras desta região que tinha sido devastada. Mas foi a divulgação das consequências desta tragédia que ocuparam as páginas dos jornais durante as semanas seguintes. Se não fosse o *cidadão jornalista*, creio que dificilmente teríamos tomado conhecimento dos casos de violação e degradação humana que se seguiram à tragédia.

Mas o ano de 2005 ainda reservava mais um outro fenómeno natural para o *cidadão jornalista* relatar. No dia 26 de Dezembro, aquando do Tsunami que devastou a região do Índico voltou a mostrar o seu traba-

lho e a servir as edições noticiosas de todo o mundo. Estes indivíduos foram os olhos do mundo numa região onde o cheiro a cadáveres era predominante. Mostraram-nos não só este grande acidente natural mas também as suas consequências, tanto ao nível económico, como ao nível social. Mostraram ao mundo os corpos amontoados que era necessário queimar para evitar a propagação de doenças, e mostraram ao mundo crianças que choravam por estarem sozinhas no mundo. O ano de 2005 foi deveras marcante para este fenómeno de participação do cidadão no jornalismo, pois alimentaram todo o mundo com *imagens* de tragédias produzidas por testemunhos que estavam no local certo à hora certa.

O *cidadão jornalista* tem sem dúvida um papel relevante nas sociedades, e em alguns casos a sua relevância é incómoda para alguns governos que não negligenciam a sua importância e adoptam posturas repressivas. A mim, chocou-me particularmente a situação ocorrida em Setembro de 2007 no Mianmar. Neste país, os jornalistas estrangeiros não podem trabalhar, e a única forma de se conhecer o que se passa é através dos *blogs* e de *vídeos* colocados no *YouTube* e outros semelhantes. Os habitantes deste país há muito que sofriam com a prepotência do seu governo, pelo que tentaram denunciar a situação através de inúmeros suportes tecnológicos. Quando estes cidadãos começaram a fazer-se ouvir no mundo, a comunidade internacional começou a pressionar o governo de Mianmar, mas a resposta deste foi bloquear os servidores de *Internet*, eliminar as ligações telefónicas e de electricidade nas zonas de conflito, fechar *cybercafés* e espalhar vírus nos *blogs* e *sites*. Deste modo, isolaram o Mianmar que não tinha ligação com o exterior, e calaram o *cidadão jornalista* e o povo que se insurgia e gritava por socorro na *web*. Através deste exemplo é possível perceber que este indivíduo, que hoje se levanta do sofá para participar activamente no social, pode ajudar a denunciar casos de repressão, mas ao mesmo tempo é um obstáculo para governos autoritários.

Em Portugal, este fenómeno tem passado mais despercebido e não desencadeia reacções repressivas, antes pelo contrário. O ano de 2005, foi também importante em terras lusas porque provou que este fenómeno tinha vindo para ficar. Foi no dia 10 de Junho que um suposto assalto na praia de Carcavelos despertou a atenção dos portugueses para esta nova forma de participação no jornalismo, mas também trouxe a lume a importância e a credibilidade do material produzido pelo *ci-*

dadão jornalista. Alegadamente perpetrado por 500 jovens negros de bairros degradados, este foi um crime inexistente. A notícia era falsa e toda esta situação não passou de um equívoco. No fundo, “operou-se uma manipulação gravíssima através das *fotografias* publicadas, fazendo crer que se tratava de *imagens* do arrastão” (MARQUES, 2006), quando na realidade as pessoas apenas estavam a fugir da chegada da polícia. Para este erro não contribuíram só os jornalistas. De facto, as fontes policiais e populares também induziram a comunicação social em erro. Para mim, nesta situação a principal culpa dos *media* portugueses foi não verificarem a veracidade das *imagens* produzidas pelo *cidadão jornalista* (que não é obrigado a respeitar um código de ética e que produziu e legendou as *imagens* como quis), e não desmentirem a notícia com o mesmo destaque que a divulgaram, o que foi um pouco contra o direito de rectificação da comunicação social. Assim, este erro mediático teve consequências nefastas pois enfatizou os preconceitos e desconfianças raciais.

Mais recentemente, em Fevereiro do presente ano, as cheias que assolaram a zona da Grande Lisboa serviram de mote à participação civil no jornalismo. O resultado deste acidente natural foi catastrófico e de nada adiantava falar em cheias sem mostrar as diferentes áreas afectadas pelos olhos dos seus moradores. Nas redacções dos órgãos de comunicação social portugueses “choveram” *imagens* e *vídeos* (muitos deles recolhidos nas janelas dos moradores) que ilustravam as palavras que os jornalistas iam proferindo. As primeiras *imagens*, e as mais emotivas, foram enviadas pelo cidadão que assistia à destruição da sua área de residência. Mais uma vez as *imagens* foram produzidas por amadores que além de darem um testemunho emotivo, contribuíram também para criar um arquivo audiovisual do que aconteceu no ano de 2008.

Assim a participação dos amadores na actividade jornalística tem consequências positivas, pois estes dão ao mundo testemunhos verídicos e emotivos de situações que fazem diariamente a história da humanidade. Acredito que futuramente nos livros de história figurem *imagens* produzidas por estes indivíduos, pois têm sido os responsáveis por *imagens* dramáticas e realmente extraordinárias que nos fazem acreditar que um *ícone* vale mais do que mil palavras. Mas o *cidadão jornalista* deve ter ciente que não é um jornalista, logo não deve, em situação alguma, colocar a sua vida em risco. Deve respeitar ainda os códigos

éticos e legais estabelecidos na sua sociedade, pois se tal não acontecer corre o risco de responder legalmente pelas suas acções. No fundo deve ter sempre em mente que é um elemento da sociedade com direito a participar no seu melhoramento, mas deve deixar que o jornalista faça o seu trabalho.

3.2 O tratamento que os *media* fazem do material produzido pelo *cidadão jornalista*

É verdade que o *cidadão jornalismo* teve a sua génese na descredibilização do cidadão comum face aos *media* que se subvertiam ao poder económico e político, ou seja, surgiu como uma janela para a democratização da informação. Contudo, toda a informação deve ser analisada, confirmada e editada, seja ela o resultado do trabalho do jornalista, de um historiador, de um cientista ou até mesmo informação produzida pelo cidadão comum. Os *media* não podem ser indiferentes ao material produzido pelos cidadãos, mas também não podem simplesmente publicá-lo sem quaisquer critérios. É necessário que a informação seja depurada de modo a não colocar em risco a credibilidade do órgão de comunicação social que a publica e, por outro lado, de modo a que estes não contribuam para a desinformação das populações que neles depositam a sua confiança.

Os critérios de selecção do material enviado para as redacções por estes indivíduos são vários sendo que se destaca primeiramente o critério da *verdade*, e essa *verdade* tem de ser investigada, como defende Ethan Zuckerman⁴⁰. Para Eduardo Cintra Torres, um facto “em primeiro lugar tem de ter acontecido, e depois tem que ser avaliado segundo os critérios do jornalismo”⁴¹. Logo, publicar uma notícia falsa é “dar um tiro” no propósito da existência dos *media*. Deste modo, a *verdade* é a base de qualquer notícia, seja ela produzida por um jornalista ou por um cidadão. A investigadora Alzira Alves de Abreu também acredita que a *verdade* é um critério necessário aquando da selecção dos materiais enviados diariamente para as redacções, mas acrescenta que a *qualidade* e a *objectividade* devem ser também tidos em conta⁴².

⁴⁰ Entrevista realizada no dia 2 de Junho de 2008 a Ethan Zuckerman.

⁴¹ Entrevista realizada no dia 21 de Abril de 2008 a Eduardo Cintra Torres.

⁴² Entrevista realizada no dia 6 de Maio de 2008 a Alzira Alves de Abreu.

Outro critério relevante na selecção do material produzido pelos cidadãos e que chega às redacções é o da *relevância*⁴³ informativa de um certo facto. A este propósito, Torres dá o exemplo do programa “Nós por cá” da *SIC*:

“As pessoas mostram um buraco na rua, um poste que está no meio da estrada e aquilo é transformado numa espécie de jornalismo. Mas a verdade é que quando os casos são extremamente chocantes, e a *SIC* considera de interesse (que eu considero que a *SIC* considera de interesse), a *SIC* vai lá a seguir. Vai lá falar com as pessoas e vai fazer outros pontos de vista e outros planos, etc. Portanto, aquela *fotografia* que a pessoa mandou, serviu apenas como material de base e aquilo que espoletou o trabalho do jornalista”⁴⁴.

Mas António Granado e Ana Brambilla, ao contrário de Eduardo Cintra Torres e de Alzira Alves de Abreu, não colocam a *verdade* como o critério basilar da selecção de materiais. António Granado considera que o primeiro critério de selecção deve ser o *bom senso* e do *bom gosto*. Segundo ele, os jornalistas têm de reflectir sobre a informação que lhes é enviada pelos cidadãos, porque só se deve publicar o que for susceptível de publicação⁴⁵. Por outro lado, Ana Brambilla sugere que o primeiro critério a ter em conta deve ser o da *proximidade*. Esta relembra que Peter Burke dizia que “a informação é como a água: quanto mais próxima da fonte, mais pura ela será”⁴⁶.

Mas Ana Brambilla não se detém neste critério. Ela destaca também a *relevância* informativa de um dado facto para a linha editorial de um dado *media*, e eu acrescentaria de um dado público. Para os profissionais do desporto é relevante terem informações sobre essa área, mas para o público que não gosta de desporto, essa informação não tem a mesma relevância.

⁴³ A *relevância* foi um dos critérios de selecção do material produzido pelo *cidadão jornalista* apontado por Eduardo Cintra Torres, na entrevista realizada pela autora desta dissertação no dia 21 de Abril de 2008.

⁴⁴ Entrevista realizada no dia 21 de Abril de 2008 a Eduardo Cintra Torres.

⁴⁵ Entrevista realizada no dia 28 de Abril de 2008 a António Granado.

⁴⁶ BURKE, Peter apud. BRAMBILLA, Ana em entrevista à autora desta dissertação no dia 6 de Maio de 2008.

Os *media* têm de tratar o material enviado e produzido pelo cidadão jornalista segundo os mesmos critérios sob os quais se rege o jornalismo. Têm de passar por uma primeira fase de selecção da informação, ou seja, filtrar a informação segundo alguns dos critérios que dão valor à notícia e que são usados diariamente no jornalismo, e só depois podem passar à fase de confirmação da informação, edição e publicação. A necessidade de confirmar a informação prende-se invariavelmente com a questão da credibilidade do órgão de comunicação que recebe a informação. É sempre necessário apurar se o que recebe é verdadeiro ou se é fruto de uma montagem que deturpa a realidade. Só deste modo, o jornalista garante que o público é correctamente informado e, por outro lado, ajuda o *cidadão jornalista* a ganhar alguma credibilidade, pois o jornalista ao citar a fonte ou a testemunha (que é o cidadão comum), está a imputar-lhe a responsabilidade por essa informação. Se essa for verídica, obviamente que os leitores ganham confiança pois sabem que de facto esse cidadão fez um bom trabalho ao recolher *imagens* ou *sons* que ilustram um dado acontecimento. Segue-se então a fase de edição. É necessário formatar o *texto*⁴⁷, a *imagem* ou o *som* que o cidadão envia face à linguagem e *imagem* de um dado órgão, e corrigir os erros de sintaxe ou semântica que possam existir. Trata-se nesta fase de uniformizar a informação de modo a que o leitor não tenha a sensação que o “trigo está misturado com o joio”. É necessário haver um equilíbrio ao nível do *texto* e de *imagem*, sendo que no caso da *imagem* deve ter-se o cuidado de não deturpar o que esta representa. Devem tratar-se pormenores como, por exemplo, a luz e a cor, mas nunca alterar o seu sentido. Chegada a altura de publicação, é necessário que o *cidadão jornalista* seja reconhecido pelo seu trabalho. O jornalista deve mencionar a identidade do autor da *imagem* ou do *texto* que ele editou, porque tal como o código deontológico dos jornalistas portugueses defende, o jornalista “deve usar como critério fundamental a identificação das fontes”⁴⁸, que neste caso é o cidadão. De facto, o *cidadão jornalista* pode ser uma fonte ou uma testemunha, mas a meu ver o que o distingue é que ele não adopta uma atitude passiva no sentido em que apenas dá a

⁴⁷ Ressalve-se que o texto que pode ser enviado não tem necessariamente que ser uma notícia, pode ser apenas um material que serve como ponto de partida para uma investigação jornalística.

⁴⁸ Ponto 6 do Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses.

informação ao jornalista. Ele contribui com *imagens* ou *textos* por ele produzidas, contribuindo activamente para o panorama informativo.

O trabalho produzido pelo *cidadão jornalista* não ameaça o jornalismo, apenas o completa. Como tal, os jornalistas devem continuar a fazer jornalismo tendo em conta que “há uma tarefa nova que entrou na sua rotina, que é a tarefa de ouvir os leitores, que é algo com que os jornalistas não se preocupavam minimamente”⁴⁹. Por outro lado, o cidadão deve continuar a contribuir sempre que considerar que tal se justifica. Considero que o trabalho que por eles é feito é perceptível aos olhos dos leitores. Tal como Ethan Zuckerman referiu em entrevista para esta tese, existem *sites*- o *BoingBoing* ou *Huffington Post* (produzidos por cidadãos)- que têm mais leitores do que a maioria dos jornais políticos dos Estados Unidos da América⁵⁰. Porém, quando se pondera a introdução dos materiais produzidos pelo *cidadão jornalista* nos *media* tradicionais, considero necessário que haja um tratamento desse material. É necessário que este seja inserido de forma homogénea nos *media*.

Em suma, é sempre essencial que haja um tratamento da informação seja ela produzida por um jornalista ou por um cidadão. É necessário tornar a informação clara e concisa, e isso só se consegue com um trabalho que tem contingências técnicas desde a investigação à publicação.

4 Conclusões

Estamos a viver um momento admirável e entusiasmante para se ser jornalista, pois o jornalismo está a mudar, não só no que respeita às suas práticas quotidianas e à sua essência. O jornalismo que conhecemos a partir dos finais do século XVIII é uma realidade distante e hoje, com a *Internet*, a informação circula mais rapidamente e todos podemos ter um espaço de expressão livre e de baixo custo. A *Internet* fomentou o jornalismo *on-line*, que permitiu efectivamente uma maior aproximação aos ideais iniciais da actividade jornalística, sobretudo no que respeita

⁴⁹ Entrevista realizada no dia 28 de Abril de 2008 a António Granado.

⁵⁰ ZUCKERMAN, Ethan, “Websites like *BoingBoing* are read by millions of users per week. Sites like the *Huffington Post* have larger readerships than most political newspapers or magazines in the US”, 2 de Junho de 2008. em entrevista para a presente dissertação, traduzido por Cheila Marques.

à independência, à imparcialidade e à isenção. As rotinas produtivas dos *media* são hoje caracterizadas pela forte interactividade entre quem escreve e quem lê uma dada informação. Através do *e-mail*, dos *chats*, dos *fóruns*, *blogs* e outros suportes tecnológicos há um maior *feedback*, mais informação disponível e uma maior liberdade de expressão. Devido aos *novos media* e às tecnologias, tornou-se mais fácil ao cidadão participar na esfera pública através de críticas, ideias e informações que muitas vezes completam o trabalho do jornalista.

Foi precisamente nesta participação do cidadão no jornalismo que me foquei para a elaboração da presente tese. A escolha deste tema teve como mote a ausência de matérias e estudos em Portugal sobre o *cidadão jornalista*, a curiosidade pelas alterações ocorridas com o crescente uso das tecnologias na informação, e com a maior participação do cidadão na sociedade e nos *media*. Hoje já não conversamos apenas com o vizinho do lado mas sim com o mundo. Deixou de haver uma relação de *um* para *um* para passar a existir uma relação de *um* para *muitos* e de *muitos* para *muitos* facilitada pela *Internet*.

Tendo em conta o cariz exploratório desta dissertação, comecei por fazer, uma contextualização metodológica, onde expus os métodos de pesquisa que usei. Foram eles a pesquisa bibliográfica, a entrevista, e a análise de conteúdo. Estas metodologias foram escolhidas tendo também em conta as contrariedades que sabia, à partida, que ia encontrar, sobretudo na selecção de entrevistados, na marcação das entrevistas, e a dificuldade em encontrar bibliografia referente ao fenómeno do *cidadão jornalista*. Depois da contextualização metodológica, foi necessário, no Capítulo 2, fazer uma contextualização conceptual, pelo que defini sucintamente o que é o jornalista, as liberdades, a ética e a deontologia à qual está sujeito, e o seu papel no século XXI. Nesta fase, senti também a necessidade de demonstrar que tipo de relação se estabelece entre o cidadão e o jornalista, de definir o que é o *cidadão jornalista*, e o impacto do cidadão e dos *media* na edificação de uma democracia. Finalmente, no Capítulo 3, considerei pertinente analisar a relação do *cidadão jornalista* e dos *media*, pelo que se demonstrou a forma de actuação deste cidadão e deram-se alguns exemplos concretos da sua participação no jornalismo. Demonstrou-se ainda as restrições à sua participação nos *media* e o tratamento que o material produzido por este indivíduo sofre por parte dos profissionais da informação.

A problemática desta tese refere-se ao facto de realmente existir ou não um *cidadão jornalista*, ou seja, se existe de facto um cidadão que ao participar faz jornalismo, ou se o uso do conceito *cidadão jornalista* é exagerado tendo em conta que este apenas completa o trabalho do jornalista. De facto, a meu ver, é um nome pomposo e exagerado que se atribuiu a uma nova forma de cidadania. Como tal, considereei pertinente avançar com um novo conceito: *cidadania para e da informação*. Para mim, o jornalista será sempre um jornalista. Ele é insubstituível e responde perante um *Código Deontológico* e uma legislação que rege a sua profissão e que a dota de sentido e credibilidade. O jornalista é o profissional que tem um vínculo laboral com uma empresa de *media* e que produz notícias e as difunde nos canais tradicionais de informação e, mais recentemente, na *web*. Note-se que o jornalista enfrenta hoje alguns desafios como, por exemplo, o excesso de informação e a necessidade de adopção de estilos de escrita mais criativos e com *hiperligações*.

Quanto ao *cidadão jornalista*, sabemos que surgiu como uma forma de oposição aos *media* tradicionais que perderam a credibilidade. Mas este é o cidadão que participa activamente nos *media* enviando *fotografias*, *vídeos* e outros materiais. É alguém que adopta uma atitude activa de cidadania, logo o conceito *cidadania para e da informação*, vai centrar-se na cidadania e não no jornalismo, porque a participação do cidadão é apenas uma nova forma de exercício da cidadania estimulado pelas novas tecnologias. O *cidadão jornalismo* trás para a esfera mediática assuntos que nunca teriam notoriedade ou espaço nos *media* tradicionais, revitalizam a vida pública porque favorecem o debate público, e contribuem para a comunidade se conhecer e agir em prol de uma efectiva cidadania. Na sua bandeira, erguem ideais como o pluralismo, a independência, a transparência ou a imparcialidade. Mas a participação do cidadão no jornalismo não é assim tão livre como aparenta, pois os jornalistas fazem um tratamento do material que o cidadão produz, desde o momento em que recebem a informação até ao momento da sua publicação. Nos *media*, o material produzido pelo *cidadão jornalista* tem que obedecer a formalismos editoriais, porque o leitor não pode sentir que o trigo se misturou com o joio. Note-se que no caso dos *blogs*, a participação do cidadão é mais livre, porque não sofre a acção

dos *gatekeepers*. Num *blog*, por exemplo, o cidadão publica o que quer da forma que quer exercendo livremente a sua cidadania.

Assim, os direitos de cidadania foram fortalecidos e isto conduziu invariavelmente a uma maior igualdade de acesso aos meios de comunicação social. Há uma nova forma de produzir, difundir e receber mensagens, bem como uma nova forma de interacção social potenciada pelas tecnologias da informação e da comunicação. Devido a esta liberdade de comunicação, houve um aumento da capacidade de difusão de novos jornais (que não pertencem aos grandes grupos de *media*), abriram-se espaços para a criatividade e inovações na linguagem, ampliaram-se os emissores de conteúdos e as fontes de informação, modificaram-se os critérios de selecção de informação favorecendo o pluralismo e a diversificação da *agenda*, e o jornalista deixou de ser o único mediador da informação. O cidadão é hoje um participante mais activo que produz e difunde *texto*, *imagem* e *som* para os seus *blogs* pessoais e para os *media* tradicionais.

Um longo caminho foi percorrido desde o momento em que optei por esta temática até esta fase, onde confirmo que as hipóteses inicialmente traçadas estavam correctas. De facto *existem diferenças entre o cidadão jornalista e o jornalista comum, quer em termos de liberdade de expressão quer em termos de qualidade do material produzido. O cidadão jornalista escreve sobre o que quer, faz as imagens e os vídeos que quer sem qualquer influência por parte dos editores. O cidadão jornalista, produz o material livremente, sobretudo no caso dos blogs, onde esse material não passa por qualquer tratamento. Todavia, no caso da publicação nos media ou em sites como o OhMyNews, já existe uma acção por parte dos gatekeepers, logo esta participação não é tão livre. O cidadão não tem de respeitar nenhum código deontológico, e são-lhe apenas imputadas as regras legais comuns a qualquer indivíduo membro de uma sociedade, logo a hipótese que diz que ao cidadão jornalista não são imputadas regras legais, éticas e deontológicas, também se confirma, embora com a particularidade mencionada. Por outro lado, o jornalista comum está, como já foi mencionado, sujeito a regras éticas, legais, e deontológicas próprios da profissão.*

Relativamente à qualidade do material produzido, conclui que a qualidade é subjectiva. Os jornalistas à partida têm mais facilidade em escrever de modo claro e conciso, pois seguem formalismos técnicos,

como a pirâmide invertida, que facilitam a comunicação. Mas, tal como referiu António Granado (em entrevista para a presente dissertação), há cidadãos que escrevem muito bem. Isto quer dizer que os textos do cidadão podem ser tão bons quanto os dos jornalistas. Ethan Zuckerman (em entrevista à autora), afirma mesmo que há *sites* de cidadãos que têm mais visitas do que os *sites* de alguns jornais o que demonstra que o cidadão comum entende perfeitamente o que o *cidadão jornalista* escreve. Assim, a qualidade e a clareza dos *textos* depende do indivíduo e não do facto de ser ou não jornalista.

Relativamente à hipótese de o *cidadão jornalista não passar de uma fonte de informação*, realmente ele pode ser encarado como uma fonte de informação pois muitas vezes fornece pistas para o jornalista desenvolver uma informação. Mas ele também pode ser apenas uma testemunha que está no local certo à hora certa. É alguém que tira uma *fotografia* ou faz um *vídeo* de um evento que testemunhou e envia para uma redacção, completando o trabalho do jornalista. Assim, vamos de encontro à hipótese que estabelece que o *cidadão jornalista enriquece o trabalho jornalístico e contribui para a democratização das sociedades*. Esta confirma-se, pois o *cidadão jornalista* dá as *imagens* que acompanham o relato de algumas notícias, produzem e fazem chegar ao público informação que de outro modo não seria possível, logo a participação dos indivíduos possibilita o aprofundamento da democracia e o alargamento do espaço público, apesar deste alargamento ter limites.

O limite da participação do cidadão no jornalismo situa-se na fronteira da legalidade e da integridade física. O cidadão nunca deve colocar a sua vida em risco nem cometer actos ilícitos, como por exemplo violar o direito à reserva e intimidade privadas, para obter uma *imagem*. Logo, a hipótese que diz que *existem restrições à participação do cidadão nos media*, também se confirma.

Por outro lado, existem também restrições no que toca ao material recebido. Confirma-se a hipótese que afirma que o *jornalista profissional tem de tratar o material que recebe do cidadão jornalista*. A informação que chega às redacções tem de ser confirmar e uniformizada segundo os padrões jornalísticos. Não se pode apenas pegar numa *imagem* e colocar num jornal, é preciso que seja enquadrada, e esse enquadramento é feito segundo os critérios formais da profissão, que tornam a notícia mais clara e concisa.

Em suma, neste estudo exploratório, defendo que não existe um *cidadão jornalista*, mas sim uma nova forma de exercício da cidadania, logo é correcto usarmos o conceito de *cidadania para e da informação*. Note-se que a participação do cidadão nos *media* é relativamente simples, basta enviar uma *foto* ou um *vídeo*. O cidadão é activo e quer participar na sociedade civil como testemunho ou fonte de um dado acontecimento. Por outro lado, o jornalista tem de aprender a ouvir esse público que quer agora fazer-se ouvir, tem de adquirir competências tecnológicas que lhe permitam melhorar o seu trabalho, e tem de tornar a informação mais atractiva. Assim, as novas tecnologias são decisivas nesta mudança do jornalismo, sendo que com o surgimento dos *weblogs* e da rede social à qual se chamou *Web 2.0*, o jornalismo nunca mais será o mesmo, embora o jornalista seja sempre um jornalista.

5 Referências bibliográficas

- ARAÚJO, Domingos da Silva (1988), “Vamos Falar de Jornalismo”, Lisboa, Direcção-Geral da Comunicação Social.
- CAMARGO, Marculino (1999), “Fundamentos de ética geral e profissional”, Petrópolis, Vozes.
- GILLMOR, Dan (2004), “Nós, os Media”, Lisboa, Editorial Presença.
- HUTCHINS, Robert M. (1947) “A Free and Responsible Press”, The Commission on Freedom of the Press, Chicago, University of Chicago Press.
- KARAM, Francisco José (1997), “Jornalismo, ética e liberdade”, 2ª Edição, São Paulo, Summus.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA (1980), “Many Voices, One World”, Paris, UNESCO.
- WOLTON, Dominique (1995), “As Contradições do Espaço Público Mediatizado”, RCL, Lisboa, Edições Cosmos.

Legislação Consultada:

Código Civil, Lei 6/2006, de 27 de Fevereiro.

Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses, aprovado a 4 de Maio de 1993.

Código de Processo Penal, Lei n.º 48/2007 de 29 de Agosto.

Código Penal, Lei 59/2007 de 4 de Setembro.

Constituição da República Portuguesa, Lei Constitucional n.º 1/2004 de 24 de Julho.

Convenção Europeia dos Direitos do Homem, ratificado em Portugal pela Lei n.º 1.º 65/78 de 13 de Outubro.

Estatuto do Jornalista, Lei n.º 1/99 de 13 de Janeiro.

Lei de Imprensa, Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro.

Lei de Rádio, Lei n.º 7/2006 de 3 de Março.

Lei da Televisão, Lei n.º 27/2007 de 30 de Julho.

Bibliografia electrónica

ABREU, Alzira Alves (2003), *Jornalismo Cidadão*. Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. Disponível em: <http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/339.pdf> [consultado a 15 de Fevereiro de 2008].

ANA (2006), *Jornalismo do Cidadão*. On the Line. Disponível em: http://route14.blogspot.com/2006_10_29_archive.html [consultado a 4 de Dezembro de 2007].

AROSO, Inês (2003), *A Internet e o Novo Papel do Jornalista*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.pdf [consultado a 20 de Fevereiro de 2008].

BRAMBILLA, Ana Maria (s.d.), *Jornalismo online em OhmyNews*. Libbelus. Disponível em: http://anabrambilla.com/genealogia_do_ohmynews.pdf, [consultado a 15 de Fevereiro de 2008].

_____, *Jornalismo open source em busca de credibilidade*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/Ana_4.pdf [consultado a 15 de Fevereiro de 2008].

CAETANO, Miguel (2008), *Músico de Blues consegue contrato discográfico através do Second Life*. Remixtures. Disponível em: <http://remixtures.com/2008/08/musico-de-blues-comsegue-contrato-discografico-atraves-do-second-life/>, [consultado a 20 de Agosto de 2008].

CANAVILHAS, João Messias (2004), *Os Jornalistas Portugueses e a Internet*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-jornalistas-portugueses-internet. Html [consultado a 3 de Fevereiro de 2008].

_____, (2001), *Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na Web*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=canavilhas-joao-webjornal.html [consultado a 3 de Fevereiro de 2008].

CARDOSO, Cátia (2006), *Jornalismo Cidadão*. OutroLado. Disponível em: <http://caticardoso.blogspot.com/2006/10/jornalismo-cidadao.html> [consultado a 3 de Dezembro de 2007].

CONSELHO DA EUROPA (1950), *Convenção Europeia dos Direitos do Homem*. Cidade Virtual. Disponível em: http://www.cidadevirtual.pt/cpr/asilo1/cesdh.html#artigo_6 [consultado a 20 de Março de 2008].

_____, (2005), *Media e Democracia*. Conselho da Europa, disponível em: http://www.coe.int/t/pt/com/About_CoE/POR_media.asp, [consultado a 20 de Março de 2008].

FERREIRA, Jorge (2005), *O Vazio Deontológico*. Comunicar a Direito. Disponível em: http://comunicaradireito.esta.weblog.com.pt/arquivo/2005/05/o_vazio_deontol.html [consultado a 3 de Março de 2008].

FIDALGO, António (2004), *Jornalismo Online segundo o Modelo de Otto Groth*. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-groth-jornalismo-online.pdf> [consultado a 3 de Março de 2008].

FILHO, Paulo C. Cunha e PINTO, Rómulo César (1998), *Modelos de Cidadania Digital- Hipermissão e Democracia na Sociedade da Informação*. Unisinos. Disponível em: http://www.comunica.unisinos.br/tics/textos/1998/1998_pcf.pdf, [consultado a 20 de Novembro de 2007].

FOSCHINI, Ana Cármen e TADDEI, Roberto Romano (2006), *Jornalismo Cidadão - Você faz a Notícia*. Global Voices em Portugal. Disponível em: http://pt.globalvoicesonline.org/wpcontent/uploads/2007/08/conquiste_a_rede_jornalismo_cidadao.pdf [consultado a 15 de Fevereiro de 2008].

GALLAS, Daniel (2006), *Grande imprensa perde espaço para “cidadão-jornalista”, diz analista*. BBC Brasil. Disponível em: http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2006/09/060913_midia_dg.shtml [consultado a 4 de Dezembro de 2007].

GAMELA, Alexandre (2007), *Escola do Jornalismo do Cidadão | Citizen Journalists School*. O Lago | The Lake. Disponível em: <http://olago.wordpress.com/2007/11/26/escola-do-jornalismo-do-cidadao-citizen-journalists-school/> [consultado a 3 de Dezembro de 2007].

GILLMOR, Dan (2007), *Citizen Media: A Progress Report*. Center for Citizen Media. Disponível em: <http://citmedia.org/blog/2007/07/15/citizen-media-a-progress-report-2/> [consultado a 20 de Novembro de 2007].

GONÇALVES, João Alferes (2005), *São batedeiras eléctricas sumos de frutas?-Contributo para confundir ainda mais a discussão*. Clube

de Jornalistas. Disponível em: <http://www.clubedejornalistas.pt/Portals/57ad7180-c5e7-49f5b282c6475cdb7ee7/BatedeirasEI%20C3%A9ctricas.pdf> [consultado a 15 de Fevereiro de 2008].

GONÇALVES, Maria Eduarda (2005), *Democracia e Cidadania na Sociedade de Informação*. Congresso da Cidadania. Disponível em: http://www.congressodacidadania.com/docs/con_11_int_meg.PDF [consultado a 20 de Novembro de 2007].

INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS E POLÍTICAS (2002), *Convergência e Regulação- Consulta Pública*. ANACOM- Autoridade Nacional de Comunicações. Disponível em: http://www.anacom.pt/streaming/ISCSP_1.pdf?CategoryId=36681&contentId=49956&field=ATTACHED_FILE [consultado a 3 de Março de 2008].

JOANA (2005), *Cidadãos-Jornalistas*. Delírios de uma Mente Esclarecida. Disponível em: <http://deliriosdeumamenteesclarecida.blogspot.com/2005/11/cidadoes-jornalistas.html> [consultado a 3 de Dezembro de 2007].

MAIA, Alfredo (2001), *Para que a Ética não morra de Fome*. Sindicato dos Jornalistas. Disponível em: <http://www.jornalistas.online.pt/noticia.asp?id=382&idselect=402&idcanal=402&p=87> [consultado a 3 de Março de 2008].

MARQUES, Rui (2006), *O “pseudo-arrastão” de Carcavelos - Uma verdade por repor*. Homo Migratius. Disponível em: <http://homomigratius.blogspot.com/2006/06/o-pseudo-arrasto-de-carcavelos-uma.html> [consultado a 3 de Dezembro de 2007].

MISSÃO PARA A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (1997), *Livro Verde Para a Sociedade da Informação em Portugal*. Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. Disponível em: <http://www.posc.mctes.pt/documentos/pdf/LivroVerde.pdf> [consultado a 23 de Março de 2008].

MOURA, Catarina (2002), *Jornalismo na era Slashdot*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt>

ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=moura-catarina-jornalismo-slashdot.html [consultado a 3 de Fevereiro de 2008].

NATIONAL UNION OF JOURNALISTS (2006), *Citizen Journalism-NUJ launches code*. The Union for Journalists In Britain and Ireland. Disponível em: <http://212.67.198.213/nuj/inner.php?docid=1208> [consultado a 28 de Abril de 2008].

NOGUEIRA, Luís Carlos (2002), *Slashdot: comunidade de palavra*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=nogueira-luis-slashdot_texto.html [consultado a 28 de Fevereiro de 2008].

OHMYNEWS (s.d.), *Código de Ética do OhMyNews*. International Information Programs. Disponível em: <http://usinfo.state.gov/journals/itgic/1207/ijgp/repórter.htm> [consultado a 10 de Março de 2008].

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (1948), *Declaração Universal dos Direitos do Homem*. Gabinete de Documentação e Direito Comparado. Disponível em: <http://www.gddc.pt/direitos-humanos/textos-internacionais-dh/tidhuniversais/cidh-dudh.html> [consultado a 20 de Março de 2008].

PINTO, Manuel (2003), *O papel dos media na promoção da democracia e dos indivíduos na sociedade da informação*. Repositório-Universidade do Minho. Disponível em: http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/999/1/manuel_pinto_e-governance%20SOPCOM_2003.pdf [consultado a 20 de Novembro de 2007].

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (2002), *Relatório de Desenvolvimento Humano de 2002*. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/hdr/hdr2002/RDH%202002%20Portuguese%20one%20big%20file.pdf> [consultado a 3 de Março de 2008].

STEWART, Jon (2006), *CNN iReport*. The Daily Show. Disponível em: <http://www.thedailyshow.com/video/index.jhtml?videoId=127018&title=headlines-cnn-ireport> [consultado a 10 de Janeiro de 2008].

TVI (2008), *Eu Vi*. TVI. Disponível em: <http://www.tvi.iol.pt/informacao/noticia.php?id=934951#> [consultado a 27 de Abril de 2008].