

Mídia NINJA e o *ethos* profissional dos jornalistas: A ascensão da mídia livre sob a ótica da redação dos veículos de massa¹

Igor WALTZ²

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Transformações de ordem sócio-política e a emergência da comunicação em rede propiciaram a emergência de atores midiáticos, como a Mídia NINJA. Ao criticarem a atuação da “grande imprensa”, esses novos agentes acendem o debate sobre o *ethos* jornalístico e as fronteiras do campo. A partir de um diálogo de autores que discutem a teoria do jornalismo, a convergência de mídias e a formação de um *ethos* discursivo, por meio de entrevistas realizadas com profissionais de imprensa, este trabalho procura investigar a hipótese de que novas relações dentro do ecossistema de mídia incitam uma redicussão dos parâmetros autorreferenciais dos jornalistas.

Palavras-chave: campo jornalístico; práticas jornalísticas; convergência midiática; mídia-livre, *ethos* jornalístico.

Introdução

O cenário contemporâneo é marcado especialmente pelo protagonismo da Comunicação nos processos políticos, culturais e econômicos, evidenciado pela crescente integração das mídias digitais na vida cotidiana. O incremento das redes sociais e os fluxos contínuos e acelerados de informação propiciam uma disjunção do espaço-tempo e reorganizam o ecossistema comunicativo, ao possibilitar a ascensão de novos *players* produtores de informação. Entre os atores comunicacionais emergentes no Brasil destaca-se o movimento Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação, popularmente conhecidos pela sigla NINJA, uma rede de ativistas descentralizada, que emprega a cobertura jornalística como movimento político. Sua origem remete ao ano de 2011, com o surgimento da “Pós-TV”, veículo do coletivo de produção cultural colaborativa “Fora do Eixo”. Fundado pelos jornalistas Bruno Torturra, Rafael Vilela, Felipe Altenfelder, Dríage Aguiar, Pablo Capilé, entre outros colaboradores do coletivo, o Ninja começou a atuar em 2012 na cobertura de movimentos sociais, como a Marcha da Maconha e a defesa dos índios Guarani-Kaiowá no estado do Mato Grosso do Sul. Mas foi em junho 2013 que o grupo conquistou projeção

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Curso de Comunicação e Cultura da PPGCOM-ECO-UFRJ, email: igorwaltz@ufrj.br.

internacional com a cobertura colaborativa dos protestos de rua que tomaram diversas cidades do país.

A ascensão dos NINJA pode ser enquadrado em panorama da “cultura da participação” (DEUZE, 2008; SHIRKY, 2011), na qual a dispersão das mídias digitais no tecido social acelera a socialização e o compartilhamento de conhecimentos e informações. A produção das “mídias distribuídas” (MALINI & ANTOUN, 2013) encontra seu poder na proximidade entre produtores e consumidores, ancorando em um valor afetivo sua confiabilidade como fonte de informação. Hoje, a intervenção das audiências não mais se daria apenas pela ressignificação dos conteúdos no momento da recepção, mas também no momento da produção, fazendo-a circular em novos nichos midiáticos (BECKER & MACHADO, 2014).

Mas para além de uma visão alternativa dos protestos, cuja pretensa credibilidade estaria baseada na transmissão em fluxo por meio da rede de telefonia e na suposta ausência de edição, é importante salientar que a Mídia NINJA não teria suplantado a cobertura dos meios tradicionais. Becker & Machado (2014) argumentam que as apropriações ancoradas na *web* não chegam a quebrar a hegemonia dos grandes grupos de mídia. O “pós-massivo” na sua visão não deveria ser entendido como superação ou ultrapassagem, mas como novas formas de interação, uma vez que a televisão e outros meios ainda ocupam lugares estratégicos na construção da realidade social cotidiana. Já Canavilhas (2010) considera que as relações entre a mídia tradicional e a emergência de mídias móveis pessoais — *self-media* ou “eu-mídia” — compõem o atual “ecossistema midiático”. Ao contrário de uma perda de relevância do jornalismo frente à produção informativa, esse ecossistema entraria em constante estado de alternância entre desequilíbrio e re-equilíbrio, motivado pelas “novas e variadas relações resultantes da sua natureza instável, móvel e global” (p.2).

Contudo, não se pode afirmar que a convergência das mídias e a ascensão de novos atores não traga nenhum desdobramento à mídia tradicional e aos jornalistas inseridos nas suas engrenagens de produção. Deuze (2009) sugere que o contexto dos profissionais de mídia na era digital é uma crescente complexidade e liquefação contínuas das fronteiras entre campos diferentes, disciplinas, práticas e categorias que costumavam definir o trabalho na mídia até então. Em última análise, esta abordagem pode ser uma forma útil de considerar o trabalho de indivíduos ou grupos de produtores de mídia como parte de (e atrelado a) um ecossistema midiático mais amplo, influenciado por forças sociais, econômicas e tecnológicas. Se ao longo das décadas, os jornalistas consolidaram-se como

uma autoridade cultural, através de uma série de estratégias discursivas e valores deontológicos para moldarem-se como uma comunidade interpretativa (ZELIZER, 1992), como reagiriam a mudanças de caráter estrutural, como a convergência midiática? Como se posicionam diante da ascensão de um novo ator social que advoga para si o papel de mediador privilegiado dos fatos? Como respondem a críticas de que a produção dentro dos grandes veículos seria mais comprometida por valores ideológicos pró-capital do que à defesa da democracia?

No lugar de estudar a Mídia NINJA, este trabalho se propõe a analisar como sua ascensão repercute nas redações e faz acionar o debate em torno de valores, práticas, ritos e crenças inerentes à comunidade interpretativa dos jornalistas. O artigo surge como desdobramento de uma dissertação de mestrado (WALTZ, 2015), na qual jornalistas foram entrevistados sobre a influência dos meios digitais e da maior participação dos públicos nas rotinas produtivas. Contudo, pela temporalidade na qual as entrevistas foram tomadas (no ano de 2014, pouco após aos maiores protestos), o tema dos NINJA emergiu naturalmente na fala de maioria dos entrevistados, sem que tenham sido incitados pelo entrevistador a falar especificamente sobre a temática. Dessa forma, instigado a refletir mais profundamente sobre a questão, o trabalho parte da hipótese de que a cobertura dos meios alternativos dos eventos de 2013 mobilizou a rediscussão de um *ethos* jornalístico, dos princípios éticos e deontológicos que norteiam o campo, tais como imparcialidade e objetividade, e da centralidade do jornalismo no cenário midiático contemporâneo. O trabalho propõe uma reflexão crítica sobre desafios do jornalismo impactado pelos usos de tecnologias digitais e sobre reconfigurações das relações entre a mídia tradicional e meios emergentes na atualidade.

O objetivo central do trabalho gira, portanto, em uma análise da condição de identidade profissional do jornalista enquanto sujeito discursivo, a partir de um momento histórico em que sua autoridade é posta em pauta. Como afirma Benetti & Hagen (2010), na prática jornalística, o profissional ocupa um lugar de enunciação a partir do qual está autorizado a “tratar dos fatos do mundo”, e os sentidos que ele deseja construir só têm alguma chance de se concretizarem se o leitor reconhecer a legitimidade e a singularidade daquele lugar de enunciação. No argumento dos autores, o sentido de fidelidade entre relato e fato é o núcleo do imaginário social sobre o que deva ser o jornalismo, e em torno dele movimentam-se as crenças do que é o verdadeiro jornalismo: orientação ao interesse público; capacidade de identificar a relevância e a irrelevância dos fatos; seleção de fontes

mais aptas e confiáveis; etc. Essas representações reforçadas como verdades ao longo do tempo, constroem o que Ringoot (2006) chama de um *ethos* jornalístico, ou seja, a legitimação do seu dizer, a consolidação da posição institucional da produção do discurso.

Como aporte metodológico, foram realizadas entrevistas, entre março e novembro de 2014, com jornalistas dos jornais *Brasil Econômico* [extinto em julho de 2015] e *O Dia*, da editora Empresa Jornalística Econômico S.A (Ejesa) com sede na cidade do Rio de Janeiro. Como argumenta Medina (1986), a entrevista é uma técnica de interação social, de interpenetração informativa, quebrando o isolamento individuais, grupais e sociais e contribuindo para pulverização de vozes e à distribuição democrática da informação. Dessa maneira, a entrevista possibilita a compreensão dos fenômenos de uma determinada cultura ou grupo a partir das perspectivas de seus próprios membros.

As entrevistas, preservadas por meio da gravação em áudio, com média de uma hora e meia cada, levaram em consideração aspectos como biografia, experiência, valores profissionais e relação com pares, com o público e com a tecnologia. Abaixo, seguem os perfis dos entrevistados selecionados para este artigo, cujos verdadeiro nomes foram preservadas para resguardá-los e evitar possíveis embaraços em seus ambientes de trabalho:

- Adélia, editora, *Brasil Econômico*
- Carlos, chefe de redação, *O Dia*.
- Daniel, editor, *O Dia*.
- Gisele, repórter, *Brasil Econômico*.
- Ivan, (ex-)repórter de *O Dia*.
- Marcela, repórter de *O Dia*.

Das entrevistas, foram selecionados os trechos dos quais abordam a questão da Mídia NINJA e dos meios alternativos de comunicação, e tais falas foram interpretadas à luz da Análise do Discurso. Benetti (2010) comenta que a AD é indicada no jornalismo para se identificar sentidos e mapear vozes presentes no texto. No caso do estudo dos sentidos, compreende-se o texto (no caso, a fala dos jornalistas), como que lhe é externo e anterior: é decorrente de forças, sendo parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia em outro lugar: na sociedade, na cultura profissional, na ideologia, no imaginário. Caberia, portanto, um trabalho “arqueológico” do analista do discurso para desvendar sua origem.

Evidentemente, a amostra de entrevistados não é capaz de permitir um diagnóstico acurado de todo o quadro plural da comunidade profissional de jornalistas do Rio de Janeiro, menos ainda do Brasil. Contudo, o intuito aqui é perceber e identificar similaridades e diferenças nos discursos produzidos por profissionais inseridos na engrenagem produtiva de duas das maiores empresas de mídia, que nos apontem evidências de tensões, resistências e mudanças no cenário da produção jornalística brasileira. Tão importante quanto desvendar a simbolização que os jornalistas constroem do atual momento pelo qual passa a profissão, é entender as razões dessas construções discursivas num cenário de transformações em função da emergência de um novo modelo informacional.

Um mundo em devir

Os protestos de junho de 2013, conhecidas como as Jornadas de Junho, foram uma série de manifestações populares que aconteceram em todo o país inicialmente contra o aumento das tarifas do transporte público, mas que logo convergiram uma série de demandas e insatisfações sociais. Organizada por meio das redes sociais de forma descentralizada, o movimento não foi exclusivo do Brasil e está inserido nos contextos dos movimentos que ocorreram no mundo desde 2011, como a Primavera Árabe, o Occupy Wall Street (EUA) e Los Indignados (Espanha). Para Castells (2013, p. 157), os movimentos sociais de 2011 correspondem a uma “ação coletiva fora dos canais institucionais prescritos”, ou seja, por meio das mídias sociais, sem liderança e pauta claras, aparentemente descoordenada. Na visão do autor, esses movimentos são globais e locais ao mesmo tempo, uma vez que imagens veiculadas no “ciberespaço” se espalham rapidamente e expressam uma “profunda consciência da interligação de questões e problemas” da humanidade, fomentando uma cultura contestatária cosmopolita.

No Brasil, todas as 27 unidades da federação e suas capitais registraram protestos de rua, que no auge do movimento chegaram a levar mais de 1,5 milhão de pessoas às ruas em mais de 300 cidades. Em um primeiro momento as passeatas foram marcadas por uma pequena e fragmentada cobertura dos meios tradicionais, o que gerou diversas críticas à imprensa e grande animosidade contra seus profissionais, manifestada inclusive em violência física e até na morte do cinegrafista da TV Bandeirantes Santiago Ilídio de Andrade, em fevereiro de 2014. A Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) contabilizou 113 ataques durante protestos de 2013, oriundos das forças de

segurança e de manifestantes, sendo 70 deles considerados deliberados, ou seja, aconteceram a despeito da identificação da vítima como jornalista³.

Diante do vazio da cobertura midiática das Jornadas de Junho, a Mídia NINJA conquistou popularidade através da colaboração de pessoas através de mídias móveis. O impacto causado pela cobertura, pioneira no Brasil, ganhou repercussão a ponto de induzir a mídia tradicional a cobrir os acontecimentos nas ruas. Dessa forma, é possível dizer que a Mídia Ninja nasceu e cresceu num contexto de falta de representatividade midiática, favorecida pela popularização de meios para captação e difusão de imagens. No contexto da emergência da comunicação em rede, o movimento deflagrou o que Malini & Antoun (2013) chamam de “disputa pela primazia das narrativas”, ou seja, o confronto entre duas economias midiáticas — de massa e alternativa — que avançam por meio de diferentes abordagens ao público. “Enquanto a mídia massiva extrai seu poder da sensação de ‘todo mundo está falando isso’ subentendido em seu uníssono, as interfaces de usuários encontram o seu poder na sensação de ‘meu amigo recomendou’ ancorado na suposta confiabilidade da fonte da informação” (p. 158).

É interessante notar que, apesar de buscarem romper com o que chamam de “velha ordem midiática”, eles adotam o termo “jornalismo” em sua sigla, dispostos não apenas a imbuir-se de *ethos* jornalístico, mas também a recuperar aquilo que em sua percepção teria se perdido: o compromisso com o público. Em sua página na internet, a Mídia NINJA se apresenta desta forma:

A Internet mudou o jornalismo e nós fazemos parte dessa transformação. Vivemos uma cultura *peer-to-peer* (P2P), que permite a troca de informações diretas entre as pessoas, sem a presença dos velhos intermediários. Novas tecnologias e novas aplicações têm permitido o surgimento de novos espaços para trocas, nos quais as pessoas não só recebem, mas também produzem informações. Neste novo tempo, de redes conectadas às ruas, emergem os cidadãos-multimídia, com capacidade de construir sua opinião e compartilhá-la no ambiente virtual. Articulados, esses novos narradores fazem a Mídia NINJA.⁴

Em suma, ao passo que criticam a grande imprensa tradicional, apelidada de “velhos intermediários”, eles assumem para si a ideia de um “jornalismo transformado pela internet”, calcado no *peer-to-peer*. Não negam, portanto, o rol de valores, crenças e funções sociais historicamente construídos e legitimados pela comunidade dos jornalistas; pelo

³ Ver mais em: ABRAJI. “Abraji revela que foram intencionais 70 das 113 agressões a jornalistas nas manifestações de 2013”. Acesso: http://www.abraji.org.br/?id=90&id_noticia=2687. Acesso em: 14 set. 2014.

⁴ Disponível em: <https://ninja.oximity.com/partner/ninja/about>. Acesso em 2 jan. 2015.

contrário, apresentam-se como uma atualização dele. Tais iniciativas com vistas de pôr à prova o jornalismo tradicional em diversos momentos traduziu-se em uma atitude hostil contra profissionais de imprensa. Trata-se de um dado expressivo, portanto, que grande parte dos entrevistados tenha introduzido a temática das mídias alternativas e das indagações relativas à imparcialidade do seu trabalho, sem que o entrevistador os tenha instigado a isso. Em nossa análise, acreditamos que isto seria fruto de um processo de reflexão prévio dos próprios profissionais a respeito da identidade e dos caminhos do jornalismo, sintomático de um momento de instabilidade e transição. O resultado de tais elucubrações produziu subsídios significativos para esta pesquisa.

Ainda sob o impacto do alvoroço gerado por esses “apóstolos” midiáticos, os jornalistas entrevistados foram enfáticos em apontar a falta de credibilidade do movimento, uma vez que não se enquadrariam nos parâmetros ideais (ou idealizados) de “objetividade” e “isenção” que regem a atividade jornalística. Destacam-se as duas asserções abaixo, ambas de jornalistas ocupantes de cargos de chefia.

Em seu depoimento, Adélia argumenta:

No mundo digital, as mídias sociais permitem que as pessoas se comuniquem de tal maneira que a imprensa está sendo até malvista ultimamente. Para quem está na imprensa alternativa, na Mídia Ninja, aqueles que trabalham na imprensa regularizada viramos a “quintessência do mal”. Nós trabalhamos para o “demo”, somos vendidos. Isso é uma coisa engraçada, porque ao olhar para o que a Mídia Ninja faz, você se pergunta onde está a credibilidade? As fontes? É muita opinião, muito achismo (Grifo nosso).

O editor Daniel, por sua vez, reflete:

Um exemplo muito claro que vimos recentemente nas manifestações, a Mídia Ninja. Muitos manifestantes mais radicais acusavam as televisões de não mostrarem a realidade como deveriam e só mostrar um lado da questão. Isso não é verdade. Porque toda violência policial era mostrada pela televisão. Agora, quem contestava a imparcialidade dos meios de comunicação eletrônicos era absolutamente parcial. A Mídia Ninja só mostrava a violência policial. Ela não mostrava a violência dos manifestantes. Ela não cumpriu o papel. Ela não substitui o jornalismo. Ela não mostra as favelas como estão, com sua violência. Ela não vai atrás dos problemas. (Grifo nosso).

Em ambas as considerações, os jornalistas assinalam a não conformidade da Mídia NINJA com os padrões jornalísticos delimitados ao longo de quase dois séculos. A partir das considerações dos profissionais analisados, o problema do movimento midiático recai

sobre sua referida parcialidade, por não contar com fontes confiáveis e não ouvir os dois lados. Logo, não seria suficientemente polifônica. Como aponta Sodré (2012), a notícia, em sua forma tradicional, é fruto da “cultura profissional dos jornalistas, da organização geral do trabalho e dos processos produtivos, portanto, de uma rotina industrial atravessada por uma polifonia discursiva” (p.26). Contudo, cabe-nos uma pequena digressão de volta à raiz do conceito de polifonia, como concebido pelo filósofo Mikhail Bakhtin. Ao analisar em *Problemas da poética de Dostoiévski* (2008) a produção literária do romancista russo, o autor lançou mão de um dos conceitos que mais tarde viria a ser considerado seminal para o entendimento da sua obra. A polifonia pode ser entendida como a multiplicidade de vozes equivalentes, proporcionais, que expressam diferentes pontos de vista dentro de uma mesma obra intelectual e/ou literária.

Essas vozes representam uma pluralidade de consciências e de mundos que se combinam na unidade do acontecimento. Nas palavras de Bakhtin, a respeito do herói de Dostoiévski, a polifonia permite que a palavra do personagem possua “independência excepcional na estrutura da obra, é como se soasse ao lado da palavra do autor, coadunando-se de modo especial com ela e com as vozes plenivalentes de outros heróis” (BAKHTIN, 2008, p. 5). Entretanto, não se pode dizer que a “multiplicidade de vozes” na notícia ocorra de forma equivalente, tal como Bakhtin conceitua polifonia. Ao longo da maior parte da trajetória histórica da imprensa, instituições governamentais, lideranças econômicas e especialistas renomados tiveram lugar privilegiado nas páginas dos jornais, ao passo que o público se via estampado na função majoritária — mas nem sempre a única — de vítima ou testemunha dos fatos. Ainda que mudanças venham ocorrendo no sentido de aumentar a participação e o diálogo com o público, como vimos anteriormente, o jornalista ainda mantém o domínio sobre a palavra final. A “voz dos personagens” não se coaduna com a “voz do autor”.

Por outro lado, a Mídia NINJA supostamente se empenharia em mostrar um “lado B”, aquilo que não aparece com destaque na mídia empresarial. Na sua polifonia, o cidadão — mais precisamente, o cidadão-multimídia — teria plena voz, uma vez que o conteúdo produzido pelo grupo é feito de forma colaborativa. Mas, por outro lado, essa abertura não se faz para vozes discordantes ou de autoridades. Em uma análise rápida em sua página na web, é possível perceber um conteúdo tendencialmente voltado à cobertura de movimentos sociais de cunho anticapitalista, geralmente em tom de opinião.

Portanto, um dos principais pontos nevrálgicos entre as tensões da mídia massiva e da mídia alternativa residiria na forma como as duas encaram a questão da polifonia. Representantes de ambas as partes disparam críticas entre si em torno da “ausência de imparcialidade” na produção informativa. A diferença situa-se no fato de que, ainda que a Mídia NINJA seja mais ágil e dinâmica por ter nascido já dentro da estrutura da rede, o jornalismo tradicional apoia-se em ditames mais rígidos para a construção da notícia, elaborados pelo grupo profissional ao longo de mais de um século.

No decorrer da análise das entrevistas, é possível percebermos que, apesar de se colocarem reticentes à atuação dos movimentos midialivristas, o grupo profissional dos jornalistas não assimila de maneira inteiramente negativa as críticas recebidas. Pelo contrário, elas serviram também de estímulo para a discussão no meio sobre os valores que regem o jornalismo na atualidade. Como dito pela entrevistada Adélia:

De modo geral, estamos lidando com um mundo muito novo. As pessoas não sabem muito bem o que fazer. Mas eu continuo achando que se fizer bom jornalismo tem chance. Não é a essência do jornalismo que muda, pode ser a forma de entregar, a forma de se comunicar. Muda aquele conceito de “Quarto Poder”. Talvez esteja equilibrado mesmo, porque o mundo digital, as mídias sociais, permitem que as pessoas se comuniquem de outra forma. (...) É interessante viver num mundo onde as verdades não são mais incontestáveis. Elas são questionáveis. Mas isso vai fazer com que o jornalismo acabe? Será mesmo que as pessoas na hora que estiverem frente a uma questão absolutamente vital para elas, uma decisão de Governo, vão procurar na Mídia NINJA ou no Globo, Estadão, Folha? Ou vai olhar para todos eles e extrair sua própria conclusão? Vai ver para além da ideologia que todos os órgãos têm e vão tirar sua própria conclusão.

A ideia do mundo “onde as verdades não são mais incontestáveis” vem ganhando bastante força dentro das autonarrativas contemporâneas do jornalismo, observada nas falas dos jornalistas analisados por este estudo. Daniel não enxerga, por exemplo, contradição entre um jornal dotar-se de uma visão política, desde que cumpra os princípios historicamente construídos para a prática profissional, dentre os quais “ouvir sempre os dois lados”:

A imprensa, então, cumpre um papel importante, porque é muito difícil você ver um jornal que mostre só um lado, por mais que você fale “ah, o jornal é conservador”, “a mídia oligopolista é assim ou assado”. Mas qualquer matéria que você vir hoje, em função do profissionalismo que a imprensa assumiu, tem lá os dois lados. É claro que o jornal vai enfatizar o lado que é da ideologia dele. Mas

é isso que significa liberdade de imprensa. É exatamente isso. É a imprensa defender a ideia que ela quiser. Isso é importante ter, a liberdade de imprensa. Um jornal não é uma concessão do poder público, ele pode defender o que ele quiser. Um jornal que queira, por exemplo, defender a causa da pena de morte tem o direito de defender. Um jornal que queira defender o direito à reforma agrária tem o direito de defender o ponto de vista deles.

Mas o meio jornal acostumou as pessoas; as pessoas esperam de um jornal que pelo menos aponte o outro lado, que aparente uma isenção. E nesse esforço para aparentar isenção, mesmo que seja falsa, acaba trazendo ao leitor a informação mais correta do que quem não quer parecer isento (Grifos nossos).

Ou seja, se as iniciativas de produção informativa na internet não se incomodam em serem parciais, o jornalismo tradicional pelo menos se preocupa em “parecer isento”. No lugar de tomar a objetividade como um “valor absoluto”, ela serviria de norte, um guia para a fabricação da notícia e, conseqüentemente, para sustentar seu capital simbólico. No entendimento do diretor de redação, a tendência de mostrar os mais variados ângulos de um debate esbarraria também nos novos meios, cada vez mais ultraespecializados, que surgem no ambiente da rede. Ainda que na atualidade as tendências apontem cada vez mais para uma especialização, com o aparecimento de veículos voltados a nichos cada vez mais particulares (ANDERSON *et al.*, 2012; RAMONET, 2012), Daniel defende que o jornalismo deve primar pela fala universal.

O que me preocupa [na popularização do acesso ao polo da produção] é que eu gostaria de ter mais segurança de que não fosse acontecer o fenômeno de ficar tão barato, tão barato, que desqualifique a informação. O lado bom é que você democratizou a informação, todo mundo pode produzir conteúdo, e o que pode acontecer de ruim é que resulte em uma irresponsabilidade com a informação, e as empresas, os jornais da mídia convencional perderem a credibilidade no esforço que eles fazem para buscar uma matéria com o mínimo de isenção.

Eu acho que você ter um veículo, cada um defendendo uma ideia diferente, o leitor pode ficar desprovido do outro lado. Pode resultar no perigo, por exemplo, das pessoas dizerem “eu só leio esse blogueiro”, e você deixar de ter o outro lado. Porque no blogueiro “tucano”, você não vai ter o outro lado. E vice-versa. Se você for petista, só vai ter “coisa de petista”. E a crítica diminui, isso cria um clima de radicalização (...).

Quando você entra na rede é difícil você não ter acesso a outras informações, mas há a possibilidade de você fazer filtros. “Nessa”

de cada um é um jornalista, cada um é um meio de comunicação, você pode ter uma quantidade acima do razoável de pessoas que decidam filtrar ao nível tal que os leitores deixem de ter acesso ao contraditório. Nesse processo, o jornalista profissional, os veículos — não importa se é de papel ou se é on-line — são a credibilidade que eles podem ter diante de um mundo tão pulverizado, de opiniões sectárias, fechadas.

Ter uma multiplicidade de pontos de vista é bom, mas não se esses pontos de vista forem ou tenderem a ser sectários, radicais ou fundamentalistas. O papel da imprensa vai ser fundamental para a democracia, e espero que ela se mantenha forte para garantir isso.

Em poucas palavras, o que o jornalista defende é que ter acesso a uma miríade de veículos, sejam blogs, jornais, revistas ou outras modalidades, com diversos pontos de vista, não significa que o leitor entrará em contato com uma pluralidade de pontos de vista. Esta condição seria alcançada de forma efetiva e segura por meio de um único veículo, que toma para si a responsabilidade de oferecer uma multiplicidade de ângulos de visão. É por este fator que, a despeito das críticas, o jornalista acredita que os meios de comunicação ainda manteriam seu papel de relevância dentro da sociedade.

Esta apreciação da importância do jornalismo é compartilhada também por jornalistas mais jovens. Para Ivan, o jornalista ainda deterá o poder de informar enquanto não abrir mão desse papel. Ele frisa que a potencialidade do público em converter-se em repórter nem sempre se concretiza de maneira a substituir o papel do profissional. Marcela, por outro lado, acredita que a consolidação de novos polos emissores traz benefícios como a pluralidade de visões, desde que se atrele à confiabilidade do lugar de fala:

Eu acho que papel do jornalista continua sendo muito importante pela credibilidade. Eu vi nessas últimas eleições gente compartilhando notícia falsa, de sites que você não sabe de onde vêm. E as pessoas acreditando naquilo como se fosse a maior verdade do mundo. Acho que por um lado é bom, porque as pessoas participam. A Mídia Ninja, por exemplo, muita gente não gosta, eu acho válido por mostrar o outro lado dos protestos, mas você sabe quem está escrevendo. Existe um lugar chamado “Mídia Ninja”, mas tem blogs que você não sabe quem escreve. Hoje você tem que ser mais crítica.

Em sua fala, Gisele também justifica que, de alguma forma, movimentos midialivristas como o da Mídia NINJA servem para reforçar que o papel do jornalista ainda não está esgotado:

Eu acho que vivemos um momento crucial, justamente a partir das manifestações de julho de 2013, quando se questionou muito o papel do jornalista. Se ele era importante mesmo como mediador dos fatos, e como aquele que reporta os acontecimentos. No início, de primeira mão, todos acreditavam que a gente ia passar por uma revolução, e que todos teriam poder de fala, todo mundo vive numa democracia, e todos poderiam fazer notícia. Eu acho que, com a Mídia Ninja, de maneira que ela não esperava, acabou-se mostrando o contrário.

Você precisa sim de uma formação. Você precisa de uma bagagem cultural, e uma bagagem que a faculdade te passa, de crítica do que é ser jornalista. Não é você apenas reportar o que acontece, pegar uma câmera e fazer e acompanhar os acontecimentos. Você tem que ter toda uma visão crítica em cima daquilo, uma visão de responsabilidade sobre aquilo que você faz. E sobre as consequências que seu trabalho tem.

Vale destacar que a repórter recorre a um ponto crítico na formação identitária do jornalista brasileiro, que é a formação universitária para a prática profissional. Como explica Lopes (2012), a obrigatoriedade do diploma em jornalismo, que vigorou entre 1969 e 2009, sempre constituiu uma frágil delimitação do campo. Mas a decisão do Supremo Tribunal Federal, que pôs fim a tal regra, deixou patente a indagação de quais seriam os critérios a serem levados em conta para definir quem é ou não jornalista. Mesmo com discussões em torno da qualidade do Ensino Superior entre os profissionais, o que se percebe é que um diploma ainda confere legitimidade e distinção aos portadores. Fato em discordância por parte dos movimentos sociais em prol de mídias livres, como já dito anteriormente, que se apropriam do termo “jornalismo” para denominar suas práticas.

Porém, mais do que o diploma, o que percebemos em uma avaliação mais geral do que nossos entrevistados apontam sobre “o que é ou não ser jornalista”, e “porque ele ainda é relevante para a sociedade”, ainda está fortemente atrelado à prática desenvolvida dentro das empresas de jornalismo. O “papel do jornalista”, na maioria das falas, se confunde com o “papel dos meios de comunicação”. A qualidade da informação não poderia ser garantida, como sintetizado nas palavras de Carlos, sem uma “grife”.

Uma coisa é o blog profissional de uma pessoa que você não conhece. Não tem compromisso com o leitor, baseado em opinião. Esse cara está levando em consideração regras mínimas de igualdade de opiniões, mesmo espaço para interpretações diferentes. É o cara que está torcendo para o lado que ele se manifesta a favor. Isso um blogueiro pode fazer.

Agora, um jornalista, o que faz diferença é a grife. A empresa para qual ele está trabalhando chancela o tipo de cobertura. O Globo, por exemplo, você pode gostar ou detestar, mas você sabe qual é a linha do jornal. Você sabe o que ele faz de bom e o que ele faz de ruim. Você pode gostar ou não, mas você sabe que há uma linha. Agora você tem um “zé das couves” que faz um blog. Mesmo que ele tenha um texto sensacional, como você vai saber que ele está falando a verdade?

Ainda é importante ou a marca da imprensa, ou a marca do jornalista, que já se mostrou uma pessoa confiável. O Luís Nassif, por exemplo, tem uma linha pró-governo, mas ele é uma pessoa que dá bons argumentos, em que você pode confiar...

Da fala acima, entende-se que, mesmo operando atualmente em um blog, Luís Nassif compartilharia dos valores que delimitam essa “marca do jornalista”, uma vez já tendo passado pela grande imprensa. Ou seja, não seria propriamente o tipo de produção que confere ou não legitimidade à blogosfera, mas sim o profissionalismo atrelado a essa produção. Como expressa Christofolletti & Laux (2008), no Brasil, blogueiros que contam com maior notoriedade estão, geralmente, vinculados a grandes meios de comunicação, como se estendessem na blogosfera parte do prestígio de que desfrutam na mídia tradicional.

O que podemos alcançar, portanto, a partir do grupo de jornalistas considerados por esta pesquisa, é uma identidade profissional fortemente calcada na inserção em veículos tradicionais de mídia, independentemente de sua atuação *off-line* ou *on-line*. Questionados sobre seu papel social, respostas como “apenas um veículo de comunicação pode garantir a isenção” ou “as pessoas ainda procuram a marca da credibilidade” nos denotam a importância da correlação entre o reconhecimento da importância do trabalho do jornalista e a sua inserção na empresa de jornalismo. Nas declarações dos entrevistados, percebe-se que inserção em uma organização de mídia engendraria a vivência necessária para a formação do jornalista, não apenas em relação às práticas profissionais, mas na incorporação do sistema de crenças, hábitos, valores, etc.

Portanto, podemos inferir que as críticas dirigidas nominalmente à Mídia NINJA, alusivas à ausência de credibilidade ou confiabilidade, podem exprimir uma tensão relativa aos diferentes locais de fala. Trata-se, então, de uma resposta a *outsiders* que vêm exercendo pressão sobre o campo jornalístico para, de certa forma, integrar-se a ele. Como explica Lopes (2012), a consolidação do campo jornalístico esteve historicamente vinculada na Modernidade aos processos de profissionalização da atividade, de forma que o

sentimento de pertencimento do grupo continua permeado por uma “ideologia do profissionalismo”.

Contudo, não se pode negar que as fronteiras do campo jornalístico estejam em debate. As TICs abrem possibilidades para que indivíduos se comportem, ou mesmo se definam, como jornalistas. O próprio espaço interno do campo se abre a novas configurações, com maiores e mais variadas condições aos empreendedores individuais em jornalismo, menos atreladas à dimensão dos veículos tradicionais de imprensa, como jornalistas-blogueiros, *freelancers*, midialivristas, etc. Mas ainda é grande o caminho a ser percorrido para uma ampla mudança da imagem que o jornalista tem de si, passando de “único responsável pelo polo emissor” para “um dos nós centrais da rede”.

Considerações finais

Esse trabalho se debruça especialmente em torno de uma disputa discursiva: se de um lado midialivristas defendem que a grande imprensa representa um “unísono” em torno de um quadro conservador político-econômico, do outro, profissionais de imprensa não enxergam no jornalismo ativista os parâmetros que acreditam ser de um jornalismo de qualidade, como imparcialidade e objetividade. Por motivos óbvios, esse trabalho não pretende esgotar esse debate nem tomar partido de qualquer lado, mas registrar como em um momento de tensão sócio-política o *ethos* jornalístico é acionado, rediscutido e reavaliado interna e externamente ao campo do jornalismo.

Observa-se, portanto, que de maneira geral a Mídia NINJA é recusada como um coartífice desse *ethos* pelos profissionais da imprensa já consolidada, já que não se proporia a mostrar ambos lados da questão, privilegiando uma abordagem a partir da ótica dos movimentos sociais. Apesar disso, faz suscitar uma atualização e, de certa forma, até uma autocrítica em relação à representação da realidade. Em um mundo onde “as certezas já não são mais absolutas”, é reconhecidamente salutar, na visão dos profissionais, que emergam novas vozes. A imparcialidade já não é mais um valor indiscutível.

Esta pesquisa se propõe a contribuir com um rol de estudos para a compreensão das fronteiras do campo jornalístico hoje. Seu objetivo é fazer coro a outros olhares, perguntas e trajetórias, de modo a avançar nessas reflexões tão importantes para entender a centralidade da comunicação na sociedade contemporânea.

Referências bibliográficas

ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present**. New York: Tow Center for Digital Journalism/Columbia Journalism School, 2012.

BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008. 4.ed.

BECKER, Beatriz; MACHADO, Monica. “Brasil entre as telas e as ruas: Produção e consumo das narrativas jornalísticas audiovisuais sobre os protestos nacionais de junho de 2013”. In.: **Discursos fotográficos**. Londrina: UEL, v.10, n.17, p.39-60, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/download/19604/15720>. Acesso em 17 jun. 2016.

BENETTI, Marcia. “Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos”. In.: LAGO, Cláudia; BENNETTI, Marcia (orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010. 3ª ed.

_____; HAGEN, Sean. “Jornalismo e imagem de si: O discurso institucional das revistas semanais”. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis: UFSC, ano VII, n.1, jan/jun. 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n1p123/12703>. Acesso em 18 jun. 2016.

CANAVILHAS, João. **O novo ecossistema midiático**. Covilhã [Portugal]: Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, 2010. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf>. Acesso: 11 out. 2013.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; LAUX, Ana Paula França. “Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera”. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, v.31, n.1, p. 29-49, jan./jun. 2008.

DEUZE, Mark. “O jornalismo e os novos meios de comunicação social”. In: **Comunicação e Sociedade**. Braga [Portugal]: Universidade do Minho, vol. 9-10, 2006, p. 15-37.

_____. “The Professional Identity of Journalists in the Context of Convergence Culture”. In: **Observatorio (OBS*) Journal**. Lisboa: Obercom, v.2, n.4, 2008, p. 103-117. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/216>. Acesso em: 6 maio 2015.

LOPES, Fernanda Lima. **Jornalista por canudo: O diploma e o curso superior na construção da identidade jornalística**. Rio de Janeiro, 2012. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua: Ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista: O diálogo possível**. São Paulo: Ática, 1986.

RAMONET, Ignacio. **Das mídias de massa à massa das mídias**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RINGOOT, Roselyne. “Por que e como analisar o discurso no contexto dos estudos sobre jornalismo?” In: **Comunicação e Espaço Público**. Brasília: UnB, ano 9, n. 1 e 2, 2006. Disponível em:
<http://xa.yimg.com/kq/groups/15007704/1032348340/name/Tradu%C3%A7%C3%A3o+3.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2016.

SHIRY, Clay. **A cultura da participação**: Criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar: 2011.

SODRÉ, M. **A narração do fato**: Notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2012. 2.ed.

WALTZ, Igor. **O Jornalista em Tempos de Internet**: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede. Rio de Janeiro, 2015, 185 p. Orientador: Muniz Sodré. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) — Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

ZELIZER, Barbie. **Covering the body**: The Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory. Chicago/London: The University of Chicago Press, 1992.